

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

PERIODISMO DE AUTOR 2.0

êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)

Mariela Lucrecia Parisi

Cómo citar el artículo:

Parisi, Mariela Lucrecia. (2021). "Periodismo de Autor 2.0: *êthos* discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)". Tesis de Doctorado para obtener el Título de Doctora en Semiótica, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba (inédita).

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13255849>

Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional



MGTER. MARIELA LUCRECIA PARISI

***Periodismo de Autor 2.0: êthos discursivo en soportes
digitales emergentes
(Argentina, 2006-2017)***

Tesis para optar por el Título de Doctora en Semiótica

CENTRO DE ESTUDIOS AVANZADOS
Facultad de Ciencias Sociales
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Directora: Dra. Paulina Brunetti
Co-Directora: Dra. Fabiana Martínez

Córdoba, 2020

Periodismo de Autor 2.0: êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)

ÍNDICE

<i>Agradecimientos</i>	05
Resumen	06
<i>Summary</i>	08
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS	28
1.1. BASES PARA UNA MIRADA SEMIÓTICA	29
1.2. DISCURSO, ENUNCIACIÓN Y SUJETO DISCURSIVO	37
1.2.1. Enunciación y sujeto discursivo	40
1.2.2. La función-autor en el discurso	43
1.2.3. Dialogismo, intertextualidad y transdiscursividad	46
1.3. EL ÊTHOS Y LA PRESENTACIÓN DE SÍ EN EL DISCURSO	51
1.3.1. El estudio del êthos en el discurso periodístico 2.0	56
1.3.2. La borradura enunciativa en el discurso periodístico	59
1.3.3. Estereotipos, imaginarios sociales y êthos previo	62
1.3.4. Identidad, imagen y êthos discursivo en los blogs periodísticos	65
1.4. UN NUEVO CONTRATO ENTRE ENUNCIADOR Y DESTINATARIO: DEL LECTOR AL USUARIO	69
1.4.1. Variaciones en las gramáticas de producción de los diarios digitales	71
1.4.2. La configuración de nuevos destinatarios	74
1.4.3. Blog periodístico como dispositivo del discurso	77
CAPÍTULO 2 - TRANSFORMACIONES CONTEXTUALES DEL PERIODISMO Y SUS SOPORTES: DE LA PRENSA PAPEL A LAS INTERACCIONES DIGITALES	80
2.1. TECNOLOGÍAS DIGITALES Y PROCESOS CONVERGENTES EN LOS MEDIOS MASIVOS	81
2.2. NUEVOS CONDICIONAMIENTOS AL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN Y CRISIS DELEGITIMACIÓN DE LAS INSTITUCIONES MEDIÁTICAS	90

2.2.1. Atmósferas culturales de fin de siglo: entre el desencantamiento y la tecnofascinación	93
2.2.2. Mutaciones en el campo profesional de las comunicaciones mediadas	100
CAPÍTULO 3 - NUEVOS SOPORTES Y LA EMERGENCIA DE LOS BLOGS EN EL UNIVERSO DIGITAL	100
3.1. CARACTERÍSTICAS DEL FORMATO BLOG Y SU TRANSPOSICIÓN A SITIO WEB	103
3.2. ESTADO DEL ARTE SOBRE EL FENÓMENO DE LOS BLOGS PERIODÍSTICOS	106
3.3. ANTECEDENTES DE ALTERNATIVIDAD INFORMATIVA Y DE OPINIÓN EN LA WEB	112
3.4. LOS BLOGS PERIODÍSTICOS DE AUTOR	117
CAPÍTULO 4 - ANÁLISIS: CONFIGURACIONES DEL ÊTHOS EN EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0	120
4.1. ESTRATEGIAS GENRALES EN LA PRESENTACIÓN DE SÍ	123
4.2. ESTRATEGIAS PARTICULARES DEL ÊTHOS DISCURSIVO	144
4.2.1. Êthos periodista en Sergio Carreras	144
4.2.2. Êthos intelectual en Enrique Lacolla	155
4.2.3. Êthos experto en Claudio Fantini	164
4.2.4. Êthos militante en Mariano Saravia	169
4.2.5. Êthos nacionalista en Alfredo Leuco	179
4.3. EL ESTEREOTIPO DE "SER PERIODISTA" Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO ENUNCIADOR EN PRIMERA PERSONA	194
4.4. EL VEROSÍMIL EN EL DISCURSO INFORMATIVO 2.0	198
CAPÍTULO 5 - EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0	203
5.1. GÉNEROS DISCURSIVOS, GÉNEROS PERIODÍSTICOS	205
5.2. NUEVAS GRAMÁTICAS DE PRODUCCIÓN DEL SOPORTE BLOG: RESTRICCIONES Y POSIBILIDADES	209
5.3. EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0 ¿NUEVO GÉNERO PERIODÍSTICO?	219
CONCLUSIONES	225
BIBLIOGRAFÍA	237
ANEXOS	264
SC. Sergio Carreras. http://sergiocarreras.blogspot	
EL. Enrique Lacolla. http://enriquelacolla.com	
CF. Claudio Fantini. http://claudiofantini.com	
MS. Mariano Saravia. http://marianosaravia.com.ar	
AL. Alfredo Leuco. http://alfredoleuco.com.ar	

Agradecimientos

Culminar esta etapa en la vida académica es un momento de alta satisfacción personal y también de poner en valor la colaboración de los y las colegas que generosamente me han conducido en este proceso de aprendizaje, investigación y creación.

Mi especial agradecimiento a quienes me animaron a que aflore el aporte personal en esta construcción colectiva de saberes e interrogantes que emergen cuando uno se dispone a encarar una tesis.

Me acompañaron en este recorrido un puñado de autores a los que siento parte de mi pequeño universo, y a los que con cierta osadía me atreví a hacer dialogar en torno a las preguntas que fueron surgiendo en el análisis del corpus. Los interpelé actualizados a una realidad semiótica muy diferente a la que habitaron.

La tesis doctoral no dejó de ser un nuevo parto, con todas las connotaciones y sentidos del término. Es difícil soltarla, darle el punto final... siempre parece que hay algo nuevo para decir que completa o mejora lo anterior, que abre otras líneas para un nuevo capítulo.

Gracias a Paulina Brunetti, mi directora, que me animó a escribir sin pedir permiso y a mirar con detenimiento; a mi codirectora, Fabiana Martínez por su acompañamiento preciso y su claridad conceptual; a Daniela Spósito por su tutoría abnegada que nos dio el empujoncito final; a Susana Protti mi amorosa compañera de estudios durante los años que cursamos esa tercera cohorte del doctorado en semiótica.

A César y a mis hijes, Martina, Lucrecia y Cristóbal, por los momentos juntos postergados, por cuidar mi concentración y la necesaria soledad de la escritura, aún en tiempos de vacaciones. Y este trabajo esta especialmente dedicado a Juan Carlos y Martha, que de ellos aprendí la perseverancia del andar y recibí la incondicionalidad del amor de padres.

Mariela L. Parisi

Resumen

Esta tesis titulada “Periodismo de Autor 2.0: *êthos* discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)” es un estudio exploratorio que se enmarca en las investigaciones relativas al Análisis del Discurso, desde un recorte específico: la producción discursiva que periodistas cordobeses realizan a través de sus blogs¹ o sitios web personales, práctica que hemos definido como “*periodismo de autor 2.0*”

De ahí que la opción metodológica y la dimensión analítica de este trabajo se sitúa en el ámbito de la producción discursiva del enunciador, con el fin de describir las huellas que las condiciones de producción (Verón, 1988) han dejado en el discurso, -entendiendo por *huellas* a las propiedades del discurso que se relacionan con las condiciones de producción social del mismo.

A través del estudio de un corpus constituido por 33 publicaciones de cinco sitios periodísticos, la investigación propone indagar en un tipo novedoso de construcción identitaria: el *êthos* o identidad digital de los periodistas que publican contenidos en plataformas virtuales, configurando una presentación especial de sí mismos en tanto enunciadores que se pronuncian a través de materialidades significantes digitales; es decir, que construyen un yo digital predispuesto a la interacción con sus seguidores virtuales.

Como hipótesis de trabajo sostenemos que la operación de “presentación de sí mismo” (Amossy, 2010)² -como proyección de identidad y efecto de “realidad” (Barthes, 1987)- busca obtener el reconocimiento de los lectores/usuarios³, a través

¹ En este trabajo utilizamos como sinónimo de blogs los términos weblogs y bitácoras. También hacemos referencia a los sitios personales homologándolos a los blogs.

² En esta investigación, los términos “presentación de sí”, “identidad” y “ethos” se consideran como sinónimos.

³ Carlos Scolari (2014), actualiza el término lector/usuario: “Si, como sostenía Umberto Eco en los 80, cada texto generó a su lector, hoy cada interfaz construye su usuario”.

de la exhibición de atributos que conforman el *êthos*, a partir del cual se refuerza la credibilidad del discurso.

En el desarrollo teórico se tienen en cuenta las complejas condiciones de producción sociales, culturales y tecnológicas que habilitaron la proliferación de nuevos soportes digitales, entre ellos, el blog. Este soporte opera acreditando dispositivos de enunciación en los que las figuras del enunciador periodístico, los destinatarios y los vínculos entre ellos admiten nuevas formas, cuya legitimación se centra más en la figura del periodista antes que en las entidades institucionales periodísticas clásicas.

En este sentido, podemos pensar que, en la posición de enunciador ocupada por el periodista, restablecer el nombre propio supone actualizar la confianza que fueron perdiendo con sus lectores, tanto por los condicionamientos y censuras veladas como por la misma crisis de representación de los medios hegemónicos. Pero también, el blog puede funcionar como amplificador del *yo periodista* forjado en los medios tradicionales, como una vidriera donde proyectar una imagen en la que puedan identificarse los nuevos consumidores de medios en Internet.

Así, la investigación aborda una problemática significativa que estudia soportes novedosos, interpela producciones locales y aplica herramientas semióticas para el análisis de estos corpus, aportando al campo de estudios sobre discursos mediáticos y sus vinculaciones con las singulares formas de emergencia de subjetividades actuales.

Finalmente, relacionamos los resultados del análisis del corpus con la propuesta del constructo *periodismo de autor 2.0* como un nuevo género periodístico instaurador de discursividad y surgido en la primera década del siglo XXI.

Para ello tenemos en cuenta las nuevas gramáticas de producción, es decir, las particularidades sobre cómo se inscribe el sentido en la materia significativa del soporte blog. Así, caracterizamos las funciones que cumple el enunciador en este nuevo género periodístico e indagamos si el *Periodismo de autor 2.0* puede ser pensado como un novedoso modo del discurso informativo articulado con la autorreferencialidad característica de los blogs personales que conviven en el ecosistema mediático.

Summary

This thesis entitled "Author Journalism 2.0: discursive *êthos* in emerging digital media (Argentina, 2006-2017)" is an exploratory study that is part of the research related to Discourse Analysis, from a specific clipping: the discursive production that Cordovan journalists they carry out through their blogs or personal websites, a practice that we have defined as "author journalism 2.0"

Hence, the methodological option and the analytical dimension of this work are situated in the field of the enunciator's discursive production, in order to describe the traces that the production conditions (Verón, 1988) have left in the discourse, - understanding by traces to the properties of the discourse that are related to the conditions of its social production.

Through the study of a corpus made up of 33 publications from five journalistic sites, the research proposes to investigate a new type of identity construction: the *êthos* or digital identity of journalists who publish content on virtual platforms, configuring a special presentation of themselves as enunciators who pronounce themselves through significant digital materialities; that is, they build a digital self-predisposed to interaction with their virtual followers.

As a working hypothesis we maintain that the operation of "presentation of oneself" (Amossy, 2010) -as projection of identity and effect of "reality" (Barthes, 1987) - seeks to obtain the recognition of readers / users, through the display of attributes that make up the *êthos*, from which the credibility of the discourse is reinforced.

The theoretical development takes into account the complex social, cultural and technological production conditions that enabled the proliferation of new digital media, including the blog. This support operates by enabling enunciation devices in which the figures of the journalistic enunciator, the recipients and the links between them admit new forms, whose legitimation is focused more on the figure of the journalist rather than on the classic journalistic institutional entities.

In this sense, we can think that, in the position of enunciator occupied by the journalist, reestablishing the proper name implies updating the trust that they were losing with their readers, both due to the veiled conditioning and censorship as well as

the crisis of representation of the media hegemonic. But also, the blog can function as an amplifier of the journalist self-forged in the traditional media, like a showcase where to project an image in which new consumers of Internet media can identify themselves.

Thus, the research addresses a significant problem that studies novel supports, questions local productions and applies semiotic tools for the analysis of these corpus, contributing to the field of studies on media discourses and their links with the unique forms of emergence of current subjectivities.

Finally, we relate the results of the corpus analysis with the proposal of the author journalism 2.0 construct as a new journalistic genre that establishes discursivity and emerged in the first decade of the 21st century.

For this we take into account the new production grammars, that is, the particularities about how meaning is inscribed in the significant matter of the blog support. Thus, we characterize the functions that the enunciator fulfills in this new journalistic genre and we investigate whether Author Journalism 2.0 can be thought of as a new way of informative discourse articulated with the self-referential characteristic of personal blogs that coexist in the media ecosystem.

INTRODUCCIÓN

A partir de la década del '90 la industria mediática fue impactada por las tecnologías digitales que modificaron las comunicaciones y generaron nuevos procesos de producción, circulación y consumo de la información. Con el desarrollo de la Web 2.0 asistimos a un creciente proceso de individuación de los consumos de contenidos en Internet, segmentados de acuerdo a intereses específicos del usuario relativos a entretenimiento, información y publicidad de productos y servicios⁴. Los cambios no sólo transformaron la forma en la que se produce la información sino también la manera en que se establece el encuentro de los periodistas con los públicos, quienes conviven con una multiplicidad de medios y contenidos disponibles en la Web.

Esta tendencia parece congruente con los procesos de individualización de la construcción identitaria de periodistas y también del vínculo que crean con los lectores/usuarios. Nos interesa particularmente comprender el modo en que los periodistas, legitimados en el prestigio previo como tales y en la producción discursiva en los blogs personales, constituyen sus identidades digitales.

La indagación avanzará a través del análisis discursivo de un corpus constituido por publicaciones en blogs periodísticos personales durante el período 2006-2017 cuyos autores son periodistas cordobeses consagrados en su profesión, que han logrado reconocimiento público por el trabajo en medios de comunicación tradicionales en los que han forjado su trayectoria profesional, lo que da cuenta de un *êthos* previo y de un *êthos* institucional en cada uno de ellos.

La investigación propone indagar en un tipo específico y novedoso de construcción identitaria: la identidad digital de los periodistas que publican contenidos en plataformas virtuales, configurando una presentación especial de sí mismos en tanto enunciadores que se pronuncian a través de materialidades significantes digitales; es decir, que construyen un yo digital predispuesto a la interacción con sus seguidores virtuales.

Dadas las características y especificidades de los sitios web, para analizar la presentación de sí, además de elementos lingüístico-discursivos debemos tener en

⁴ Los subsegmentos de públicos son definidos de acuerdo a rasgos y atributos de identidad, gustos, expectativas, preferencias, hábitos, creencias y consumos constantes.

cuenta todos los elementos que ofrece la *interfaz* -opciones para la transposición de la idea de sí a recursos gráficos, sonoros y visuales; elecciones de visibilidad, recorridos de lectura, etc.-, de los que se vale el periodista como narrador para la puesta en escena de su *êthos* digital.

La delimitación del objeto de estudio y el interés en su abordaje aparecen como resultado de un primer acercamiento a los blogs, en los que puede visualizarse la conformación del *êthos* mediante características distintivas. Por ejemplo, en los casos estudiados, veremos una revalorización del nombre propio, y un empoderamiento del periodista en su función-autor: “un periodista dice”, “periodista y politólogo”, “Perspectivas de...”, “Le doy mi palabra” son ejemplos de los nombres y lemas con que encabezan sus blogs Sergio Carreras, Claudio Fantini, Enrique Lacolla y Alfredo Leuco, respectivamente.

A partir de las observaciones preliminares de los contenidos posteados por los periodistas y considerando las problemáticas de época en torno a la repercusión de las tecnologías digitales de la comunicación en la producción informativa, aparecieron las primeras conjeturas y el problema de investigación.

De ahí, nos propusimos identificar y conocer las características que asume la presentación de sí de los periodistas en sus blogs o sitios personales. Por ejemplo, ¿por qué un periodista postea en su blog o sus redes personales una opinión que no publicó en el medio tradicional donde trabaja? ¿Es posible pensar que una identidad digital en sitios personales les permite ciertas libertades que no son posibles en los medios hegemónicos?

Acaso, ¿el conjunto de restricciones que constituyen las gramáticas de producción (Verón, 1988)⁵ de estos discursos periodísticos, se modifica según las diferentes instancias de enunciación en las que este *yo* emerge y es enmarcado?

⁵ Eliseo Verón distingue dos puntos de vista irreductibles sobre los procesos de producción de sentido, que dan lugar a los conceptos de gramáticas de producción y gramáticas de reconocimiento (Verón, 1988). Afirma que la realidad social se construye en la semiosis social, a la cual define como la dimensión significante de los fenómenos sociales. Todo discurso se relaciona, a partir de determinadas reglas, tanto con sus condiciones de producción (que son las que dan cuenta de la generación de un discurso) como con sus condiciones de reconocimiento (las que determinan las restricciones de la recepción de un discurso). Dichas reglas componen lo que Verón llama gramáticas. Las reglas de generación corresponden a las gramáticas de producción; y las de lectura, a las gramáticas de reconocimiento. Las relaciones entre la gramática de producción y la gramática de reconocimiento para un determinado discurso implican una serie de mecanismos que forman parte del sistema productivo; y se dan dentro de lo que Verón llama circulación. El concepto de lo ideológico corresponde al nivel de las gramáticas de producción. En tanto que, en la dimensión discursiva, lo ideológico

En los sitios personales estudiados la construcción de la identidad pareciera estar articulada directamente a la instalación o refuerzo del nombre propio como atributo de identificación y diferenciación, tal como funciona la marca de fábrica en los productos, lo que provocaría un efecto de subjetividad y de desinstitucionalización en las estrategias discursivas.

En la misma época en que aparecieron los blogs, surgieron otros programas periodísticos⁶ emitidos por la televisión pública argentina- que pusieron en cuestión o al menos evidenciaron la existencia de intereses relacionados a la línea editorial de los medios masivos. Tal vez, esta tendencia de época, ¿obligó a que algunos periodistas necesiten hacer explícitos los condicionamientos editoriales sufridos?

Como respuesta tentativa a estos interrogantes, creemos que en algunos de los discursos de los periodistas analizados existe una necesidad de recuperar el nombre propio como garantía de credibilidad para refundar el contrato establecido entre enunciador y destinatario, ante la tendencia mercantil de los medios hegemónicos y la transformación de las rutinas de producción, circulación y consumo de la información, en donde el periodismo de investigación parece tener cada vez menos espacio/tiempo/recursos.

Como se demostrará más adelante, la operación de *presentación de sí mismo*⁷ - como proyección de identidad y *efecto de realidad* (Barthes, 1987)- busca obtener el reconocimiento de los lectores/usuarios. A través de la exhibición de atributos que conforman el *êthos* de periodista se cimienta la credibilidad del discurso y de las opiniones que publican en sus blogs.

En este sentido, podemos pensar que, en la posición de enunciador ocupada por el periodista, restablecer el nombre propio supone actualizar la confianza que fueron perdiendo con sus lectores, tanto por los condicionamientos y censuras veladas como por la misma crisis de representación de los medios hegemónicos. Pero también, el blog

no puede desprenderse de unas “ciertas condiciones económicas, sociales, políticas e institucionales” (2004: 45), es decir, no puede generarse fuera de sus condiciones productivas.

⁶ Por ejemplo: el programa televisivo “6-7-8” (leído seis, siete, ocho), fue un programa periodístico político de línea editorial crítica al establishment mediático y en apoyo al gobierno kirchnerista. Emitido por la TV Pública argentina (canal 7) desde marzo de 2009 a diciembre de 2015. En la misma época se producía el programa “En el medio” emitido por Canal Encuentro, propuesta cultural por cable de la televisión estatal argentina.

⁷ En esta investigación, los términos “presentación de sí”, “identidad” y “*êthos*” se equivalen, en un sentido amplio.

puede funcionar como amplificador del *yo periodista* forjado en los medios tradicionales, como una vidriera donde proyectar una imagen en la que puedan identificarse los nuevos consumidores de medios en Internet.

Más allá de las variaciones en su uso y apropiación, el tema aparece relevante en cuanto ofrece la posibilidad de indagar en las características de la presentación de sí y la construcción de la identidad digital de los periodistas como un fenómeno reciente, con escasos antecedentes de investigación dada su contemporaneidad.

Este estudio exploratorio se enmarca en las investigaciones relativas al Análisis del Discurso, desde un recorte específico: la producción discursiva que periodistas cordobeses realizan a través de sus blogs⁸ o sitios web personales, práctica que hemos definido como "*periodismo de autor 2.0*".

De ahí que la opción metodológica y la dimensión analítica de este trabajo se sitúan en el ámbito de la producción discursiva del enunciador, con el fin de describir las huellas que las condiciones de producción (Verón, 1988) han dejado en el discurso, -entendiendo por *huellas* a las propiedades del discurso que se relacionan con las condiciones de producción social del mismo⁹.

La incursión en el estudio sociosemiótico del periodismo digital y la emergencia de dispositivos de enunciación virtuales, nos llevó a definir el núcleo de la investigación considerando el cruce de problemáticas relacionadas al campo del periodismo, la

⁸ Los blogs son En este trabajo utilizamos como sinónimo de blogs los términos weblogs y bitácoras. También hacemos referencia a los sitios personales homologándolos a los blogs. Su surgimiento y evolución se desarrolla en el *Capítulo 3*.

⁹ Eliseo Verón distingue dos puntos de vista irreductibles sobre los procesos de producción de sentido, que dan lugar a los conceptos de gramáticas de producción y gramáticas de reconocimiento (Verón, 1988). Afirma que la realidad social se construye en la semiosis social, a la cual define como la dimensión significante de los fenómenos sociales. Todo discurso se relaciona, a partir de determinadas reglas, tanto con sus condiciones de producción (que son las que dan cuenta de la generación de un discurso) como con sus condiciones de reconocimiento (las que determinan las restricciones de la recepción de un discurso). Dichas reglas componen lo que Verón llama gramáticas. Las reglas de generación corresponden a las gramáticas de producción; y las de lectura, a las gramáticas de reconocimiento. Las relaciones entre la gramática de producción y la gramática de reconocimiento para un determinado discurso implican una serie de mecanismos que forman parte del sistema productivo; y se dan dentro de lo que Verón llama circulación. El concepto de lo ideológico corresponde al nivel de las gramáticas de producción. En tanto que, en la dimensión discursiva, lo ideológico no puede desprenderse de unas "ciertas condiciones económicas, sociales, políticas e institucionales" (2004: 45), es decir, no puede generarse fuera de sus condiciones productivas.

irrupción de las tecnologías digitales y el surgimiento de nuevas maneras de presentación de los periodistas en sus interacciones con el lector/usuario¹⁰.

En los últimos años, asistimos a tres grandes transformaciones que cambiaron el escenario de los medios de comunicación y de los periodistas: primero, la innovación en los soportes/lenguajes usados para las comunicaciones a partir de las tecnologías y la convergencia digital (Salavarría, R. Y Negredo, S., 2009; Becerra, M., 2004, 2009); segundo, el cambio en los procesos de producción/consumo de los contenidos periodísticos estrechamente ligados a la inmediatez, la síntesis, los 120 caracteres de Twitter, el poder de la imagen en Instagram y la tendencia a la espectacularización de la intimidad y la realidad (Navarro Zamora, L., 2012, 2013; Cassany, 2012; Sibilia, 2008); tercero, la crisis de legitimación de los medios tradicionales masivos- dado que “ya no resulta creíble seguir pensando en los medios como instancia neutral” (Kitzberger, 2005:15; Escudero, 2005); sumado a que los propios agentes del campo periodístico comienzan a mirarse a sí mismos poniendo en cuestión la “borradura enunciativa”¹¹ (Amossy, 2010), o sea, la objetividad de la información.

A partir de este giro, se van explicitando las imbricaciones de intereses de grupos económico-políticos detrás de los medios y su relación con los contenidos difundidos (la instalación de agenda y los marcos sesgados de lectura) y, a partir de 2016, se fue poniendo en evidencia la idea y el ejercicio de la posverdad¹² como realidad fabricada para persuadir e influir en los climas de opinión.

Nuestro objeto de estudio se construye a partir de una nueva modalidad que asume la manera de abordar la profesión periodística en Argentina a la que llamamos *Periodismo de Autor 2.0*, que se fue desarrollando con el avance de Internet y la

¹⁰ Carlos Scolari (2014), para referirse a los procesos de comunicación mediados por Internet, actualiza el término lector nominándolo como lector/usuario, y explica: “Si, como sostenía Umberto Eco en los 80, cada texto generó a su lector, hoy cada interfaz construye su usuario”.

¹¹ El concepto de “Borradura enunciativa” desarrollado por Amossy (2010:200) hace referencia al uso de una pseudoimparcialidad en donde el locutor trata de ausentarse de su discurso y borrar su éthos. También identifica algunas herramientas que dispone el discurso periodístico para practicar esta borradura enunciativa.

¹² La posverdad alude a la distancia cada vez mayor entre los discursos de los políticos y los hechos reales que producen, ya que estos últimos influyen menos en la opinión pública que los llamados a la emoción y la creencia personal. El creador del término fue David Roberts y se refería a las políticas que negaban el cambio climático pese a la evidencia científica al respecto. Pero fue el diccionario de Oxford en 2016 que estableció a “*post-truth*” como la palabra del año (en diciembre de este año se incorpora al diccionario de la RAE como sustantivo y sin guion en el medio). <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>

Carpintero, E. (2017) señala que “la digitalización de los intercambios sociales lleva a que los sujetos se aislen y se comuniquen con quienes ya piensan como ellos. De esta manera comparten sus creencias sin importar si la noticia que difunden es falsa o verdadera”.

proliferación de blogs¹³ y sitios personales como una nueva forma de comunicación en los albores de este siglo XXI (Pardo Kuklinski, H.: 2009; Edo, C.: 2009; Cebrián Herreros y Flores Vivar, J.:2007; Orihuela, J.L.: 2004).

El blog es un formato de publicación web que presenta una jerarquía de textos, imágenes, objetos multimedia y datos en orden cronológico. Exige de sus autores unas capacidades técnicas mínimas y permite a éstos incorporar contenidos (publicaciones o post) con cierta frecuencia (Fumero, 2006; Sáez Vacas, 2005; Frascaroli, 2008).

En Argentina, el fenómeno de aparición de los blogs y su esplendor como soporte digital de escritura fue simultáneo a la reformulación del campo intelectual, periodístico y literario por la crisis estructural que atravesó el país a fines de 2001 (Vigna, D., 2014). Los blogs fueron perdiendo fuerza hacia finales de la primera década, sobre todo cuando en 2007 se crea Twitter que rápidamente se extiende como preferencia de los usuarios y amenaza el formato blog (Pardo Kuklinski, 2009:255). Sin embargo, observamos que, en los últimos años, hay una revivificación de los blogs en su formato original o adaptados a sitio web personales.

Según datos de la encuesta nacional de consumos culturales, entre 2013 y 2017¹⁴, los lectores de revistas disminuyeron del 47% al 23,8%. La contraparte de esta caída del consumo de revistas es la sobrevida, pero en constante mejoría de los blogs que habían sido dados por muertos.

En 2013, el 14% de los lectores lo hacía a través de blogs y otras variantes de publicación digital, pero en 2017, ese 14% se transformó en un 27%. De esta manera, el fenómeno de tener presencia en primera persona en las nuevas pantallas disponibles alberga a numerosos profesionales de la comunicación y el periodismo quienes construyen una identidad virtual y deciden abrir un sitio personal donde publicar periódicamente.

Desde esta perspectiva surgen algunas cuestiones: vemos que los periodistas argentinos se disponen a jugar este juego porque encuentran en las redes y en los sitios web una posibilidad de superar los condicionamientos y la crisis de representatividad

¹³ El Blog es un formato de publicación web que presenta una jerarquía de textos, imágenes, objetos multimedia y datos, en orden cronológico. Esta soportado por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar la funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia

¹⁴ Datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017. SinCa. Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación, Argentina. file:///C:/Users/Cesar/Downloads/ENCC%202017%20Informe%20General.pdf

del medio tradicional y conservar la posición ocupada. Por ejemplo, ¿por qué un periodista postea en su blog o sus redes personales una opinión que no publicó en el medio tradicional donde trabaja?, ¿es posible pensar que el *doble digital* les permite ciertas licencias que no son posibles en los medios tradicionales?

En la prensa gráfica tradicional de Argentina, desde la década del '60 tener "firma" equivalía a moldear un nombre en la profesión periodística (Bernetti, 1998). En el nuevo contexto convergente, el periodista siente afectada su reputación, sus atributos de identidad en la cadena de producción de la noticia, y por ello necesita re-empoderarse en este espacio virtual para recuperar su *êthos*, regenerar su imagen, reposicionarse en el espacio público. Asimismo, la construcción de su identidad virtual a través de la presentación de sí mismo se articula con la necesaria refundación del contrato de lectura que le obliga a una mayor autenticidad, quizás para no defraudar al destinatario.

En este sentido, la noción del periodista como "autor" es contingente y encuentra reformulaciones en diferentes condiciones de posibilidad, tecnológicas, sociales, históricas. A veces subsumido bajo el nombre de medios de gran legitimación que aparecen como garantes de un "contrato fiduciario" (Escudero, 1996:45-46); hoy, con su nombre propio y su firma virtual como garante de nuevos contratos de verosimilitud, o de "decir verdadero".

En cuanto a nuestras metas, en esta tesis nos preguntamos si es posible conceptualizar, en la Argentina de principios de siglo XXI y, debido a la crisis de legitimación de los medios tradicionales, a la irrupción de nuevas tecnologías que suponen nuevos modos de circulación y consumo y la extimidad y lo autobiográfico exhibidos como espectáculo, un nuevo género periodístico: el Periodismo de Autor 2.0, que expresa la hibridez entre el discurso periodístico-informativo y las nuevas formas de construir la subjetividad en Internet.

Así, el objetivo general de la investigación es analizar y describir las características que asume la construcción de identidades digitales en los periodistas a través de la presentación de sí o *êthos* discursivo plasmado en sus publicaciones personales alojadas en blogs o sitios web propios.

Estos puntos de partida enmarcan el análisis del corpus que se cruza con las tendencias contextuales en que surge el fenómeno de estudio, entre las que se destacan

las formas en que los sujetos constituyen un yo virtual, idealizado y espectacularizado para interactuar con los otros sujetos usuarios, miembros de la misma red. Es decir que el sujeto se convierte en referente y mensaje de sí mismo, el cual es compartido a otros.

Desde un punto de vista semiótico, esto implica describir nuevos dispositivos de enunciación en los cuales se configuran novedosas estrategias discursivas que configuran al yo periodístico y su capacidad de decir verdad, estableciendo a la vez nuevos vínculos con los destinatarios.

Por todo lo expuesto, nuestra investigación plantea los siguientes interrogantes:

En vistas a describir la construcción de identidades digitales de los periodistas argentinos en sus blogs personales, nos propusimos indagar la presentación de sí o *êthos* periodístico en sus publicaciones a través de la siguiente pregunta general: ¿Qué modalidades asume la presentación de sí mismo o *êthos* inscripto en el discurso de los periodistas en sus blogs o sitios personales como dispositivos de enunciación? ¿A partir de qué huellas u operaciones discursivas se configura este nuevo *êthos*?

Para poder rastrear los elementos que componen nuestro problema, determinamos las siguientes preguntas que se corresponderán con los objetivos específicos de la investigación:

En un contexto de digitalización generalizada de los medios de comunicación, ¿Qué procesos de articulación existen entre el desarrollo de los nuevos soportes digitales como los blogs y sitios personales y la emergencia de nuevas estrategias de configuración del enunciador periodístico y su *êthos* discursivo?; ¿Qué nuevos contratos de lecturas o dispositivos de enunciación reconfiguran las figuras y los vínculos discursivos del enunciador y la constitución de sus destinatarios, lectores/usuarios¹⁵? Las nuevas modalidades de escritura digital, ¿cómo inciden en la presentación de sí de los periodistas en la emergencia de nuevos géneros y discursividades? ¿Hasta qué punto es posible afirmar que estas nuevas formas de

¹⁵ El destinatario al que nominamos “lector/usuario” refiere a la imagen discursiva que se construye del tú en el enunciado, o sea, el lector/ usuario no refiere a un sujeto empírico sino aquel a quien se destina el enunciado.

circulación digital e inscripción de subjetividades constituyen uno o más géneros discursivos periodísticos emergentes?

A partir de las preguntas-problema sobre el sentido y las características que adquiere la construcción de un yo digital en el discurso de los periodistas consagrados, se formularon dos hipótesis de trabajo que guían nuestra investigación y suponen que estaríamos ante la presencia de un nuevo género periodístico en la Argentina de principio de siglo XXI:

1. El “*Periodismo de autor 2.0*” sería un emergente dado por la urgencia del periodista de recuperar el nombre propio como garantía de confianza que le permita refundar el contrato de lectura con el destinatario constituido como lector/usuario, ante la mercantilización de los medios tradicionales, la transformación de sus rutinas de producción/consumo y la crisis de legitimación que pone en jaque la credibilidad de las mediaciones tradicionales. La construcción de su yo digital en el discurso le permite colocarse como garante de la profesión, ligado a la posibilidad de superar las limitaciones de los medios institucionales, conservando la posición ocupada y fortaleciendo el *êthos* discursivo “soy periodista”.

2. La presentación de sí mismo configura un *êthos periodístico de autor 2.0* en que el periodista instala su nombre en los discursos como principal estrategia de legitimación de su subjetividad- a veces para fortalecer y amplificar su *êthos* previo e institucional hacia nuevos usuarios, adaptándose a los cambios en los modos actuales de construcción de la subjetividad¹⁶.

Se da entonces un proceso de personalización en la presentación de la información, por la cual la verosimilitud, cuestión central en el discurso periodístico, pasa a depender del sujeto que habla (tal como este se construya en su discurso) y no ya de las instituciones a las que pertenece. Verdad, confianza y credibilidad se articulan

¹⁶En el artículo *Esta ahí lo veo, me habla*, Verón analiza este proceso en la televisión francesa de los 80 (1983b). El periodista ya no es el punto de pasaje neutro de una información sino la instancia que garantiza creencia, contacto y verdad. En nuestro estudio la operación se “recrea” en las materias significantes específicas de los soportes digitales.

en nuevas estrategias discursivas, más dependientes de una firma, un nombre propio, que a su vez pone en juego componentes simbólicos biográficos y del yo.

Partiendo del análisis discursivo del corpus constituido por las publicaciones alojadas en los blogs periodísticos estudiados, nos proponemos como objetivo general, reconocer si las nuevas formas de escritura digital en los blogs de los periodistas y la particular inscripción de las subjetividades en el discurso periodístico constituyen un género discursivo emergente; y en este sentido, proponer al periodismo de autor 2.0 como nuevo género periodístico en la Argentina de principios de siglo XXI.

En vistas a lograr este propósito general, planteamos como objetivos específicos a tal fin: analizar las características que asume la construcción de Identidades digitales de los periodistas a través de la presentación de sí o *êthos* discursivo plasmado en sus blogs o sitios personales; reconstituir la “puesta en escena del yo” y cómo se desarrolla en el discurso periodístico de autor la construcción de la autoimagen inscripta en sus blogs o sitios personales; vincular las estrategias de configuración del enunciador periodístico y su *êthos* discursivo con las características de los nuevos soportes digitales; caracterizar la posición y los roles que asume el “periodista 2.0” como enunciador en relación a los vínculos discursivos que establece con sus destinatarios, lectores/usuarios; identificar las figuras que constituyen un nuevo contrato de lectura o dispositivo de enunciación entre el periodista 2.0 y sus lectores/usuarios y que actualizan la ilusión de referencialidad; e identificar las características y funciones del enunciador en las nuevas modalidades del decir en el discurso periodístico en los blogs.

En las primeras aproximaciones a las publicaciones en soportes digitales de los blogs o sitios personales, observamos que el fenómeno de tener presencia en primera persona en las nuevas plataformas alberga a numerosos profesionales de la comunicación y el periodismo quienes construyen una identidad virtual y deciden publicar/postear periódicamente.

Este indicio nos llevó a considerar como objeto de estudio a los discursos proferidos en los blogs periodísticos, dado que podían reconocerse como medios de comunicación emergentes, con características propias de un novedoso género discursivo que implica una configuración discursiva particular, entre lo íntimo, lo biográfico y lo informativo.

En los blogs periodísticos personales el enunciador se configura a partir de su *êthos* profesional, es decir, el autor construye su identidad digital desde la posición del periodista, pero a su vez se manifiesta en primera persona.

Estas presunciones enmarcan el análisis del corpus que se cruza con los datos del contexto en el que surge el fenómeno de estudio, el que por su contemporaneidad y por tratarse de una investigación del tiempo presente cuenta con escasos antecedentes específicos.

Cabe aclarar que no se trata de un estudio cuantitativo que dé cuenta del universo de los blogs periodísticos en la Argentina. De ahí que seleccionamos un conjunto de textos producidos en condiciones homogéneas y según un criterio teórico que los define, y que nos ofrece la posibilidad de dar respuesta a nuestras preguntas de investigación.

Como anticipamos, el criterio de selección focaliza en los blogs de periodistas/autores argentinos (preferentemente cordobeses) consagrados en su profesión, que han logrado reconocimiento público y que mantienen o han desarrollado un trabajo sostenido en medios tradicionales en los que han forjado su trayectoria, lo que da cuenta de un *êthos* previo y de un *êthos* institucional en cada uno de ellos.

Además, se han escogido periodistas que publican de manera continua y con cierta periodicidad en sus sitios o bitácoras personales entre el período que abarca los años 2006-2017. Este último criterio se decidió tomando en cuenta que, en el momento de la construcción y análisis del corpus, estas fechas marcan los primeros años en que surgen los blogs, el auge en el uso del soporte, su amesetamiento y -lo que consideramos-el actual resurgir de los sitios personales en los últimos 3 años.

Estas decisiones se vinculan al interés específico planteado en la investigación, referido a iniciar una cartografía del fenómeno en su dimensión geográfica local, a pesar que en la Web las coordenadas espacio-temporales se desdibujan dada la ubicuidad e instantaneidad característica de Internet.

De ahí que el estudio se circunscribe a los blogs de cinco periodistas de Córdoba (Argentina): Enrique Lacolla, Sergio Carreras, Claudio Fantini, Mariano Saravia y Alfredo Leuco.

La selección de los textos (publicaciones/posteos) de cada autor se realizó teniendo en cuenta algunos criterios tales como: optar por aquellos textos que toman al Periodismo o los Medios como temática y hablan del mundo de la profesión, con el objeto de identificar la proyección de su *êthos* de periodista.

A su vez, se han tenido en cuenta las publicaciones o posts que refieren a las posibles funciones del blog como vidriera de presentación de las actividades que realizan como parte de la conformación de su *êthos* profesional y hablan del reconocimiento social de su experticia (presentaciones, libros, conferencias, entrevistas a ellos mismo, etc.).

También, se escogieron posts en función de aquellos temas que se refieren a la política del momento, en donde toman posición e instalan agenda.

Asimismo, se tomaron publicaciones por año, cuyo número difiere en función del momento de inicio del uso del blog y la frecuencia de posteo de cada uno.

El periodista Enrique Lacolla abre su blog “Perspectivas” y realiza su primera publicación el 1 de agosto de 2007. Mantiene una periodicidad constante desde entonces y hasta la actualidad. Sus posts tienen un mismo estilo, son columnas de opinión compuestas por textos y a veces acompañados de una fotografía o ilustración, similares a la prensa gráfica.

Sergio Carreras es uno de los pioneros, comienza a postear en el blog “Un periodista dice” en febrero de 2006. Durante los primeros años tiene una producción regular exclusiva para el sitio, que va decreciendo paulatinamente a partir de 2015 donde comienzan a incrementarse los enlaces a notas propias publicadas en La Voz del Interior. En su caso, los posts también respetan el formato del periodismo gráfico incorporando texto y a veces imágenes que lo ilustran.

Claudio Fantini, inaugura su sitio homónimo en marzo de 2006, pero permanece inactivo hasta enero de 2010. A partir de allí y hasta la actualidad incorpora contenidos textuales con o sin imágenes fijas, audiovisuales (fragmentos de sus programas de TV) y sonoros (audios de su participación en programas de radio).

Mariano Saravia comienza de manera tardía su actividad bloguera, publica por primera vez recién en mayo de 2016, en la nueva oleada que revive el formato. Por esta razón los posts que se incorporan al corpus son más actuales. Su sitio es multimedial por lo que incluye columnas audiovisuales, radiales y escritas.

Alfredo Leuco, crea su sitio “Le doy mi palabra” en mayo de 2012. Allí publica con regularidad diariamente y hasta la actualidad. Sus posteos son textos de opinión (generalmente sin fotos), y también incorpora sus columnas y entrevistas audiovisuales en el programa con el mismo nombre: “Le doy mi palabra” emitido en Canal 26 (televisión por cable).

En el *Capítulo 1*, desarrollaremos el marco teórico y metodológico que construimos, vinculando las nociones teóricas que mejor se ajustan a los objetivos y preguntas de nuestra investigación. En primera instancia desarrollaremos la categoría de Discurso, vinculando las concepciones sobre enunciación y sujeto discursivo retomando la tradición de Benveniste y adoptando el marco de la teoría de los discursos sociales de Verón.

Desde la categoría teórica de Enunciador como sujeto discursivo, y para focalizar en un tipo particular de enunciador que se configura en el discurso periodístico, retomaremos el concepto de autoría (Foucault, 1969; Arfuch, 2002) en relación a nuestro objeto de estudio (los blogs de autores/ periodistas). Estas categorías teórico metodológicas nos servirán para avanzar en el objetivo propuesto en este trabajo, relativo a la definición del *periodismo de autor 2.0* como género disruptivo en los discursos de la información.

Así, abordaremos algunos aspectos sobre cómo se inscribe la marca del autor en los discursos periodísticos donde se imbrican aspectos del relato sobre la realidad, sobre la construcción del acontecimiento, mixturado con las licencias que posibilita un espacio biográfico como el blog personal en entornos digitales.

Entonces, veremos que la categoría “función-autor” (Foucault, 2010:22-27) aparece en la historia como un estatuto realista portador del poder creador de un texto. El valor de un texto depende de la “santidad del autor”. Así, el autor es un campo de coherencia que legitima lo dicho en el enunciado y en las formas de constitución de las subjetividades contemporáneas el mito del autor reaparece con fuerza.

En este sentido, retomaremos la propuesta de Arfuch (2010) complementándola con la mirada de Sibilía (2004 y 2008) para quien las nuevas formas de ser y estar en el mundo surgidas en Internet, los blogs entre ellas, muestran una reconfiguración en la construcción de las subjetividades.

Si bien, nuestra indagación se aproxima a cuestiones relativas a la naturaleza y funciones del *êthos* discursivo de los periodistas en entornos virtuales, como parte del análisis, encontramos una vinculación directa con las atmósferas socioculturales contemporáneas que hablan de un volver al “espacio biográfico” (Arfuch, 2010), y hacen foco en la exaltación marcada del yo y la espectacularización de la propia personalidad manifestada en “la gestión de sí como una marca” (Sibilia, 2008: 303).

Sin embargo, si bien esta modalidad es compartida en general por todo sujeto/usuario digital, como veremos, adquiere una función diferencial cuando los productores de contenidos son periodistas profesionales.

En este sentido, Sibilia plantea el retorno del autor cuando indaga sobre los géneros autobiográficos que se desarrollan con la irrupción de internet y demuestra que “en estos relatos el autor es también el narrador y el protagonista de la historia contada” (2008: 170).

En el apartado 1.2.3, retomamos la noción bajtiniana de dialogismo, que permite dar cuenta de la aparición del sujeto en el lenguaje a través de las formaciones discursivas y la responsabilidad ideológica del mismo en la conformación de la cultura. A su vez, el análisis de la intertextualidad propuesto por Julia Kristeva (1969:190) nos permite desentrañar las particulares condiciones de producción y reconocimiento del discurso. Pero fundamentalmente nos brinda información acerca de la construcción del *êthos* discursivo puesto en juego por el autor del texto.

En este recorrido, arribamos el concepto de transdiscursividad de Foucault (2010:32) y a la idea de que algunos autores son “instauradores de discursividad”, lo que relacionamos con la emergencia del periodismo de autor 2.0 como nuevo género periodístico en Internet.

Luego, nos introduciremos al tema de la subjetividad en el discurso, recuperando a los pioneros, como Benveniste quien analiza el lenguaje como una dimensión constitutiva de la emergencia del yo y los vínculos intersubjetivos y dialógicos.

Desde la perspectiva de Ruth Amossy, desarrollamos las nociones de *presentación de sí mismo* o *êthos* que nos resultan fundamentales para analizar la proyección de identidad digital de los periodistas en Internet. Amossy elabora una reconfiguración del *êthos* tradicional aristotélico y toma de Maingueneau la idea de

êthos como construcción de una imagen de sí mismo que representa una dimensión constitutiva en el discurso.

Así, el sujeto que habla construye su identidad integrándose a un espacio estructurado que le asigna su lugar y su papel. Este sujeto es una figura discursiva que, al decir de Benveniste, se configura a partir de huellas lingüísticas o de otro nivel, y debe ser discernido de toda existencia de un sujeto empírico previamente constituido. El *ego* se constituye al interior de la enunciación, no es independiente de ella.

A su vez, Amossy relaciona las nociones de *habitus* y *campo* de Bourdieu para hablar del *êthos previo*; y los universos sociodiscursivos de Charaudeau, a través de los cuales las personas construyen estereotipos que funcionan como anclaje a la hora de proyectar una imagen de sí en el discurso.

De ahí, que indagaremos cómo el *êthos* previo remite a estereotipos profesionales o sociales, a la imagen pública de un periodista, a su reputación personal y estatus social orientando a priori la forma en que se percibe y construye su imagen. También, a los fines de esta investigación haremos hincapié en la presentación de sí de los periodistas y la construcción de su imagen a través del *êthos* digital; esto en relación a la idea de borradura enunciativa (Amossy, 2010: 110; 184) que subyace como una tensión constitutiva en los discursos de la prensa en general y de los periodistas 2.0 en particular.

Asimismo, en el apartado 1.3.3 del *Capítulo 1* indagaremos algunas de las relaciones posibles entre la construcción del *êthos* de autor 2.0 y su imbricación con los estereotipos e imaginarios sociales (Amossy, 2001) que constituyen un *êthos* previo de los periodistas y contribuyen a la conformación de una identidad negociada (Amossy, 2010: 112); que deriva en una noción de *êthos* como instrumento de persuasión y de acción sobre el mundo con diferentes finalidades.

Para luego dar paso a la definición de las categorías de *Identidad, imagen y êthos discursivo* tal como serán utilizadas para el estudio de los blogs periodísticos del corpus.

Finalmente, abordaremos el problema del nuevo contrato de lectura que se establece entre enunciador y destinatarios en busca de actualizar la legitimidad de lo dicho y la fidelidad/autenticidad de la relación entre ambos y desarrollamos las categorías metodológicas ligadas a la noción de hipertexto.

En este sentido, consideraremos los aportes de Verón (1985) acerca de la noción de contrato de lectura, el que crea un lazo en el tiempo entre un medio y su receptor, articulando las expectativas y los contenidos del imaginario de los públicos (Baczko, 1984). En el discurso las modalidades del decir (la enunciación) construyen el dispositivo de enunciación que comporta las imágenes del enunciador y del destinatario. Verón analizando la prensa gráfica (más precisamente, los semanarios) identifica en el discurso la propuesta de un “contrato de lectura” entre el enunciador (imagen del que habla) y el destinatario (imagen de aquel al que se dirige el discurso). A través del Contrato de lectura un enunciador se muestra y propone un lugar al destinatario.

En los apartados siguientes que conforman este punto del *Capítulo 1*, haremos referencia a las variaciones en las gramáticas de producción que sufrieron los diarios *on line* en su traspaso del soporte papel a digital, momento en que estas páginas se prepararon para un nuevo tipo de destinatario -más pragmático que el del medio tradicional (Cuesta y Zelcer, 2002). Las estrategias discursivas emergentes – como la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad- configuran e interpelan a un nuevo enunciatario, y veremos que las mismas son traspolables al soporte blog, el que surge paralelo al periodismo en línea. Por último, daremos cuenta de las particularidades del Blog periodístico como dispositivo del discurso.

En el *Capítulo 2*, haremos un repaso por los antecedentes contextuales de la investigación, que definen las condiciones objetivas para el surgimiento de nuestro objeto de estudio; es decir, describiremos las condiciones de producción y las transformaciones generales del periodismo y sus soportes de comunicación.

La investigación pretende vincular la categoría “Periodismo de autor 2.0” y la construcción de identidades digitales con los nuevos modos de construir las subjetividades en la Web 2.0 (Arfuch, 2010; Sibilia, 2008; Samella, 2018), por un lado, así como con la mercantilización y la crisis de representatividad de los medios tradicionales (Mosco, 2009; Becerra, 2012, 2014; Ramonet, 1998).

Por ello, en los primeros apartados se explicitarán las transformaciones que ha sufrido el campo del periodismo a partir de la irrupción de las tecnologías en la comunicación. Dado que, a finales de la década del ’90, los medios masivos comenzaron un proceso de reconversión de redacciones para adaptar sus rutinas de producción a

los nuevos medios y soportes de la información digital. Las innovaciones alcanzaron los modos del quehacer de los periodistas lo que implicó una conversión profunda en la profesión. En este punto, se caracteriza estas nuevas formas del trabajo profesional que se denominaron como e-periodista, periodista digital o ciberperiodista.

Como correlato al cambio de época, los periodistas evidenciaron mayores condicionamientos impuestos por la empresa mediática que coincidió con la paulatina crisis de representatividad de los medios y las mediaciones político-institucionales.

En el *Capítulo 3*, se describirá el contexto de aparición de los blogs en el universo digital que se conoce como la blogósfera, y las características del nuevo soporte. Luego desarrollaremos una revisión del estado del arte sobre el fenómeno de los blogs y realizaremos una breve historización de los antecedentes de alternatividad informativa y de opinión en la web para identificar la génesis de las nuevas narrativas usadas por los periodistas, en lo que definimos como la conformación de nuevos soportes: los blogs periodísticos de autor.

A continuación, el *Capítulo 4* estará dedicado a la presentación del análisis discursivo del corpus que será interpelado según las categorías teórico metodológicas propuestas. El mismo está constituido por 33 publicaciones pertenecientes a los sitios personales de cinco blogs de periodistas/autores que han forjado una trayectoria profesional en medios tradicionales y que publican de manera regular entre el periodo 2006-2017. Como resultado de la indagación se expondrá la configuración del *êthos* discursivo proyectado en los casos de estudio, las estrategias de presentación de sí a tal fin y los efectos de sentido en la enunciación.

Por tanto, procederemos a la interpretación de los datos, definiendo las características comunes y las particularidades en la construcción del *êthos discursivo* de los autores que denominamos periodistas 2.0.

El relevamiento nos llevará a caracterizar qué dice de sí el enunciador en los discursos, cuales marcas de su subjetividad quedan impresas en cada una de las operaciones textuales; qué estrategias utilizan y a qué estereotipos remiten.

Asimismo, la indagación de las marcas convertidas en huellas para el análisis, nos ofrecerá indicios para explicar las funciones y los usos que los periodistas ponen en juego a través de estos medios digitales. Como resultado del análisis de la dimensión enunciativa y de las particularidades en la construcción del sentido en el soporte blog,

indagamos sobre los aspectos que se ponen en juego para crear el efecto de verdad o verosimilitud en el discurso informativo 2.0.

En el *Capítulo 5*, relacionaremos los resultados del análisis del corpus con la propuesta del constructo *periodismo de autor 2.0* como un nuevo género periodístico instaurador de discursividad y surgido en la primera década del siglo XXI. Para ello tendremos en cuenta las nuevas gramáticas de producción, es decir, las particularidades sobre cómo se inscribe el sentido en la materia significativa del soporte blog. Así, caracterizaremos que funciones cumple el enunciador en este nuevo género periodístico e indagaremos si el *periodismo 2.0* puede ser pensado como un novedoso modo del discurso informativo articulado con la autorreferencialidad característica de los blogs personales que conviven en el ecosistema mediático.

Finalmente, se desarrollarán las *Conclusiones* de la investigación que vincularán los lineamientos teóricos y analíticos desarrollados a lo largo de la tesis para volver a considerar las respuestas tentativas iniciales y de este modo, presentar los resultados en base al trabajo interpretativo del corpus.

Asimismo, dejaremos planteadas nuevas preguntas como punto de partida de investigaciones futuras que podrían profundizar el estudio de las identidades digitales y las nuevas narrativas periodísticas.

CAPÍTULO 1

FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

1.1. BASES PARA UNA MIRADA SEMIÓTICA

Esta investigación constituye un estudio sociosemiótico y de análisis discursivo a partir de un corpus que es interpelado desde distintas perspectivas. La Semiótica como indagación científica de los sistemas y procesos de significación, nos permite reconstruir los criterios de pertinencia para formar el significado de los textos (Fabbri, 1999). La semiótica nos resulta así un paradigma de investigación pertinente a nuestro objeto, porque como disciplina está centrada en el estudio del sentido, es decir, sobre cómo se produce sentido desde lo social.

Asimismo, favorece la construcción de conocimiento interdisciplinario que nos permite dar cuenta del campo de las discursividades sociales entendidas como una red semiótica que, investida en diferentes materialidades significantes, atraviesa la multiplicidad de prácticas y procesos de la cultura contemporánea.

A su vez, en el análisis del discurso como campo interdisciplinario (Arnoux, 2008) convergen disciplinas diversas que nos permiten pensar el dispositivo de enunciación que enlaza una organización textual y un lugar social determinado. Analizar discursos es construir interpretaciones teóricamente fundadas a cerca de la relación entre textos y procesos sociales, políticos o culturales, e indagar sobre el sentido social que adquieren en un contexto determinado. El análisis del discurso tiene como objeto de estudio el lenguaje en tanto que produce sentido en una relación de intercambio, que es en sí mismo signo de alguna cosa que no está en él y de la cual es, sin embargo, portador (Charaudeau, 2011).

En este sentido, comprendemos el discurso como práctica social que implica una relación dialéctica entre un evento discursivo particular y la situación, la institución y la estructura social que lo configuran. El discurso es socialmente constitutivo, así como está socialmente constituido: constituye situaciones, objetos de conocimiento, identidades sociales y relaciones entre personas y grupos; el discurso ayuda a reproducir lo dado, pero también contribuye a transformarlo. (Fairclough y Wodak, 1997:258).

Los discursos son las ventanas que nos permiten mirar una construcción de mundo posible y las identidades que se configuran en él (Parisi, 2011a). En relación a esto, asumimos la perspectiva de Peirce, fundador de la semiótica norteamericana, en cuanto a que amplía la visión de los signos más allá de los lingüísticos, concibiendo la actividad de la semiótica vinculada al trabajo que realizan los signos como mecanismos de puesta en acción de encadenamientos de los juicios, en distintos formatos y el modo de poner en marcha la “máquina de los signos” (Marafioti y Bonnin, 2018:20-21) donde los sujetos se convierten en activos partícipes de la producción, recepción e interpretación.

Los signos, las palabras, las maneras de llamar a las cosas, los rituales no son puramente expresivos de una realidad, constituyen esa realidad: “Son palabras que llamamos performativas, poseen una eficacia performativa superlativa (...) Existe la biosfera, la esfera natural de la vida, pero también está la semiósfera donde hay mensajes, signos, rituales humanos que influyen sobre la biosfera, que influyen sobre la realidad”¹⁷.

Para hablar de identidad digital de autor, apelamos a las perspectivas que dan ingreso a la subjetividad en la lengua y por tanto en los discursos – considerando el gran aporte de Emile Benveniste (1979). Tomamos su idea de que la subjetividad es creada en y a través del lenguaje por las tres dimensiones del aparato formal de la enunciación (interpersonal, espacial y temporal). Este mecanismo de la lengua funda la subjetividad en el proceso de la enunciación a través de su producto: el enunciado (Parisi, 2010; Parisi y Protti, 2013).

La perspectiva desarrollada por Ruth Amossy nos permite analizar la presentación de sí, la imagen y el *êthos* proyectado por los periodistas en sus blogs personales (1999, 2010). Por otro lado, a partir de categorías de Verón y otros autores de esta línea, también abordamos el problema del nuevo contrato de lectura que se establece entre los periodistas 2.0 y sus lectores/seguidores.

¹⁷Fabbri (2013) agrega que desde este punto de vista estudiar la semiótica no es estudiar signos sino estudiar la eficacia de esos signos, no la verdad. [Accesible: <https://www.lacapital.com.ar/senales/la-semiotica-los-signos-y-su-eficacia-segun-paolo-fabbri-n437786.html>]

Planteamos que estas nociones se actualizan en la comunicación virtual, atravesada por las nuevas circunstancias de producción, circulación y recepción de la comunicación.

También, sabemos que la relación entre un soporte y su lectura reposa en el contrato de lectura (nexo) entre el discurso del soporte y sus lectores. Ya Verón (1985) advirtió que el “éxito de un soporte de prensa se mide por su capacidad de proponer un contrato que se articule con las expectativas, motivaciones, intereses y contenidos del imaginario de lo decible”, así como, por su capacidad de hacer evolucionar el soporte siguiendo la evolución socio-cultural de los lectores.

En este sentido, el paso del lector al usuario hace referencia al planteo de Carlos Scolari que ya mencionamos en la Introducción (2014, 2017). La explosión de nuevos medios y plataformas ha transformado el consumo mediático, que antes se limitaba a pocos medios a los cuales se les dedicaba mucha atención. Actualmente, los públicos pasamos poco tiempo en muchos medios. Dice Scolari (2017):

“Nuestra dieta mediática se ha atomizado en cientos de situaciones de consumo a lo largo del día: miramos un vídeo en YouTube, un capítulo de una serie en Netflix y volvemos a ver esa vieja película en un DVD que compramos en oferta. También la lectura se fragmenta entre decenas de dispositivos: leemos un poco lo que está pasando en Twitter, de ahí saltamos a un correo electrónico, después damos una ojeada a Facebook, consultamos un diario en línea, repasamos un informe en el Kindle y, antes de dormirnos, nos dejamos arrullar por las viejas páginas de papel de un libro impreso con una máquina inventada hace 450 años por un orfebre alemán”.

Esta descripción del comportamiento de los receptores/consumidores es ilustrativa sobre las modificaciones ocurridas en los consumos culturales de los medios y sobre todo en la forma (soportes) y los momentos a través de los cuales el receptor entra en contacto con los contenidos de los emisores – entre los que se cuentan los contenidos generados por usuarios.

Scolari habla del lector multimodal, el translector que debe moverse en una red textual compleja formada por piezas textuales de todo tipo y ser capaz de procesar una narrativa que emerge desde diferentes medios y plataformas de comunicación. La «lectura» y los lectores no pueden disociarse de las transformaciones en el consumo cultural, de ahí que analizamos los rasgos de este nuevo lector/usuario en relación al

periodismo de autor 2.0 y el nuevo contrato de lectura/consumo que se establece en ellos.

Por último, en esta tesis nos preguntamos si, es posible conceptualizar, en la Argentina de siglo XXI y, debido a la crisis de legitimación de los medios tradicionales, cómo la irrupción de nuevas tecnologías que suponen nuevos modos de circulación y consumo, han dado lugar a la extimidad y lo autobiográfico exhibidos como espectáculo, y al surgimiento de un género que vehiculiza un enunciador presente y que explicita su posición en el proceso de producción de contenidos informativos, que proponemos como Periodismo de Autor 2.0.

La indagación está guiada por los siguientes supuestos que nacen de los recorridos e interrogaciones al corpus de estudio y que fueron encauzando las búsquedas teórico-metodológicas:

1) En los medios de comunicación tradicionales no solo han cambiado las formas del consumo sino también las rutinas de producción de las noticias y la forma de ejercer la profesión. El periodista se ha convertido en un despachante de noticias. La rapidez con que hay que producir la información tiene como consecuencia que el periodista tiene menos tiempo y menos recursos para realizar una investigación con el procedimiento que garantizaría una buena calidad, por lo que se recurre frecuentemente a la información que ya está circulando y que suele provenir de información que impulsó la propia fuente mediante declaraciones, anuncios, gacetillas de prensa, etc.

En general, el periodista asiste como espectador al encuentro con las fuentes de información, pero no tiene capacidad de hacer preguntas. Acepta la información como viene dada, sin el tamiz de la mirada crítica, sin poner en cuestión los contenidos de las emisiones oficiales.

Asimismo, la falta de equipos de producción y la dependencia con las agencias nacionales e internacionales ha modificado las rutinas de trabajo. El periodista ha abandonado su rol activo: indagación de fuentes, investigación en profundidad de temas, etc. y se ha convertido en un redactor de mesa.

En la lógica del trabajo cotidiano son pocos los profesionales dedicados a indagar cuales son los referentes sociales más indicados para hablar de un tema y no simplemente los que están en oferta.

2) La presentación de sí mismo -o *êthos*- del autor, representa una dimensión constitutiva del discurso informativo desplegado en los blogs personales de los periodistas. Esta construcción de identidad se cimienta en los modelos sociales (estereotipos) preestablecidos que forman parte de un imaginario socio discursivo preexistente y que excede la intervención consciente del sujeto. Esta noción ha adquirido en los últimos años un lugar prominente en los estudios semióticos. Maingueneau sostiene que el *êthos* puede estar asociado tanto al contenido del discurso, a la elección de argumentos, a los modos de decir como al “tono” o “voz” adoptados por el locutor, y a otros signos que hacen a su “corporalidad” (1999, 2002). En este sentido, el *êthos* funciona como “garante” o “instancia subjetiva encarnada” en un cuerpo, una voz, un tono que permite reconocer la identidad de los posicionamientos subjetivos, y que aparece como un componente discursivo vinculado a quien habla como fuente de legitimación de su decir, en oposición (en la vieja retórica) al *logos* y al *pathos*.

Para Amossy la presentación de sí mismo es la forma en que el sujeto que habla construye su identidad integrándose a un espacio estructurado que le asigna su lugar y su papel en un discurso (1999, 2000, 2010). El *êthos* es la imagen que el orador construye y proyecta de sí mismo en el discurso, imagen que contribuye a asegurar su autoridad, su eficacia y su credibilidad.

La identidad del yo es múltiple (se puede construir más de una identidad en el discurso) y dinámica, condicionada por las variadas identidades sociales (ligadas a una pertenencia de grupo) e individuales (ligadas a una diferenciación en la pertenencia al grupo).

3) El sujeto construye su identidad digital a partir de una puesta de narratividad sobre el yo -un narrar sobre sí mismo- que se ajusta a los códigos de un espacio estructurado y a las posibilidades de identificación que le propone la interfaz inscripta en el dispositivo digital.

La representación de sí que se construye en la Web 2.0, está compuesta por un conjunto de signos observables que designan brevemente una personalidad. Este conjunto de signos pertenece, por una parte, a las elecciones que hace el sujeto y por otra, a las posibilidades que le ofrece el dispositivo (Interfaz). Por tanto, la construcción de la identidad digital o presentación de sí mismo del enunciador, interviene una faceta humana y otra técnica.

El sujeto desarrolla un proceso de transposición gráfica, sonora y visual que va desde una representación abstracta a una representación material, es decir, hecha de materia significativa. Realiza una auto-representación del sí mismo que puede considerarse como la construcción de un Yo ficcional, dado que hay una puesta de narratividad sobre el yo mismo ceñido a las posibilidades que le ofrece la interfaz en un conjunto de materias significantes heterogéneas. Así, el código del sistema fija el abanico de posibilidades de identificación.

Las plataformas ofrecen un número limitado de opciones de visibilidad, de formas de mirar y de ser mirado, recorridos de lectura, uso de etiquetas temáticas, etc. que constituirán las características morfológicas del dispositivo: aspectos lingüísticos y paralingüísticos (foto, nombre, logo, lemas, enlaces, textos, etc.); uso de recursos multimediales e hipertextuales propios de la condición de digitalidad.

El periodista puede optar por activar o no herramientas de interacción con los usuarios (comentarios libres o editados previamente a ser publicados), también puede compartir publicaciones en las redes sociales, incluir opciones para seguir las actualizaciones del sitio y posibilitar la suscripción a la página. Estos son solo algunos ejemplos de las elecciones del sujeto y que dan cuenta de la presentación de sí y la constitución de su *êthos* digital.

Para poner a prueba las hipótesis que guían este trabajo, se indagarán y caracterizarán las presentaciones de sí que proyectan los autores como sujetos discursivos- tanto en los textos lingüísticos como paralingüísticos, inscriptos en los blogs que integran el corpus-, considerando las siguientes dimensiones de análisis: a) las formas de presentación de sí o conformación del *êthos* en los discursos de los blogs periodísticos de autor, b) las configuraciones específicas que adquieren la escritura y puesta en escena del yo en el formato blog, c) las transformaciones en la producción, circulación y consumo de contenidos en el discurso periodístico, y d) la tendencia

sociocultural contemporánea hacia narrativizar lo autobiográfico, la exaltación del yo, la extimidad de lo íntimo y la espectacularización de la personalidad a través de Internet (Arfuch, 2010; Sibilia, 2008).

Además, se tendrán en cuenta también estudios y encuestas de consumos culturales, artículos periodísticos y bibliografía sobre el desarrollo de los sitios personales en Internet con el objetivo de describir sus características y evolución en tanto género discursivo.

4) Para pensar la posibilidad de un nuevo género periodístico, partimos de la idea de géneros discursivo propuesta por Bajtín (1982), que se relaciona con la noción de formación discursiva planteada por Foucault, como “un conjunto de reglas anónimas, históricas, siempre determinadas en el tiempo y en el espacio, que han definido en una época dada, y para un área social, económica, geográfica o lingüística dada, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa” (1970: 153-154). “Cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados a los que denominamos géneros discursivos” (Bajtín, 1982:267)

Podemos pensar que una de las consecuencias de la aplicación de las tecnologías digitales al ámbito periodístico es el surgimiento de nuevos géneros discursivos que se convierten en verdaderos sistemas de organización del comportamiento comunicativo (Sal Paz, 2016). Como explica este autor, los parámetros situacionales y los soportes materiales de transmisión modifican y condicionan, necesariamente, la actividad discursiva. En este sentido, la comunicación en el entorno digital, o ciberespacio, presenta características constitutivas que la diferencian ampliamente de la que se establece en otros soportes.

A su vez, la clasificación de géneros periodísticos es reciente y surge a partir del fenómeno de la comunicación de masas a comienzos del siglo XX. Podemos pensarlos como tipos de textos relacionados con la información de actualidad, que generan un horizonte de expectativas y que son emitidos por los medios masivos/digitales.

Los géneros periodísticos se definen también en función del rol que juega el emisor del mensaje en relación con lo que desea narrar/contar respecto de la realidad. Por ejemplo, varían según si la intención del hablante es informar, interpretar, opinar, etc. A su vez, la clasificación académica sobre los diversos tipos de periodismo y la función de cada uno de los géneros que se utilizan, ha servido para comprender la

función del periodismo en la sociedad y las herramientas que usan los periodistas para interpretar la realidad social de actualidad (Gomis, 2008).

El periodismo ordena su propia producción discursiva a través de manuales de estilo y manuales de periodismo. En ellos establecen las reglas de presentación, redacción y argumentación de la información, así como las características de los géneros periodísticos y sus posibilidades y restricciones de organización discursiva.

1.2. DISCURSO, ENUNCIACIÓN Y SUJETO DISCURSIVO

Nuestro objeto de estudio son los discursos periodísticos inscriptos en determinadas materialidades, que identificamos como blogs o sitios web. En ellos buscamos caracterizar el *êthos* y la imagen proyectada del autor como enunciador o sujeto discursivo. Entonces, comenzaremos por definir la noción de discurso como punto de partida que nos permita entender la aparición del sujeto discursivo y del *êthos* como un parámetro del discurso que contribuye a su legitimación.

Inspirados en Verón, la noción de discurso comprende todo fenómeno de manifestación espacio-temporal del sentido (de carácter verbal, icónica, gestual, corporal), cualquiera sea el soporte significante donde se inscriba. El sentido se manifiesta siempre como investido en una materia bajo la forma de un producto. Como tal, el discurso remite siempre a un trabajo social de producción: la producción social del sentido. Así, el discurso es entendido como un proceso de producción de sentido.

En esta aseveración encontramos el camino marcado por Charles Peirce (1895-1903). Precisamente, Eliseo Verón (1988) en el desarrollo de su teoría social de los discursos se asienta en el modelo ternario peirceano.

Por ello, desde esta mirada no hay comportamiento social que pueda existir por fuera de lo discursivo, que pueda prescindir del discurso, de lo simbólico. El discurso es una dimensión constitutiva de lo social. El discurso determina lo real, y lo real da condiciones de posibilidad del discurso. En este sentido, Verón propone la idea de clausura semiótica como un universo cerrado donde los sujetos pueden alcanzar el conocimiento de los objetos del mundo mediante signos, bajo la condición de que sólo conocerán signos.

Esta noción parte de la concepción de un sujeto atrapado en una red de signos como condición necesaria para vincularse con las cosas, o sea, de la propuesta semiótica y pragmática de Peirce, para quien las representaciones son la única manera de acceder a la realidad. Lo real es lo imposible (el objeto dinámico) y la realidad es lo real metabolizado, comprendido (el interpretante). No obstante, toda representación es falible, incompleta. No hay una mirada que lo vea todo en el sentido positivista de lo absoluto. La verdad sería ese Interpretante final en que estaría representada como

última interpretación la realidad. La realidad es lo dado y vamos camino a encontrar la verdad a través del proceso de la semiosis.

Así, la semiosis es el proceso formal necesariamente vinculado al fenómeno de interpretación de un signo, donde el interpretante del signo triádico, determinado por dos relaciones sucesivas (primero la relación del objeto hacia el signo, segundo la relación del signo con el interpretante) puede, a su vez, ser considerado como otro signo del mismo objeto siendo inmediatamente determinado por él. Entonces este signo puede determinar en la misma mente un nuevo interpretante que, a su vez, se convierte en signo y así sucesivamente, “ad infinitum”.

En este mismo sentido, Verón (1988) propone una teoría de los discursos que clarifica la mediatización que realizamos en el reconocimiento, circulación y producción de lo social, estableciendo una analogía del discurso como producto de tres instancias: la producción, la circulación y el consumo (asimilando los procesos de producción de los discursos, en ese punto, al proceso de las mercancías propuesto por Karl Marx).

Por tanto, la mediación discursiva a que alude Verón, tiene una base triádica y no binaria. Su categoría de Discurso está en ruptura con la lingüística entendiendo lo discursivo como todo lo investido de sentido; como una manera de conceptualizar la problemática de la significación, fundando en la semiótica su “vocación translingüística” [(1987) 1998:123].

Entonces, Verón llama discurso o conjunto discursivo a “una configuración espacio-temporal de sentido” [(1987) 1998:127], cuyas condiciones productivas tienen que ver con las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso y/o con las condiciones de recepción del mismo. El discurso es un mensaje social situado, producido por alguien y dirigido a alguien. Es un fragmento de la red semiótica y está relacionado con otros discursos anteriores y posteriores que forman parte de la red interdiscursiva.

En este punto es posible reconocer la influencia de Bajtin y su noción de dialogismo, que también abordaremos más adelante. Verón asume la definición de los dispositivos de la enunciación (enunciador-destinatario-vínculo) a partir de las modalidades del decir de Benveniste, que veremos en el apartado siguiente.

También, en el artículo “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política” (Verón, 1987), analiza el discurso político e identifica como se organiza en zonas que tienen rasgos particulares, que dan cuenta de la posición que asume el enunciador y del vínculo que construye con el destinatario a partir de cuatro componentes discursivos: el descriptivo, el didáctico, el prescriptivo y el programático¹⁸.

Luego de definir la categoría teórica de “enunciador”, desde un punto de vista discursivo, la relacionaremos con el concepto de autor (Foucault, 1969; Arfuch, 2002). Estas categorías teórico metodológicas nos servirán para avanzar en el objetivo propuesto en este trabajo, relativo a la definición del *periodismo de autor 2.0* como género disruptivo en los discursos de la información.

De este modo, abordaremos algunos aspectos sobre cómo se inscriben las huellas del autor en los textos periodísticos entornos digitales. Para ello, iniciaremos antes un recorrido que comienza con la pregunta ¿qué es un autor? atendiendo a las funciones que cumple en los modos de existencia, circulación y consumo de los discursos en general, para luego focalizarnos en el papel que ejerce en el periodista/autor 2.0 -a través de la constitución de un *êthos*-, en tanto garante de legitimidad de lo dicho.

Esta indagación será posible una vez que hayamos identificado las estrategias discursivas en el corpus que nos llevarán las particularidades de la presentación de sí de los periodistas en sus blogs, en donde aparece la conformación del *êthos* “yo periodista” asociado al valor del nombre propio, entre otras características específicas.

¹⁸ El componente descriptivo corresponde a esas zonas del discurso en el que el enunciador realiza un balance de la situación presente y pasada. Como su nombre lo indica, se describe lo que está ocurriendo u ocurrió desde su particular visión. Predominan los verbos en presente y pasado del modo indicativo. Aquí, el enunciador hace saber.

El componente didáctico también está ligado al saber, sólo que en este caso se corresponde con enunciados o zonas del discurso en las que el enunciador se apoya en su argumentación en principios de carácter universal. Se caracteriza en general por el uso de enunciados delocutivos, impersonales.

El componente prescriptivo está asociado al deber. Involucra el uso de verbos modales tales como deber, haber que, tener que, y todas aquellas construcciones lingüísticas que implican a un sujeto que dice lo que es necesario realizar –en el pasado, presente o futuro– en relación a una determinada axiología (sistema de valores). La presencia de esta modalización involucra marcas fuertes del sujeto en el enunciado.

Finalmente, el componente programático aparece en los discursos cuando el enunciador se compromete a la realización de determinadas acciones. Su forma verbal predominante es el futuro. Es típico de los discursos en campaña electoral, cuando se plantean al destinatario las propuestas de campaña.

1.2.1. Enunciación y sujeto discursivo

Para comprender la relación entre lenguaje y subjetividad, y profundizar el tema del sujeto discursivo, retomamos la propuesta primera de Emile Benveniste, quien -mientras objeta los modelos funcionalistas de comunicación e información surgidos en los años '60-, incorpora la idea de la lengua como sistema que permite la emergencia de la subjetividad, la configuración de sí del sujeto y la discriminación con los otros y el mundo.

La enunciación es definida por Benveniste como "la puesta en funcionamiento de la lengua por un acto individual de utilización" y su producto es el enunciado (1974:80). La enunciación no se basa en un solo enunciador; la interacción está en primer término. El diálogo me permite (yo) la separación con mi interlocutor (tú) y con el mundo (él). En la lengua está el fundamento del concepto de Ego.

Por ello, Benveniste plantea que la lengua no puede ser estudiada con independencia de su uso. En la lengua hay elementos del sistema que existen por el uso, que le permiten al sujeto apropiarse de la lengua y organizar el mundo en función de las propias coordenadas espacio-temporales.

Esta capacidad del sistema organiza el mundo y genera la subjetividad. "La subjetividad es la capacidad del locutor de plantearse como sujeto (...) es la emergencia en el ser de una propiedad fundamental del lenguaje. Es 'ego' quien dice 'ego'. Encontramos aquí el fundamento de la 'subjetividad', que se determina por el estatuto lingüístico de la persona" (Benveniste, 1979: 181).

Distingue entre la "lengua como repertorio de signos y sistema de sus combinaciones, por una parte, y, por otra, la lengua como actividad manifestada en instancias de discurso que son caracterizadas como tales por índices propios" (1979: 178). En este sentido, explica cómo el lenguaje ha creado signos vacíos – como los pronombres personales *yo/tú*-, que funcionan como un instrumento para convertir el lenguaje en discurso de un sujeto que se apropia de él y se enuncia como locutor.

A pesar de que Benveniste (1979) en el texto "Semiología de la lengua", no considera a Peirce como el pionero de la semiología, sino que recupera como padre fundador al lingüista Saussure, es Eco (1979) quien explica porque Peirce permite entender al texto como una realización efectiva de un potencial de significado (Marafiotti y Bonnin, 2018:52-53).

Sin embargo, es indudable el aporte de Benveniste cuando define que “el lenguaje está en la naturaleza del hombre, que no lo ha fabricado” (Benveniste, 1979: 180). Así, distingue entre lenguaje y discurso: el lenguaje como sistema de signos y el lenguaje asumido como ejercicio por el individuo. “Cuando el individuo se lo apropia, el lenguaje se convierte en instancia de discurso” (Benveniste, 1979:175). Por tanto, el discurso es el lenguaje puesto en acción y es la palabra la que posibilita el intercambio y asume una función instrumental; la palabra aparece como la actualización del lenguaje.

Asimismo, necesitamos recurrir a los trabajos pioneros de Bajtín (1982) quien incorpora una línea de reflexión según la cual un enunciado “está lleno de matices dialógicos”, por lo que la imagen de sí que construye el “yo” también es dialógica, y está atravesada por la palabra del otro. De ahí que no hay discurso que no esté elaborado a través de otros discursos anteriores o simultáneos donde opera el mecanismo dinámico, incesante y abierto de la *dialogía*.

El primer resultado de las operaciones dialógicas es la producción de sentido, “No puede haber un “sentido en sí” porque un sentido existe solo para otro sentido. No puede haber sentido primero ni último. Un sentido se ubica entre dos sentidos, representa un eslabón en una cadena de sentidos, lo cual es lo único que puede ser real. En la vida histórica esta cadena crece infinitamente por lo tanto uno de sus eslabones siempre vuelve a renovarse, a regenerarse” (Bajtín, 1982:367-368)

Así, consideramos el enunciado como equivalente de texto, es decir como una secuencia verbal relacionada con la intención de un mismo enunciador y que forma un todo que pertenece a un género discursivo determinado. El *Enunciado* es lo dicho, el contenido, el sistema de objetos semánticos.

Como dijimos, Verón asume los desarrollados logrados años antes por Benveniste en su teoría de la enunciación desarrollada a propósito de discursos mediáticos, la que distingue en el funcionamiento de cualquier discurso la existencia de dos niveles: el enunciado y la enunciación.

El nivel del enunciado es aquel de lo que se dice (el contenido) y el nivel de la enunciación concierne a las modalidades del decir. “Por el funcionamiento de la enunciación, un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciador), y una cierta imagen de aquel a quién se habla (el destinatario) y en

consecuencia un “nexo entre estos lugares” (Verón, 1985). Entre estas figuras también el discurso configura un vínculo a partir de ciertas modalidades: pedagógicas, no pedagógicas, de complicidad, de complementariedad, que establecen posiciones y relaciones (imaginarias) entre estas figuras. “Imaginarias” en el sentido de que no constituyen correlatos de posiciones empíricas dadas más allá del discurso, pero que encuentran una sedimentación en las materias significantes que constituyen la regularidad de cada soporte.

En los dispositivos de enunciación (enunciador-destinatario-vínculo) pueden darse diferentes estrategias que configuran distintos efectos de sentido, por ejemplo, de simetría, de complementariedad, etc.

Además, nos interesa comprender la emergencia de la subjetividad en los discursos, dado que el propósito principal de esta investigación es identificar las características que asume la construcción de la Identidad digital de los periodistas a través de la presentación de sí o *éthos* discursivo plasmado en sus blogs personales. Así, no nos interesa sólo de qué asuntos tratan estos blogs (al modo de un estudio de análisis de contenido) sino también qué estrategias singulares de enunciación permiten poner en escena, se hacen cargo de estos “contenidos”.

El sujeto discursivo de esa instancia lingüística es la imagen del sujeto que habla. Por ello, recuperamos la línea de trabajo de Catherine Kerbrat Orecchioni (1986: 32) quien ha indagado los procesos lingüísticos por los cuales el locutor imprime su marca al enunciado (*shifters*, modalizadores, términos evaluativos, etc.), se inscribe en el mensaje – de manera implícita o explícita-, y se sitúa en relación él de acuerdo a la distancia que establece con el enunciado (distancia enunciativa).

En este sentido, las estrategias discursivas en el enunciado se pueden identificar gracias a la configuración de una deixis que implica una espacialidad, una temporalidad y una figura de alguien que le habla a alguien, estableciéndose un tipo de vínculo entre ambos. Sobre el tema del contrato de lectura entre enunciador y destinatario haremos referencia en el apartado 2.3.

1.2.2. La función-autor en el discurso

En este trabajo no usaremos el término autor en el sentido tradicional, es decir, no referiremos a un periodista autor como un sujeto empírico con intención de producir un efecto; sino hablaremos del periodismo de autor como un efecto del discurso producido en la enunciación por un enunciador, en lo que consideramos un nuevo género. Es decir, hablamos de un enunciador que se construye a sí mismo como autor. Un enunciador que constituye un *êthos* que se proclama como autor, en tanto, la función autor -como veremos más adelante- generaría confiabilidad, estilo, originalidad entre otras características.

Por ello, en este apartado veremos la categoría “función-autor” puesta en circulación por Michel Foucault en la conferencia ¿Qué es un autor? llevada a cabo en el *College de France* (1969). Foucault (2010: 22-27) toma por caso los textos literarios y de ficción cuando define al discurso portador de la función-autor y le reconoce características que lo diferencian/oponen a los demás discursos. Observa que la función-autor ha ido cambiando históricamente dado que es una de las formas de la “función-sujeto”. “El concepto foucaultiano de autoría agrega una notación particular: ‘Se pide que el autor rinda cuenta de la unidad del texto que se pone a su nombre; se le pide que revele, o al menos que manifieste ante él, el sentido oculto que lo recorre; se le pide que lo articule con su vida personal y con sus experiencias vividas, con la historia real que lo vio nacer’” (Arfuch, 2002)

En primer lugar, dice Foucault, los textos son objetos de apropiación. Comienzan a tener autores (propietarios) en la medida en que estos pueden ser castigados por sus discursos transgresores. En la antigüedad los relatos, epopeyas, y textos que podemos considerar literarios eran anónimos.

La función-autor es el resultado de una operación compleja, que le da a ese “ser de razón” que es el autor, como un estatuto realista portador del poder creador de la escritura. Las operaciones de construcción del autor varían según las épocas, pero existen reglas invariantes. Se prueba el valor de un texto, dice Foucault, por la “santidad del autor”. El autor es definido como un campo de coherencia conceptual o teórica y es lo que permite explicar la presencia de algunos acontecimientos en una obra como sus transformaciones o deformaciones, a través de la biografía del autor, el descubrimiento

de su perspectiva individual, el análisis de su pertenencia social o de su posición de clase.

El autor “es el principio de una determinada unidad de escritura” y en él se resuelven las posibles contradicciones de su pensamiento. El texto lleva siempre en sí mismo un determinado número de signos que remiten al autor (los *shifters* nos dirigen al locutor real y a las coordenadas espacio-temporales de su discurso). Estas marcas textuales se convierten en huellas que nos acercan al sujeto y nos permiten reconstruir la presentación de sí, que nuestro caso de estudio, se vincula al *êthos* construido por los periodistas en sus blogs personales. Así, el autor no es el inicio de un texto sino su efecto retroactivo.

Asimismo, esta investigación pone el foco en la construcción del autor-periodista en una modalidad de existencia discursiva enmarcada en el nuevo género que nominamos *periodismo de autor 2.0*. Por ello, es relevante remitirnos al trabajo de Paula Sibilía, *La intimidad como espectáculo* (2008) donde indaga las transformaciones en la construcción de la subjetividad, y los diversos modos que asume el yo de quienes se hacen visibles en el espacio público a través de *Internet*, comunidades virtuales y redes sociales.

El tema del *Yo autor y el culto a la personalidad* (Sibilía, 2008) es abordado por la autora retomando el concepto de función-autor de Foucault, que opera de forma singular en los géneros autobiográficos que se desarrollan con la irrupción de internet en las comunicaciones domésticas. “En estos relatos el autor es también el narrador y el protagonista de la historia contada, o al menos, el lector se compromete a creer en esta triple identidad según el pacto que acepta tácitamente al enfrentarse con una narrativa de este tipo” (2008: 170).

En el campo periodístico, encontramos reminiscencias de esta tendencia en los años 60 con el surgimiento del nuevo periodismo como género en la era predigital, como ya expresamos. Pese a los anuncios de “la muerte del autor” presentes en las discusiones sobre esta tópica (Barthes, 1987; Foucault, 1969), como Arfuch¹⁹ y Sibilía sostenemos que el mito del autor reaparece con fuerza en torno de la Web 2.0.

¹⁹Dice Arfuch (2002), “Aun después de la “muerte anunciada” del autor —que el estructuralismo y su posteridad terminarían de consumir— todavía en el inicio de la década del setenta del siglo pasado, que recién hacia su fin se inclinaría nuevamente hacia el sujeto, Foucault advertía sin embargo que es absurdo negar la existencia del

Pero en un sentido foucaultiano, no como expresión de un correlato empírico objetivo que expresaría de un modo transparente, sino como un conjunto de huellas discursivas que en un contexto dado funcionan como un nuevo verosímil social.

En el contexto contemporáneo quienes recurren a las diversas herramientas de autoconstrucción y de autoexposición disponibles en la Web, parecen emparentados con “la figura del autor-artista”. Los autores se convierten en celebridades, “un tipo particular de mercancía” (Sibilia, 2008:177), y cuanto más se ficcionaliza y estetiza la vida cotidiana con recursos mediáticos, más se busca la experiencia auténtica, lo real. Así, vemos cómo funciona “la parafernalia mediática volcada a estetizar la personalidad del artista” (Sibilia, 2008:179).

En el estudio del corpus -que indefectiblemente está cruzado por el fenómeno de las narrativas autorreferenciales y autobiográficas en el ciberespacio- observamos que el periodista 2.0 también se apropia de estos instrumentos y genera estrategias para la presentación de sí mismo. En ocasiones, el narrador (autor) aparece más importante que el relato, y la validación de lo que dice está dada por la legitimidad que el nombre propio y la exaltación del “yo íntimo” le confieren a lo dicho.

Por ello, la personalidad se volvió un valor en sí mismo. La obra aparece y circula como la expresión auténtica de la personalidad del autor (Sibilia, 2008:176). Dado que existe una tendencia creciente a poner en valor cada vez más al autor, a quien habla, acaso podemos pensar que el *nombre propio* es una facilidad, un juego de poder que transforma al yo autoral en una marca.

Sin embargo, para el estudio del *êthos* o presentación de sí del sujeto discursivo, tomaremos la perspectiva de Ruth Amossy, quien ha realizado una síntesis de la noción de *êthos* desde la retórica aristotélica al análisis del discurso. Como veremos, Amossy amplía la concepción de *êthos* con los aportes de Goffman y Maingueneau; y relaciona la presentación de sí y la construcción de una imagen del enunciador con la influencia que ejerce el *êthos* previo. Para ello, toma las nociones de *habitus* y *campo* de Bourdieu y apela al *imaginario sociodiscursivo*²⁰, noción desarrollada por Patrick Charaudeau (2003).

“autor real”, del “individuo que escribe e inventa”, por más que ese individuo ocupe una posición institucional y esté sometido a las determinaciones de su función y de su época”.

²⁰Estos enunciados -que circulan en la comunidad social creando una vasta red de intertextos- se agrupan constituyendo lo que se puede llamar un “imaginario sociodiscursivo”. Son el síntoma de esos universos de

Así dice que el *êthos* se construye a partir de una representación preexistente que forma parte de un imaginario colectivo. En el mismo, destaca el papel que tienen los estereotipos en la construcción de la imagen de sí en distintos géneros discursivos. Amossy considera que toda toma de palabra implica la construcción de una imagen de sí mismo.

A tal efecto, “no es necesario que el locutor trace su retrato, detalle sus cualidades ni aún que hable explícitamente de sí mismo. Su estilo, sus competencias lingüísticas y enciclopédicas, sus creencias implícitas alcanzan para dar una representación de su persona. Deliberadamente o no, el locutor efectúa de este modo en su discurso, una presentación de sí mismo” (Amossy, 1999:01).

1.2.3. Dialogismo, intertextualidad y transdiscursividad

La clave para plantear desde el plano teórico-conceptual la emergencia del *periodismo de autor 2.0* como nuevo género periodístico se relaciona con el concepto de Foucault de *transdiscursividad*, y específicamente con la idea de que existen autores “instauradores de discursividad” (2010:32).

En *El orden del discurso* (2010b) Foucault distingue a los autores que son más que propietarios de una obra o un texto. Aquellos que se hallan en una posición “transdiscursiva” dado que su función-autor excede su misma obra porque abren un espacio para algo distinto a ellos y que a su vez pertenece a los que ellos mismos fundaron; son “instauradores de discursividad” como por ejemplo Freud o Marx.

En este sentido, Foucault resume la función-autor “ligada al sistema jurídico e institucional que circunscribe, determina, articula el universo de los discursos”, por lo que no remite simplemente a un individuo sino a varios *egos*, a varias posiciones-sujeto que diferentes clases de individuos pueden llegar a ocupar.

En este punto encontramos una simetría de la *transdiscursividad* con la concepción bajtiniana de *dialogismo* (Bajtín, 1982) recuperada por Julia Kristeva (1967) para profundizar en el concepto de *intertextualidad*.

creencias compartidos que contribuyen a construir a la vez un sí mismo social y un yo individual (por ejemplo, el imaginario de la culpa, del pecado, del poder).

Mijaíl Bajtín desarrolla valiosas categorías para dar cuenta de la aparición del sujeto en el lenguaje, a través de las formaciones discursivas y la responsabilidad ideológica del mismo en la conformación de la cultura. Así, el lenguaje se presenta como el cuerpo esencial en el cual se desarrolla la vida social, incluyendo la subjetividad del hombre y su conciencia.

El autor propone la noción de *dialogismo* como categoría relacional que permite la producción social del sentido y se aplica al análisis de la producción cultural. Esta concepción ha permitido “el despliegue de las voces en el plano de interdiscursividad –plano por naturaleza social- (...) El lenguaje es esencialmente ajeno, su densidad significativa está hecha de siglos de historia y tradición, en definitiva, de otras voces que casi han dicho todo antes que tenga lugar la propia enunciación” (Arfuch, 2005:30). ”.

No hay discurso que no esté elaborado a través de otros discursos anteriores o simultáneos donde opera el mecanismo dinámico, incesante y abierto de la dialogía; “hay una pluralidad de voces ajenas –polifonía- que habitan la propia” (Arfuch, 2005:30).

A su vez, podemos ver en la dialogía de lo social una zona de disputa ideológica en la producción y circulación del sentido y de la Verdad. De aquí que Bajtín (1982:367-368) propone que "no puede haber un 'sentido en sí' porque un sentido existe solo para otro sentido. No puede haber sentido primero ni último. Un sentido se ubica entre dos sentidos, representa un eslabón en una cadena de sentidos, lo cual es lo único que puede ser real. En la vida histórica esta cadena crece infinitamente por lo tanto uno de sus eslabones siempre vuelve a renovarse, a regenerarse".

El autor no está en busca de una metafísica del sentido, por el contrario, establece que no hay principio ni final sino un proceso de producción de sentido en el diálogo social cuando afirma que "No existe ni la primera ni la última palabra, y no existen fronteras para un contexto dialógico (asciende a un pasado infinito y tiende a un futuro igualmente infinito).

Desde esta perspectiva, el sentido es una potencialidad latente en toda palabra con significado que se despliega por una relación dinámica, dialógica. Incluso los sentidos *pasados*, es decir generados en el diálogo de los siglos anteriores, nunca pueden ser estables (concluidos de una vez para siempre, terminados); siempre van a

cambiar renovándose en el proceso del desarrollo posterior del diálogo" (Bajtín, 1982:392).

Para explicar la producción social del sentido, Bajtín apela a la idea del *gran tiempo* que alberga incluso los sentidos olvidados que serán recuperados en algún momento del proceso dialógico y son plausibles de una resignificación a la luz de un nuevo contexto histórico. Asimismo, destaca que el primer resultado de las operaciones dialógicas es la producción misma de sentido. El sentido se produce por fricciones y choques con los otros sentidos que se producen socialmente.

Por otra parte, Bajtín establece una diferencia entre sentido y significado: el sentido aparece en la interacción dialógica entre la pregunta y la respuesta que se plantea el sujeto para conocer algo; en cambio, el significado está excluido del diálogo y representa el territorio común que compartimos en la interacción comunicativa. Por ello, el sentido como resultante de la interacción dialógica no es algo que pueda ser previsible u homogéneo, "el sentido es potencialmente infinito y puede actualizarse al tocar otro sentido...".

Por todo ello, se evidencia que el sujeto no es el origen del sentido, no es la fuente de sentido, no hay sentido individual. El discurso es producción social de sentido. Las marcas de la subjetividad en los discursos no representan la formación de un individuo sino de un sujeto que se genera en el acto de enunciación.

La valiosa obra de Bajtín representa un quiebre en el pensamiento de la modernidad por muchas razones: por un lado, es el primero que introduce en la teoría literaria la idea de polifonía textual y el dialogismo como categoría constitutiva a nivel del sujeto y del enunciado. Esto posibilita comprender el proceso infinito de producción de sentidos culturales desde las ciencias humanas.

No hay sentido único ni inmanencia de sentido, sino una potencialidad infinita de sentidos que se da en la dinámica múltiple y diversa en la que se produce la interacción con el otro. La dialogía de lo social produce de manera incesante los sentidos y la verdad. A su vez, el proceso de la dialógica se presenta como una zona de disputa ideológica.

La configuración específica que logra el «dialogismo» en el texto para Bajtín, ha sido denominada por Julia Kristeva (1969:190) como «intertextualidad», "la palabra (el texto) es un cruce de palabras (de textos) en que se lee al menos otra palabra

(texto)"; (...) "Todo texto se construye como mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto. En lugar de la noción de intersubjetividad se instala la de intertextualidad..."

Por tanto, en todo discurso está presente lo que luego en los '60, Kristeva define como la intertextualidad, como reflejo de ese «diálogo» que se produce en el interior de un enunciado, discurso o texto entre el Sujeto de la enunciación y el Sujeto del enunciado: "Un discurso dialógico (...) en sus estructuras, la escritura lee otra escritura, se lee así misma y se construye en una génesis destructiva" (Kristeva, 1969:206-207).

El dialogismo es inherente al propio lenguaje asumido por el sujeto, así como a la escritura en donde se lee al otro. El dialogismo bajtiniano designa "la escritura a la vez como subjetividad y como comunicatividad o, como intertextualidad; frente a ese dialogismo, la noción de *persona-sujeto de la escritura* comienza a borrarse para ceder su lugar a otra, la de la ambivalencia de la escritura" (Kristeva, 1969:195).

De aquí que Kristeva recupera el término de *ambivalencia* acuñado por Bajtín, para referirse a la inserción de la historia social en el texto y del mismo en la historia. El texto como absorción y réplica de otros textos, el texto en su dimensión polifónica como producto de relaciones intertextuales. Aunque no aparecen claramente diferenciados en Bajtín, los ejes *diálogo* y *ambivalencia*, sirven para analizar el lenguaje poético en su doble lectura: como un texto en absorción y transformación de otro texto.

Este recorrido nos permite pensar las nociones de Identidad y Subjetividad desde la construcción discursiva y a partir de la configuración de las narrativas del yo. Como señala Arfuch "si bien Bajtín no se ocupó en particular de las "identidades", tal como habitan hoy nuestros léxicos académicos, podemos pensarlas sin dificultad desde las orillas del dialogismo: puntos de mira (diferencias) que se interceptan simultáneamente en situaciones de comunicación variables, contingentes, nunca 'jugadas' de antemano. Porque toda Identidad –o identificación-, en tanto relacional, supone otro que no es 'lo mismo' y a partir del cual puede afirmar su diferencia" (Arfuch, 2005: 31).

En los blogs personales de periodistas el yo narrador es central, los autores se presentan con nombre y apellido, incluyen su foto, dan datos de su currículum y actividad profesional, eligen un nombre para su sitio, un lema y un diseño específico que alude a atributos que definen su identidad, refieren a determinados rasgos que

deliberadamente han escogido para mostrar, para presentarse y a la vez diferenciarse de un otro. Son una marca, donde lo íntimo también forma parte de lo que se publica.

1.3. EL *ÊTHOS* Y LA PRESENTACIÓN DE SÍ EN EL DISCURSO

La primera vez que aparece el termino *êthos* en las ciencias del lenguaje, es en la teoría polifónica de la enunciación de Oswald Ducrot (1984). Este término aún no había sido usado por ninguno de los autores que indagaron acerca de la subjetividad en los enunciados; ni Benveniste, ni Goffman, ni Kerbrat-Orecchioni.

Al designar por enunciación la aparición de un enunciado, y no el acto de alguien que lo produce, Ducrot evita vincularla por anticipado a una fuente localizada, a un sujeto hablante (Ducrot, 1984: 179). Es el enunciado en sí mismo quien provee la información sobre “(los) autor(es) eventual(es) de la enunciación” (Ducrot, 1984: 193).

Así, deja de lado al sujeto hablante real para interesarse en la instancia discursiva del locutor. Diferencia al locutor (L) del enunciadador (E) quien es el origen de las posiciones expresadas en el discurso y quien asume la responsabilidad por ello. Oswald Ducrot señala en este sentido: “No se trata de afirmaciones elogiosas que el orador puede hacer respecto de su persona en el contenido de un discurso (...) *el êthos* está asociado a L, el locutor en tanto que tal: es porque él está en el origen de la enunciación que él se ve investido de ciertos caracteres que, por contragolpe, vuelven a esa enunciación aceptable o desechable” (Ducrot, 1984: 201).

El *êthos* es una categoría proveniente de la retórica griega que remite, por un lado, a los rasgos que el orador proyecta sobre sí en los discursos, y por otro a las cualidades éticas o morales inscriptas en los mismos (Aristóteles, 1999). Esta noción de *êthos* de la retórica aristotélica “constituía la imagen que, implícitamente, daba de él un orador a través de su manera de hablar: al adoptar cierta entonación, gestos, postura, etc.” (Maingueneau, 1999: 48).

Roland Barthes (1985), en *La aventura semiológica*, indica que el *êthos* remite a “los rasgos de carácter que el orador debe mostrar a su auditorio [...] para dar una buena impresión, por lo que imagina lo que quiere ser para el otro. Sin embargo, desde las teorías de la argumentación contemporáneas el *êthos* se concibe como una posición de subjetividad en una determinada discursividad. En este sentido,

el *êthos*²¹ se distingue de los atributos reales del locutor y de los datos extra discursivos sobre su persona, “en tanto es un modo de movilización de la confianza y la adhesión de auditorio como efecto de la enunciación” (Montero, 2011).

A su vez, Plantin (2011) explica que las pruebas construidas por el locutor están en función del auditorio y “corresponden a una forma de acuerdo implícito o explícito establecido con el grupo que se busca convencer” (...) “Por las pruebas *ethicas* el orador se presenta/se construye discursivamente en función de su auditorio; por las pruebas *lógicas*, elige y esquematiza sus objetos y sus juicios en función de aquellos que el auditorio puede admitir; por las pruebas *phatémicas*, se vincula empáticamente con su auditorio” (2011: 76). O sea, las pruebas destinadas a conmover pueden estar referidas al orador y sus atributos personales, es decir, al *êthos*, o bien estar enfocadas en las emociones y pasiones del auditorio, el *pathos*.

Asimismo, la categoría de *êthos* fue reformulada, como dijimos, por Ducrot (1984:200), y utilizada por Dominique Maingueneau en *La génesis del discurso* (1984) en donde lo define como la construcción de una imagen de sí mismo en el discurso. Todo discurso implica cierta representación del cuerpo de su garante, del enunciador que asume su responsabilidad.

Es decir, el *êthos* contribuye a la legitimación del discurso. El enunciador debe conferirse, y conferir a su destinatario, un cierto status para legitimar su decir: él se otorga en el discurso una posición institucional y marca su vínculo a un cierto saber. Maingueneau retoma las nociones de cuadro figurativo expuesto por Benveniste, y de *êthos* propuesto por Ducrot, dándoles una expansión significativa. La manera de decir autoriza aquí la construcción de una real imagen de sí mismo²².

²¹ El *êthos* es indisoluble del *pathos* -las estrategias afectivas que buscan movilizar las emociones del auditorio al que el locutor busca interpelar y seducir- y de la *doxa* -los valores, saberes, creencias y evidencias comunes sobre los que se funda la tarea persuasiva. La eficacia del *êthos* depende siempre de la capacidad del orador de captar, recuperar, movilizar y generalizar ese sustrato de ideas y representaciones comunes, mediante un “trabajo sobre la doxa” que articula su propia palabra con las premisas y lugares comunes compartidos con su auditorio (Montero, 2011)

²² Las divergencias entre los géneros discursivos o entre los posicionamientos que compiten en mismo *campo discursivo no son solo un asunto de “contenido”, pasan también por divergencias de *êthos*: tal discurso político implica un *êthos* pedagógico, tal otro, el habla francesa del hombre del pueblo, etc. Es decir que el *êthos* no debe aislarse de los otros parámetros del discurso; contribuye de manera decisiva a su legitimación. (Maingueneau, 1999:48)

En el trabajo de Marc Angenot sobre *El discurso panfletario*²³ (1982) se hace referencia a “la imagen del enunciador” en un género de discurso. El panfleto es definido en términos del acto por el cual el enunciador “se involucra, se muestra como garante de lo que él constata y busca influenciar al auditorio” (1982: 1970). Se distingue por la fuerte presencia del enunciador en el discurso, por un “yo performativo”. Angenot aquí presenta irregularidades que definen un género de discurso como tal, en la misma que línea que hacemos la pregunta sobre el periodismo de autor 2.0 como un género emergente.

En nuestra investigación analizamos la presentación de sí o *êthos* de los periodistas considerando también los aportes de la perspectiva de Ruth Amossy (2010), quien es la mayor exponente de la Teoría de la Argumentación en el discurso, incorporando aspectos enunciativos, pragmáticos y sociológicos a la noción de *êthos*.

En sus análisis de la argumentación en los discursos, la autora parte de la siguiente premisa teórica y metodológica: la presentación de sí mismo, o *êthos*, representa una dimensión constitutiva del discurso. La “presentación de sí” remite a los análisis sociológicos de Erving Goffman (1993)²⁴ y este concepto se asimila, por medio de un reajuste teórico, al *êthos* retórico, reformulado por el Análisis del Discurso, siguiendo el recorrido iniciado por Dominique Maingueneau (1999; 2002).

A partir de una concepción sociodiscursiva, dinámica e interactiva, el *êthos* o la imagen de sí son inseparables de una “escenografía” social, en donde el sujeto, -según sus objetivos argumentativos-, co-actúa diferentes roles.

En el análisis del *êthos* discursivo se buscará, por lo tanto, reconstituir la “puesta en escena del yo” en situación. El *êthos* “muestra la forma en que el sujeto que habla construye su identidad integrándose a un espacio estructurado que le asigna su lugar y su papel” (Amossy, 2010: 38).

Además, considera que la imagen de sí proyectada debe ser capaz de suscitar la simpatía, en el sentido fuerte de “sentir con”, en el destinatario. La eficacia del *êthos* depende en gran medida de que pueda despertar en el alocutorio “la impresión de que

²³ Esta omnipresencia del ego es también marcada por una temática, la cual dibuja la imagen-tipo del panfletario: una imagen de sí mismo más genérica que se brinda como más personal. El panfletario se presenta como marginal que se auto otorga poder (él está excluido del sistema institucional), como hombre que no posee competencia particular alguna fuera del poder de la verdad que él asume por necesidad interior, como solitario dotado de coraje intelectual, como hombre del énfasis y de la indignación. (Amossy, 1999:08)

²⁴ Expuestos particularmente en “La presentación de la persona en la vida cotidiana”.

aquel que toma la palabra es uno de los suyos y que pueden sentir, aunque más no sea parcialmente, al unísono” (Amossy, 2008: 113)

Este espacio está estructurado por condicionamientos socio-institucionales y por una configuración ideológica. El *êthos* es una de las dimensiones del discurso: es *êthos* retórico, en tanto todo enunciado tiene una dimensión argumentativa, pero además es la imagen de sí en el discurso.

Así, Amossy amplía el concepto de *êthos* e introduce en su análisis la noción de estereotipo desarrollada en sus trabajos anteriores (2001). Considera la construcción de una imagen de sí mismo en su relación con la representación colectiva fija y con la actividad de un estereotipo.

En este sentido, adopta la noción de posición en el campo intelectual tomada de Bourdieu, sobre todo en *Qué significa hablar* (1982) que permite focalizar sobre una dimensión poco estudiada: el *êthos* previo definida como la imagen que el auditorio se hace del locutor en el momento en que este último toma la palabra²⁵.

Entonces entendemos que la identidad del yo es múltiple (se puede construir más de una identidad en el discurso de acuerdo a la situación) y dinámica, condicionada por las diversas identidades sociales o *êthos* previo (relacionado tanto a la pertenencia a un grupo como a aquellos rasgos que establecen diferencias individuales dentro de ese grupo).

En nuestro caso de estudio, los textos seleccionados pertenecen, en general, al género de opinión que se incluyen dentro del conjunto del discurso informativo publicado por periodistas en su medio digital.

Como parte de los aspectos metodológicos de esta investigación, para analizar la manera en que el *êthos* se inscribe en el discurso tendremos en cuenta el uso de las personas gramaticales. Atenderemos, por ejemplo, cuando aparece el “yo”, las formas pronominales que se relacionan con él y las marcas discursivas de la subjetividad o

²⁵ Amossy ve la necesidad de tomar en consideración la posición del locutor como ser empírico dentro del campo en el que se sitúa (político, intelectual, literario u otro). “Esta dimensión sociológica remite a los trabajos de Pierre Bourdieu, quien ha propuesto una reinterpretación de la noción de *êthos* en el marco del concepto de *habitus* (o conjunto de disposiciones durables adquiridas por el individuo a lo largo del proceso de socialización). Componentes del *habitus*, el *êthos* designa para Bourdieu el conjunto de principios interiorizados que guían nuestra conducta sin que lo sepamos; la *hexis* corporal se refiere a las posturas, a las relaciones con el cuerpo, igualmente interiorizadas. Una articulación entre el análisis del discurso y la sociología de los campos sobre la noción de *êthos*”. (Amossy, 1999:12)

“procedimientos lingüísticos (shifters, modalizadores, términos evaluativos, etc.) por medio de los cuales el locutor imprime su marca en el enunciado” (Kerbrat-Orecchioni, 1980:32).

Si bien en algunos casos estudiados el “yo” no aparece de manera explícita, siempre existe en modo tácito o sugerido a través de la orientación de las argumentaciones.

Según la tipología presentada por Kerbrat-Orecchioni, los “subjetivemas”²⁶ o sustantivos, adjetivos, verbos y adverbios que llevan la marca de la subjetividad del “yo”, pueden ser “afectivos”, aquellos que expresan una reacción de la emoción; “evaluativos” los que reflejan una competencia cultural; o “axiológicos” si ostentan un juicio de valor.

Todas estas marcas discursivas contribuyen a la construcción de un *êthos* en la medida en que proyectan necesariamente en el discurso una imagen de la personalidad, de las competencias y del sistema de valores del locutor (Amossy, 2010:109).

En los discursos periodísticos rastrearemos “las operaciones de asignación de sentido en las materias significantes estudiadas, las que reconstruiremos a partir de las *marcas* presentes en los enunciados que se convertirán en las huellas del conjunto de condiciones de producción y/o reconocimiento de los productos” (Verón, [(1987) 1998:129]. Es decir, analizaremos qué efectos de sentido postulan esas huellas en los discursos periodísticos estudiados.

De esta manera, la industria de la información no produce un discurso estructuralmente homogéneo, sino un conjunto complejo de géneros y de tipos discursivos. El “discurso de la información” (Escudero, 1997) pareciera ser una construcción de niveles socioculturales muy diferentes y de operaciones de enunciación heterogéneas donde el estatuto del autor aparece comprometido. Antes vamos a abordar nociones fundamentales que nos servirán para comprender como operan las estrategias de presentación de sí o *êthos* en los discursos periodísticos estudiados.

²⁶ La noción de subjetivemas se fundamenta en el principio de que toda unidad léxica –la mayoría de ellas- es subjetiva; esto es, son indicadoras de una interpretación del mundo; cuando el sujeto habla, se enfrenta a dos posibilidades: elegir un discurso objetivo en el que no aparece el emisor individual; u optar por un discurso subjetivo en el que se manifiesta el enunciador. VER: Kerbrat-Orecchioni (1982: 92-93)

1.3.1. El estudio del *êthos* en el discurso periodístico

Vemos que la "presentación de sí mismo" o *êthos* ocupa un lugar destacado en las interacciones de la vida cotidiana pero no menos fundamental en las prácticas del periodismo profesional. Como anticipamos, para su estudio recuperamos las nociones desarrolladas por Ruth Amossy, quien en la última década se ha constituido en la principal exponente teórica del análisis de la argumentación en el discurso. Sus propuestas abren posibles caminos de investigación sobre la subjetividad dentro del área del Análisis del Discurso.

Desde la perspectiva analítica asumida, Amossy propone un enfoque que permite avanzar sobre la discusión respecto del sujeto. Como el *êthos* aristotélico presume la intencionalidad persuasiva del sujeto -que puede traducirse en el *êthos* del discurso-, desde este enfoque las determinaciones sociodiscursivas y la capacidad de actuar no se sitúan en el mismo plano; por tanto, no hay incompatibilidad entre la idea aristotélica y una noción de sujeto posmoderno modelado por el discurso social.

De esta manera, Amossy (2010) cree que el "yo" no es un rol deliberadamente asumido. Inspirada en Marshall W. Alcorn Jr. quien sostiene que "los 'yo' no son agentes creadores que actúan desde el núcleo del proceso retórico, son más bien efecto de la retórica, una especie de epifenómeno constituido por el juego de fuerzas sociales, políticas y lingüísticas. No hay una entidad interna del yo que elige su carácter. El yo refleja más bien el carácter particular de fuerzas sociales más vastas que determinan su naturaleza y su dinámica" (Amossy, 2010:106).

En este sentido, como dijimos, Ducrot (1984:200) había reformulado la noción aristotélica de *êthos* dentro de un marco pragmático: en el *êthos* está concernido el locutor en tanto tal, el personaje que habla, no el individuo considerado independientemente de su enunciación. Luego fue utilizada por Maingueneau (1984, 1991, 1993) en reacción a una concepción estructuralista sobre el texto. Todo discurso, oral o escrito, supone un *êthos*: implica cierta representación del cuerpo de su garante, del enunciador que asume su responsabilidad. Es decir que el *êthos* contribuye de manera decisiva a la legitimación del discurso. (Maingueneau, 1999:48)

Por ello, es casi imposible encontrar un texto en el que no aflore la subjetividad, la presencia del sujeto hablante. Las huellas lingüísticas de la subjetividad enunciativa

son múltiples. Maingueneau retoma a Bajtín, y también estudia cómo se expresa la subjetividad del locutor en el enunciado mediante: los déicticos, la modalidad de enunciado y de enunciación, los subjetivemas y la polifonía que implica el surgimiento de distintas voces en el enunciado.

Asimismo, Kerbrat-Orecchioni propone llamar *subjetivemas* (1980:32) a estas marcas del sujeto en el discurso; así como la idea de subjetividad puede encontrarse más explícita en las palabras del texto que contienen evaluaciones positivas o negativas, que ofrecen una toma de posición del enunciador.

La presentación de sí está necesariamente anclada en la presencia de un enunciador que hay que reconstruir a partir de las marcas que deja en el discurso, para comprender cómo construye su *êthos*. Pero también, el proceso de construcción del *êthos* es indisociable de la construcción de lector que se produce en el proceso de interpretación del discurso. De ahí que, por ejemplo, nos resulta útil analizar las personas gramaticales empleadas en el relato para inferir la naturaleza y funciones del *êthos* discursivo.

A partir del análisis que realiza Amossy sobre la construcción de las imágenes de sí y de las imágenes del otro en un texto, es posible observar la utilización de la pareja "yo" / "tú" en donde el locutor sólo en su relación con el otro, puede advenir y perfilarse como sujeto.

Al respecto, la autora dice que "toda presentación de sí está modelada por la doxa, las expectativas y las reacciones del auditorio y se manifiesta como una negociación de la identidad de cuyo éxito depende, en gran parte, su funcionalidad y su fuerza de persuasión. Se ha llegado al punto desde el que se vislumbran ciertos problemas que están en el corazón mismo del tema: la cuestión de la subjetividad y de la identidad, la cuestión de la capacidad de decir y de decirse para actuar, la cuestión de la relación recíproca que une indisolublemente el *yo* al *tú*" (Amossy, 2010).

De ahí que el análisis de las personas gramaticales permite aproximarnos a cuestiones de fondo sobre la naturaleza y funciones del *êthos*, que dan cuenta de las marcas que el locutor deja en el discurso. Sin embargo, no siempre está presente el uso del "yo" en forma explícita.

La emergencia de la subjetividad y de la propia imagen en el discurso, es una construcción identitaria. Podemos advertir que en el acto de enunciación se llenan los pronombres personales porque son los elementos vacíos que le permiten al sujeto establecer la separación, el distanciamiento del yo con él (el que está ausente, la cosa). El "tú" es el otro que permite el diálogo. Yo y tú tienen carácter dinámico, intercambiable, lo que asegura la emergencia de la subjetividad.

A su vez, el discurso periodístico es retórico en cuanto ofrece una interpretación de la realidad, contextualizando acontecimientos, valorando, contrastando y utilizando argumentos para dar un sentido al acontecer.

En este tipo de discurso, y puntualmente en nuestra categoría de análisis, el *periodismo de autor 2.0*, se hace más evidente la idea de que el narrador es el elemento central en el texto; sin narrador no hay relato. "El narrador es quien encarna los principios a partir de los cuales se establecen los juicios de valor, él es quien escoge entre el orden cronológico y los cambios en el orden temporal. No hay relato sin narrador" (Todorov, 1973:75)

La presentación de sí surge de la existencia de un "yo" definido como sujeto de la enunciación, o sea, de un locutor que pone en funcionamiento la lengua para producir un enunciado. Este acto es correlativo a la producción de una imagen de sí (Amossy, 2010:104). Como ya dijimos, la aparición de un "yo" implica la de un "tu", y es en esta relación constitutiva de donde emerge una subjetividad que designa también una identidad.

En virtud de ello, decir y decirse son dos instancias inseparables en el mismo acto de enunciación. Desde el mismo momento en que el "yo" surge y se instala como sujeto en el discurso, se dice y se muestra de una cierta manera. Por lo que subjetividad e identidad se construyen en el mismo discurso.

Entendemos, al igual que Benveniste, que la identidad es la posibilidad de singularizar un individuo, de identificarlo, pero también la emergencia de la conciencia que el individuo toma de sí mismo a través del discurso.

A su vez, Ruth Amossy (2010:103) amplía la noción de identidad discursiva y la vincula con el proceso de construcción de Imagen. "Al decir "yo" el locutor construye en su enunciación una imagen de sí, al mismo tiempo que se constituye en sujeto. A

través de esta imagen se identifica, se muestra de una cierta manera que permite situarlo socialmente y diferenciarlo como individuo, en virtud de sus características particulares" (Amossy, 2010:105).

En nuestro caso de estudio, los enunciadores se posicionan como periodistas, o sea que su subjetividad reposa sobre su hacer profesional. En este sentido, cabe pensar que en el discurso de la información prevalece una función referencial que tiene por objeto "hacer-saber" sobre la actualidad. Este objeto es la construcción de la actualidad (ilusión referencial). Esta ilusión de referencialidad parece ocultar sus condiciones de producción, presentando al producto discursivo como una superficie lisa y neutra. En la deontología periodística, el sujeto de la enunciación debe borrarse detrás de una estrategia de presentación de los "hechos" (Escudero, 1997). Esta idea es coincidente con lo que Amossy denomina la borradura enunciativa, que profundizaremos en el apartado siguiente.

1.3.2. La borradura enunciativa en el discurso periodístico

En el discurso periodístico se construye un *êthos* que juega un doble rol en función de la necesidad de, lo que Amossy denomina la "borradura enunciativa"²⁷. El *êthos* se suscribe a una imagen de sí capaz de portar la objetividad periodística en su discurso. En relación a este concepto, Patrick Charaudeau (2003), encuentra un doble objetivo discursivo en el periodismo: "hacer saber" según una "lógica cívica" y hacer una "puesta en espectáculo" de la información para un público que sea lo más amplio posible. La borradura enunciativa puede considerarse aquí tanto el resultado no intencional de una práctica de neutralidad como una táctica deliberada que permite decir sin decir²⁸.

El uso de una pseudoimparcialidad en donde el enunciador trata de ausentarse de su discurso y borrar su *êthos*, es una estrategia de la influencia velada en la información mediática. A partir de una objetividad discursiva por definición imposible, el periodista y el medio toman la responsabilidad de desdibujar la orientación argumentativa que imprimen al relato de los hechos.

²⁷ Amossy (2010) retoma el término original de Vion (2001) sobre borradura enunciativa.

²⁸ VER: <http://www.revistaretor.org/pdf/Revista-R%C3%A9tor-Bettendorff.pdf>

El discurso periodístico dispone de algunas herramientas para realizar la borratura enunciativa, por ejemplo, omitiendo la primera persona, los comentarios juicios explícitos, los términos evaluativos, los axiológicos, los afectivos, la citación de fuentes haciéndose eco de lo que se dice en otro lado. Así, se logran los efectos de objetividad también apelando a la presunción, la toma de palabra en nombre de la opinión pública (“dicen”, “los argentinos”). En la construcción de esta ilusión referencial (Escudero, 1997), el elemento descriptivo organiza la dimensión deíctica o demostrativa del discurso, donde la citación de los lugares, las fechas o las horas es presentada como un efecto de objetividad.

Por ejemplo, en la prensa escrita pone en funcionamiento estrategias discursivas que se infieren, tal como apunta Escudero, por la utilización de anclajes testimoniales, que se vuelven una de las formas de estructuración del relato periodístico: el medio “escucha”, como el historiador, una “afuera” y lo repite: es la posición del medio como reflejo de lo social. Coloca una cierta intangibilidad interna al relato de las noticias. Es la posición del medio como constructor de la actualidad. La práctica de la escritura profesional liga diégesis y mimesis, testimonio y organización en la producción de ese producto textual final característico que llamamos comúnmente periódico.

El efecto de “real” (Barthes, 1987) en el discurso periodístico esta tácitamente aceptado por el destinatario a través del contrato de lectura. Así, la escritura periodística gestiona una tensión que le es constitutiva. El enunciador posicionado como periodista no solo asume una identidad de informador, de mediador, sino que también es un proveedor de sensaciones y el maestro de ceremonias de un espectáculo al cual tiene que cautivar a un público lo más amplio posible.

Por tanto, la borratura enunciativa es un simulacro, donde el locutor/enunciador esta siempre postulado en la proliferación de los enunciados. Lo que aseveramos lo asumimos como locutor/enunciador primario, aunque no aparezca explícitamente la mirada del sujeto en lo dicho.

En otros términos, Amossy (2010:183-188) postula que, en su discurso el periodista asume la responsabilidad de lo que dice mientras está tratando de ser imparcial y objetivo. En esta dinámica de locutor “disimulado”, nunca deja de

influenciar las representaciones de lo real. De ahí que la credibilidad de lo dicho sería un efecto perlocutivo pretendido.

En este sentido, la identidad que el periodista construye de manera indirecta lo implica en términos de responsabilidad profesional e individual. “No solo está en deuda con el *êthos* que proclama deliberadamente sino también con el que proyecta indirectamente” (Amossy, 2010:203). El periodista asume una doble imagen: la aceptada y manifiesta que el mismo reivindica en la presentación de sí; y la que aparece espontánea e involuntariamente inscripta en el discurso periodístico.

El discurso de la información escrita pareciera llenar una función referencial que tiene por objeto “hacer-saber” sobre la actualidad. Escudero sostiene que la construcción de la actualidad y su ilusión de referencialidad parecen ocultar sus condiciones de producción, presentando al producto discursivo como una superficie lisa y neutra. En la deontología periodística, el sujeto de la enunciación debe borrarse detrás de una estrategia de presentación de los “hechos” (1997).

El contrato de lectura hace posible que el lector/usuario tome al periodista/soporte por responsable de lo que dice, reivindicándolo de la neutralidad y de la borratura enunciativa que manifiesta el discurso.

En la línea que plantea Escudero vemos que en el mundo periodístico la verdad es siempre discursiva, es decir, es un efecto de discurso: es el resultado de la coincidencia de los relatos, de la alternancia y del contraste entre las versiones de las desmentidas y las declaraciones (1997). El contrato mediático tiene el poder de difundir la narración de los sucesos como signifiante privilegiado de lo real pero simultáneamente de lo verdadero. Los medios informativos transmiten lo que se ha decidido previamente: la redacción del diario, las rutinas de selección de material de los periodistas establecen lo que se debe tomar en consideración.

Por tanto, el contrato de lectura entre un enunciador que se posiciona como periodista y sus destinatarios se respalda en un contrato fiduciario en el que los medios tratan de establecer con sus lectores de modo de hacer aceptar a priori la verdad del relato vehiculado por el medio, pero dejándole a posteriori la posibilidad de verificación. Es decir, como veremos en el apartado 1.4., el contrato entre enunciador

y enunciatario es cooperativo, pero sobre todo crediticio porque sirve de marco al desarrollo y actualización de un conjunto de estrategias textuales entre las cuales se situaría la estrategia del autor.

1.3.3. Estereotipos, imaginarios sociales y *êthos* previo

En este punto es oportuno recuperar las reflexiones sobre la función de los estereotipos en la construcción del *êthos* en el proceso de lectura, lo que indefectiblemente nos lleva a la consideración del *êthos* previo “que se forma en los discursos que circulan en la comunidad (...) y que tiene una relación constitutiva con el *êthos* discursivo” (Amossy, 2010: 71).

Teniendo en cuenta la idea de *êthos* prediscursivo (Maingueneau, 1999a), es decir, el conformado por las representaciones a cerca del carácter del locutor que los destinatarios han construido, Amossy considera que este *êthos* previo es movilizado en la presentación de sí a partir de dos tipos de elementos sociodiscursivos: aquellos inscriptos en la materialidad del discurso y aquellos que remiten a la situación de intercambio o a los discursos corrientes de los cuales se nutre el nuevo enunciado.

En la primera instancia figuran el nombre del locutor y lo que él dice o recuerda explícitamente sobre su pasado. En la segunda categoría figura la imagen de su persona tal como se construyó en sus tomas de palabra anteriores; lo que se ha dicho o escrito de él (interdiscurso); las representaciones colectivas que se vinculan con su persona; y, su estatus social e institucional con aquello que implica de legitimidad y de autoridad (Amossy, 2010: 79-80)

Asimismo, los estereotipos tienen un papel importante en la configuración de la imagen de sí en distintos géneros discursivos y pueden ser utilizados en las comunicaciones como refuerzo, combinación o subversión de una idea.

En este sentido, para Elvira Narvaja de Arnoux “es evidente que las inferencias que el discurso autoriza se apoyan, en la mayoría de los casos, en representaciones sociales más o menos estereotipadas” (2012: 94).

Los estereotipos organizan nuestra forma de conocimiento y al mismo tiempo limitan nuestro modo de ver el mundo ya de por sí limitado. Un estereotipo, al

categorizar y describir a un grupo, es predominantemente evaluativo. El estereotipo funciona como imágenes en nuestra mente que mediatizan nuestra relación con lo real. Son representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes que actúan como filtros.

Esta formulación, que se acerca a una de las tradiciones retóricas del *êthos* (en tanto imagen que el auditorio se hace del orador en función de su estatus, de su reputación o de su decir anterior) tiene en cuenta su construcción en el interdiscurso y, consecuentemente, su reformulación en el discurso.

El *êthos previo* remite a estereotipos²⁹ y clichés profesionales o sociales, a la imagen pública de una figura, a la reputación personal que orienta a priori la forma en que se percibe al locutor (en estos dos últimos casos, entran en juego el conocimiento de textos anteriores o la historia conversacional), al estatus social.

Es pertinente considerar en este punto la influencia que ejerce *êthos* previo de los periodistas que conforman nuestro corpus de estudio. El mismo se ha construido a lo largo de su trayectoria y por el encabalgamiento de su producción discursiva en diferentes formatos y foros públicos.

La noción de *êthos* institucional otorgado por el medio en el cual el periodista participa conforma esta construcción pre discursiva de la imagen que el lector/usuario hace de él, por efecto o por defecto.

El “yo” construye su identidad en su relación con un “vosotros/ustedes”. Frente a él y por él construye una imagen de sí. Se deja ver sobre la escena pública o privada para ejercer un efecto apropiado en la interacción en la que está involucrado.

En tanto esta noción requiere de la consideración de conceptualizaciones del *êthos* que incluyen datos no discursivos, aquí podemos traer las reflexiones provenientes de la sociología de Pierre Bourdieu (1982), quien cuestiona la postura de Austin por buscar en la lingüística del propio texto la eficacia de los discursos, dejando fuera la autoridad institucional que legitima al locutor.

Bourdieu, en *Qué significa hablar*, propone que el poder de un enunciado reside en sus “condiciones institucionales” de producción y recepción. “El poder de las palabras no es sino el poder delegado del portavoz, y sus palabras -es decir su discurso

²⁹ El estereotipo no existe en sí, no constituye un objeto palpable ni una entidad concreta, sino que es una construcción de lectura [VER: (Amossy 2001: 78-80)]

y su forma de hablar- son como máximo un testimonio más de la garantía de delegación de que está investido" (Bourdieu, 1982:87).

Es decir, tanto la forma como la materia del discurso dependen de la posición social del locutor; éste es portavoz autorizado y "puede actuar a través de las palabras sobre otros agentes porque su palabra concentra el capital simbólico acumulado por el grupo que le ha otorgado ese mandato y de cuyo poder está investido" (Bourdieu, 1982:89).

Por ello, Hay que considerar que con el "quién soy yo para ti" y el "quién quiero ser para ti" se introducen elementos que superan el poder del locutor. El "yo" está condicionado por la relación entre los lugares inscriptos en la lengua y por las relaciones de poder sobreentendidas en todo intercambio simbólico. "Las imágenes que proyecta el "yo" de sí mismo no depende únicamente de una deliberada planificación: se nutren de las interpretaciones sociales por medio de las cuales es posible que cada uno de nosotros se piense" (Amossy, 2010: 106).

Entonces, la presentación de sí establece una relación entre la posición y el posicionamiento en el campo; la presentación de sí, el *êthos*, es tributaria del campo, de sus reglas y estructuras en el momento del intercambio comunicativo, pero también es el resultado de negociaciones en la interacción misma.

En el nivel de la interacción en la que está comprometido, el periodista autor 2.0 proyecta un *êthos* que le permitiría entrar en relación con el otro y hacer que sus puntos de vista sean compartidos. Esta imagen proyectada es tributaria de representaciones colectivas y de valores comunes, equivalente al *imaginario sociodiscursivo* (Charaudeau, 2003). El *êthos* movilizado en los discursos permite entender los imaginarios sociales de una sociedad determinada. Para entender los *êthos* desplegados en el espacio mediático en general, hay que comprender las significaciones sociales de determinadas imágenes y construcciones simbólicas de la sociedad.

Es decir, los periodistas como enunciadores son prisioneros de una red de determinaciones sociodiscursivas que constriñen fuertemente su palabra, como muchas veces ocurre con su posición en el mismo terreno periodístico. Proyectan una imagen de su persona que está condicionada por los códigos del campo del discurso

periodístico y por los imperativos de posicionamiento adoptados a lo largo de su trayectoria profesional y de la línea editorial de los medios donde la han forjado.

1.3.4. Identidad, imagen y *êthos* discursivo en los blogs periodísticos

Para indagar la construcción de identidades digitales de los periodistas a través del análisis del *êthos* o “presentación de sí mismo” en su producción discursiva inscripta en publicaciones alojadas en blogs o sitios *Web* personales, comenzaremos precisando algunos conceptos y sus particularidades en entornos digitales.

Como ya dijimos, partimos de la perspectiva de la teoría de los discursos sociales que se asienta en la teoría de la enunciación de Benveniste. Así, Eliseo Verón ha explicado la noción de enunciación en estos términos: “El plano de la enunciación es aquél en el cual, en el discurso mismo, se construyen las posiciones del que comunica (enunciador) y de aquél a quien el acto de discurso está dirigido (destinatario) [que nosotros hemos llamado enunciatario].

Es pues indispensable distinguir el enunciador (posición del que comunica, construida en su comunicación) del emisor (entidad individual o colectiva “real”); del mismo modo conviene diferenciar el destinatario (posición de aquél a quien está dirigida la comunicación, posición construida en el discurso), del receptor (entidad individual o colectiva “real”). Enunciador y destinatario son entidades discursivas o, si se prefiere, entidades del imaginario de la comunicación” (Verón, 1999:96).

Con el desarrollo de las plataformas en la Web, los conceptos de identidad y subjetividad adquieren nuevos matices y manifestaciones. Los espacios virtuales de socialización abren otras instancias de comunicación, nuevos códigos comunicativos y sistemas de significación que permiten al individuo en tanto sujeto convertirse en emisor y mensaje de sí mismo.

La identidad digital habilita al sujeto una reformulación de su identidad real, escogiendo los rasgos o atributos que desea comunicar y que le permiten proyectar una imagen de sí o *êthos* en el ciberespacio.

La imagen de sí es una construcción material y significativa que elabora el destinatario a partir de los rasgos de identidad proyectados por el enunciador.

Desde esta perspectiva, consideramos una bidimensionalidad del sujeto-usuario, que se manifiesta en un sujeto que habita e interactúa en un espacio no-virtual y otro que desarrolla contactos e interactúa con otros sujetos en un espacio virtual. Ambos espacios son sinérgicos y se retroalimentan el uno al otro.

El sujeto en la dimensión no-virtual se construye a partir de sus experiencias, vivencias y mediaciones. No decide que rasgos lo definen e identifican ante los otros, con los que interactúa en un mismo espacio social. En la dimensión virtual, el sujeto en parte es producto consciente de sí mismo, y posee cierto control sobre los rasgos que transforma en atributos identitarios que lo definen ante los otros. La interacción con los demás usuarios se da en el ciberespacio.

Ambas dimensiones donde se manifiesta la subjetividad son complementarias, y estos espacios se relacionan “tanto uno como otro se retroalimentan y componen a sí mismos. Si algo afecta al sujeto en el espacio no-virtual, ello se verá reflejado en el espacio virtual, dado que el individuo encontrará mecanismos para liberarse en el espacio virtual, el cual le resulta, quizás, más seguro”³⁰. Esto puede ilustrarse con el ejemplo del periodista que postea en su sitio personal o red social una opinión o *tweetea* un mensaje que no publica en el medio tradicional donde trabaja.

En este sentido, resulta interesante ver la manera como el sujeto va construyendo una representación, va rediseñando su identidad digital poniendo en escena un *êthos* o presentación de sí mismo. El proceso de construcción del perfil individual en las comunidades virtuales como Facebook, Twitter, Blogs o Sitios personales permite al individuo organizar las características de la identidad que desea proyectar, convirtiendo su ser-virtual en el equivalente a un mensaje de tipo publicitario, con el objetivo específico de encontrar y dejarse encontrar por sus similares.

En el caso de los periodistas, el nombre propio que identifica al Blog y las características de su *profile* (perfil) constituyen una estrategia desde donde proyectar identidad y generar imagen en sus usuarios/lectores.

³⁰Daniel E. Aguilar Rodríguez Elías Said Hung. Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. En “Zona próxima” Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte, Colombia. n° 12 enero-julio, 2010

Por ello, la puesta en escena de un yo digital nace en la confluencia de dos dimensiones: la humana y la técnica. El sujeto construye su identidad inscribiéndose en un espacio estructurado por una interfaz que le posibilita seleccionar determinadas opciones: la representación de sí mismo en los sitios Web se define por la Identidad numérica como un conjunto de representaciones gráficas, sonoras y visuales que deben estar porque funcionan como signos que representan y definen al usuario digital.

El dispositivo ofrece opciones para la construcción de significados, a lo que se suman las posibilidades de hipertextualidad y multimedialidad. En función de los signos elegidos se va a configurar una referenciación determinada al sí mismo del autor. En este sentido, en la representación de sí mismo que construye un usuario en la Web 2.0 interviene una faceta humana y otra técnica.

En la Web, este fenómeno está necesariamente anclado a la construcción de una identidad virtual o imagen de sí que es posible reconstruir a partir de las marcas que deja el autor en su discurso. Como anticipamos, el *êthos* discursivo es la forma constitutiva inserta en el enunciado, que en términos sociodiscursivos es dialógica y tiene un fin argumentativo, dado que toda construcción de imagen de sí mismo depende de un imaginario social.

Así, el *êthos* siempre se construye a partir de representaciones preexistentes compartidas por un grupo que están ligadas a *estereotipos* y *clichés*, y se pueden analizar sus diversas dimensiones a través de las marcas que el enunciador imprime en su discurso. En el apartado anterior, vimos cómo opera el *êthos* previo en relación a los estereotipos e imaginarios sociales.

Sin embargo, en la materialidad del lenguaje se revela el vínculo entre la inscripción de la subjetividad y la construcción del *êthos*. Todas estas marcas discursivas contribuyen asimismo a la construcción de un *êthos* en la medida en que proyectan necesariamente en el discurso una imagen de la personalidad, de las competencias y del sistema de valores del locutor.

El discurso periodístico, sobre todo en las columnas de opinión, investigación y análisis basa su fuerza persuasiva en la personalidad del periodista que construye su *êthos* dentro del texto (López Pan, 2011; Gil González, J.C., 2007). Esta práctica discursiva tiende a producir efectos sociales e ideológicos sobre el otro, en un espacio público compartido por diferentes concepciones de mundo que luchan por imponerse.

En los casos de estudio, aparecen momentos en los que el enunciador periodista proyecta un ego público cuasi ideal, tomando para sí la atribución del justiciero que acusa y defiende desde la aparente imparcialidad que le otorga su posición en el campo, siempre amparado por la ética periodística.

Finalmente, como plantea Amossy (2010:130) está claro que la *presentación de sí* siempre reposa sobre una negociación de la identidad a través de la cual y al mismo tiempo, el locutor se muestra y trata de imponer o, al menos, de hacer que se compartan sus puntos de vista.

En este sentido, podemos afirmar que, a pesar de la borradura enunciativa propia del discurso periodístico, a partir del análisis de marcas y de las argumentaciones del relato es posible inferir la mirada del mundo del sujeto periodista/autor y su *êthos* identificado, por ejemplo, como periodista de izquierda, neoliberal, antiperonista, etc.

A través de la *imagen de sí* que movilizan los discursos, las características del *êthos* de autor se amalgaman a partir de la puesta en escena de argumentaciones, valores y puntos de vista. Al tiempo que la narratividad del yo se pone en juego desde los códigos de la interfaz, desde los otros medios donde participa y a partir de los enlaces y fuentes a las que remite.

1.4. UN NUEVO CONTRATO ENTRE ENUNCIADOR Y DESTINATARIO: DEL LECTOR AL USUARIO

La relación entre un soporte³¹ y su lectura reposa sobre lo que llamaremos el contrato de lectura. El discurso del soporte, por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos partes, entre las cuales se establece un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato. (Verón, 1985)

Verón haciendo foco en la prensa escrita, plantea que el éxito de un soporte se mide por su capacidad de proponer un contrato adecuado a las expectativas, motivaciones, intereses y a los contenidos del imaginario de lo decible visual. Sostiene que la vigencia del soporte se relaciona a la evolución coherente del contrato de lectura que propone para preservar el nexo con los destinatarios, en sintonía a la evolución socio-cultural de los mismos.

“Por el funcionamiento de la enunciación³², un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciador), una cierta imagen de aquél a quien se habla (el destinatario) y, en consecuencia, un nexo entre estos ‘lugares’” (Verón, 1985). Entonces, para entender los cambios de contrato en los nuevos soportes es necesario conocer por cuáles mecanismos y en qué nivel de funcionamiento del discurso de un soporte se construye el contrato de lectura.

A su vez, tal como dijimos en el punto 1.3.2 cuando hablamos de la borradura enunciativa propia del discurso periodístico, consideramos que la legitimidad de los medios de comunicación, así como el estatuto del discurso periodístico es precisamente su condición de decir la verdad.

En este sentido, recuperamos lo planteado por Charaudeau (2004) cuando habla de un contrato de la información mediática entre medios y audiencia, cuyo fin es informar y, a la vez, incitar a los lectores y captarlos para consumir el discurso del medio.

³¹ En este desarrollo tomamos la distinción entre soporte y medio de comunicación realizada por J.L. Brea (2002). Un medio es un dispositivo específico de distribución social del conocimiento, mientras que el soporte es la materia sobre la que un contenido se materializa. De ahí que consideramos que Internet es un soporte sobre el cual se materializan diversos tipos de medios.

³² Como vimos en el Capítulo 1, desde la teoría de la enunciación de Benveniste podemos distinguir, en el funcionamiento de cualquier discurso, dos niveles: el enunciado y la enunciación. El nivel del enunciado es aquel de lo que se dice y corresponde al orden del contenido; mientras que el nivel de la enunciación concierne a las modalidades del decir, ósea, cómo se dice lo que se dice.

En cuanto a la naturaleza del contrato y el problema del autor, Verón afirma que el contrato de lectura concierne al tipo de relación que el medio trata de establecer con su público. La instancia de la enunciación mediática debe construir una imagen de enunciador neutro, no implicado y distante, o sea, configura una imagen de la instancia destinatario en nombre de la ciudadanía. A su vez, se refiere a un contrato enunciativo para construir hábitos de lectura perdurables.

Sin embargo, en relación a lo que plantea Escudero (1997), este contrato es contradictorio y sufre una tensión paradójica. Por un lado, los distintos medios suelen brindar la misma información, pero, por el otro, buscan diferenciarse para seducir a los lectores. Entra en juego, entonces, el contrato de lectura que se basa en las condiciones de enunciación: el modo de decir y el estilo.

Verón afirma que un contrato de lectura se sostiene por los dispositivos de enunciación y sus estrategias discursivas implícitas. Podemos considerar, como Escudero (1997) que los medios proponen a sus lectores un pacto de lectura situacional y al mismo tiempo informativo, además de establecer también una gradación de credibilidad. Esto sucede a través de mediaciones que van desde la referencia a las fuentes textuales oficiales hasta la utilización de un portavoz o especialista, pasando por la imprecisión de la citación de la fuente textual oficiosa. La utilización estratégica de las fuentes textuales se diseña como uno de los elementos indispensables para la construcción de esta relación de confianza que es una de las formas del contrato mediático de la información.

Por todo ello, podemos decir que el contrato mediático se basa en la credibilidad y legitimidad que el lector le otorga al medio en su forma de ver el mundo. Sin embargo, con las transformaciones sufridas en los medios y soportes en las últimas décadas, se ha modificado las condiciones producción, circulación y reconocimiento de los discursos periodísticos, entre ellos aparecieron los blogs personales como nuevos soportes y modos de configuración de lo informativo.

Como explicaremos en el *Capítulo 3*, en los blogs periodísticos de autor surgidos a principios de siglo XXI, el lugar enunciativo se construye desde la posición de periodista y el autor se define por su hacer profesional. Pero antes, para entender esos

cambios en el plano de la enunciación repacemos las variaciones en la prensa digital – el caso de los diarios on line - que fueron los primeros en modificar sus propios contratos de lectura³³.

1.4.1. Variaciones en las gramáticas de producción de los diarios digitales

Con la aparición de los periódicos electrónicos (Cuesta y Zelcer, 2002) es posible considerar al diario como un transgénero, es decir un conjunto de textos que se caracterizan por presentar ciertas regularidades en su configuración retórica, temática y enunciativa. Tales regularidades funcionan como gramáticas³⁴ que actúan tanto en la producción como en el reconocimiento social de esta clase de discursos. En este sentido, existen ciertas restricciones discursivas propias del género en su emplazamiento original que se trasladan al nuevo medio y permiten su producción y reconocimiento social en un soporte novedoso.

En su nuevo soporte digital, los diarios registraron cambios en cuanto a la temporalidad, variaciones en la espacialidad y alteraciones producidas a nivel enunciativo, es decir, en la construcción de una escena comunicacional textual.

Como ya explicaremos en el *Capítulo 2* de este trabajo, además de las variaciones en el nivel discursivo, los medios de comunicación tradicionales sufrieron transformaciones y cambios profundos en el mercado donde se insertan. Paralelamente al crecimiento del volumen de usuarios de Internet, podemos ver la evolución del género periodístico en su nuevo soporte.

Cuesta y Zelcer destacan la frecuencia de las actualizaciones de la información que ha posibilitado Internet. Este nuevo medio en que se emplaza el género permite un efecto de inmediatez, achicando considerablemente la distancias entre las instancias de producción, circulación y consumo que imponía la imprenta al periódico tradicional.

³³ Por ejemplo, los textos extensos abandonaron el podio y los hipertextos -enlaces que nos llevan a otra información- fueron ganando espacio en la manera de construir los sentidos de lo dicho. Los aportes multimedia y las galerías de fotos sumaron atractivo al lector de paso. Actualmente, se consume información desde cualquier dispositivo móvil con acceso a Internet, y las redes sociales exhiben lo que se publica en los medios digitales. El nuevo pacto está firmado y abierto para nuevas prácticas comunicativas.

³⁴ Emplean el término gramáticas en el sentido que lo hace Eliseo Verón (1996), para referirse a las reglas que actúan ya sea en la producción o en el reconocimiento de un determinado discurso o conjunto textual. Los autores estudiaron el fenómeno de la transposición de los diarios a Internet desde una perspectiva semiótica.

Internet posee la capacidad de transmitir información en tiempo real³⁵ mientras que los diarios impresos transmiten *noticias de ayer*. Por ello, los diarios electrónicos avanzan en la construcción de la actualidad en curso, dado que el dispositivo técnico permite innovaciones permanentes. O sea, ofrece la posibilidad de “renovar el contenido de un sitio y de distribuir su información en tiempo real tantas veces como se desee”. A esto, los autores llaman la posibilidad de *actualización*. Por otro lado, sostienen que el objeto o tema del discurso periodístico trabaja sobre la actualidad, lo que favorece el encuentro de este tipo de discurso con el nuevo soporte.

Asimismo, el *hipertexto* es una categoría que, generalmente, se relaciona con el advenimiento de las comunicaciones digitales. Varias de las características de los hipertextos recién reseñadas –la no linealidad, la multiplicidad de recorridos que habilita, etc.– ponen en crisis la noción de texto. Sin embargo, al mismo tiempo la noción de hipertexto constituye una resolución para esta crisis, en tanto describe la novedad del fenómeno y permite dar cuenta de la organización de estas nuevas producciones y de sus efectos.

Sin embargo, Cuesta y Zelcer (2002) abordan la forma de *hipertextualidad* observada en los diarios electrónicos, para diferenciarla de aquella propia de los diarios impresos. Sostienen que Ambos soportes se caracterizan por una organización hipertextual dado que promueven una lectura no secuencial, no lineal. En el periódico digital los links o enlaces reenvían de una página a otra potenciando las posibilidades de lectura no secuencial ya presentes en el periódico impreso (título, copetes, bajadas son los dispositivos textuales que ofrecen las posibilidades de diversas de lectura).

El diario impreso se presenta como un hipertexto en superficie: cuenta con una multiplicidad de reenvíos en copresencia, ya sea en la misma página o en páginas distintas. Está organizado como un hipertexto cuyo recorrido es fundamentalmente de carácter indicial, gobernado por la contigüidad. Y, en tanto segundidad, tiene límites precisos: la extensión del diario.

En cambio, el hipertexto electrónico recicló la práctica de la escritura en palimpsesto dado que, mediante la activación de cualquier enlace, la pantalla se desvanece y emerge una nueva (Cuesta y Zelcer, 2009). Esta metáfora explica la

³⁵ Desde 1998 a 2002, uno de los cambios significativos en la configuración de los diarios electrónicos ha sido la inclusión y progresiva jerarquización de las noticias de último momento, referidas al *ahora*.

articulación entre la restricción espacial de la pantalla y la expansión del diario electrónico en un espacio virtual casi sin límites, que posibilita almacenar tanto la edición del día como las anteriores, suplementos especiales e información ausente en las versiones impresas. El enlace hipertextual, hipervínculo o link es el elemento clave en la redacción para Internet que hace posible conectar y organizar en estructuras multiformes distintos contenidos multimedia, y trazar entre ellos múltiples itinerarios de lectura³⁶.

Como estrategia textual, los enlaces pueden cumplir una función documental (que permiten ahondar en los detalles de la información dejando la decisión en el usuario); o una función narrativa (que estructura la disposición de los enlaces en un hipertexto que crea diferentes itinerarios de lectura).

En definitiva, el diario electrónico fue apropiándose paulatinamente de estas capacidades y propuso nuevas formas de acceder a la lectura de la información, difiriendo de las propuestas consuetudinarias de la prensa gráfica tradicional. Por tanto, la hipertextualidad tiene diferentes formas de funcionamiento en cada uno de los soportes considerados (diario impreso y diario electrónico) y apela, en cada caso, a diferentes mecanismos de lectura.

Otra propiedad intrínseca al nuevo dispositivo Web fue la *hipermedialidad*. La transposición de los diarios desde la imprenta hacia Internet -gracias a las propiedades del hipermedio-, posibilitó la exploración de una mayor variedad de materias de la expresión. La hipermedialidad es la capacidad que tiene el dispositivo Web de absorber las producciones discursivas propias de otros medios tales como la televisión, la radio o los medios gráficos. Así lo que antes estaba separado en tres medios, ahora era accesible a través del producto de uno: los diarios digitales de Internet, volviéndose un “plurimedio informativo” (Zecler, 2002).

Los periódicos electrónicos, así como los portales de noticias informa más “hipermedialmente” ya que reúnen las distintas producciones en un único lugar a partir de un determinado contenido. Como señala Zelcer, hay una operación de

³⁶Los enlaces son las uniones entre nodos o secciones. Para que un hiperdocumento sea un enlace sus secciones deben permitir tanto la lectura de forma secuencial como no secuencial. Secciones (lexias o nodos) son las unidades básicas del hiperdocumento, los elementos que se unen para formar una red de cosas interrelacionadas entre sí. Las secciones, según el tipo de hiperdocumento, pueden corresponder a partes (capítulos o párrafos) o a documentos completos.

selección y reunión a partir de unidades de contenido. El efecto llano de transposición se pierde, para dar lugar a una configuración de mayor integración entre las distintas materias. La organización general del diario, sin embargo, sigue regida por el texto verbal escrito: los componentes que pautan alguna temporalidad (audio, imagen móvil) permanecen encapsulados, detrás de un enlace que los nombra, pero no deja verlos.

Finalmente, la propiedad de la *interactividad* la definimos como la posibilidad de que el usuario interaccione con la información que le presenta el cibermedio. Esta característica rompe con el modelo punto multipunto fundamentalmente unidireccional -que es propio del diario impreso-, y se avanza en la construcción de un enunciatario complejo: al mismo tiempo que consume, produce: el prosumidor. Sobre la configuración de este nuevo enunciatario hablaremos en el apartado siguiente.

1.4.2. La configuración de nuevos destinatarios

Como venimos observando, las páginas web, los diarios, sitios y blogs periodísticos de Internet se van preparando, configurándose para un nuevo tipo de destinatario digital. No obstante, hay constantes que perduran en el traspaso del discurso periodístico entre los medios tradicionales y los electrónicos.

Como anticipamos al hablar de la borradura enunciativa, el discurso informativo genérico produce un efecto de legitimación de su propia enunciación. Por definición se erige como un discurso que tienen el privilegio de contar la “verdad de los hechos”, y esto se vuelve un tópico narrativo que envuelve y enmarca la razón de ser de los medios de comunicación como institución social.

Desde la semiótica discursiva es posible reconstruir la configuración de los enunciadores a partir del conjunto de estrategias discursivas (identificaciones, localizaciones y temporalización de los actores y sus respectivos escenarios) con vistas a producir ese efecto de verdad del discurso.

A su vez, en la instancia de recepción (reconocimiento) se pueden considerar las estrategias de actualización de los lectores. Paralelamente al establecimiento del contrato de “decir la verdad” propuesto por el medio, el lector se coloca en una situación fiduciaria según la cual el enunciatario adquiere diferentes grados de

credibilidad. Consideramos como Escudero (1997) que lo que vuelve posible el contrato mediático es una relación centrada en la confianza entre la producción y la recepción del medio informativo. Esta posición de adherencia del lector es del orden de lo pasional.

Al hablar de enunciación nos referimos aquí a una escena comunicacional construida en los textos, resultado de la articulación de sus distintos rasgos discursivos. Aparecen en esta escena dos figuras textuales, que ya han sido mencionadas: el enunciador y el enunciatario. El enunciador se propone textualmente como aquella instancia dadora del texto; el enunciatario, por su parte, corresponde a la instancia propuesta como receptora que puede pensarse como el lector construido por los diarios.

Sin embargo, para estudiar las particularidades del contrato que se establece en los blogs como dispositivos de enunciación del discurso periodístico tendremos en cuenta las características que este asume en sus sucedáneos: los diarios electrónicos. La aparición de nuevos medios conlleva dos etapas continuas, pero claramente diferenciables (Cuesta y Zelcer, 2002). En un primer momento, la sociedad tiende a reproducir en los nuevos medios ciertos moldes discursivos emplazados en soportes preexistentes; y en un segundo momento, comienzan a configurarse gramáticas propias de los nuevos medios, que permiten un mayor aprovechamiento de las posibilidades discursivas que brinda el dispositivo técnico³⁷.

Como vimos en el apartado anterior, los autores avanzan en la descripción de las características del lenguaje propio de Internet y cómo se van estabilizando nuevos géneros discursivos. Los cambios operados en los diarios electrónicos dan cuenta de dos fenómenos conexos: están operando nuevas gramáticas de producción y también, aunque con ciertas resistencias, nuevas gramáticas de reconocimiento. En el plano de la enunciación se han habilitado nuevas formas de producir y al mismo tiempo nuevas formas de leer el periódico digital, generándose novedosas gramáticas que aprovechan en mayor medida las posibilidades discursivas que ofrece la Web.

³⁷ Cuesta y Zecler (2002), investigan este fenómeno, comprobando que la primera etapa de producción discursiva sobre nuevos soportes implica la permanencia de gramáticas de producción y reconocimiento previas. Se trata de condicionamientos de naturaleza discursiva y por lo tanto culturales, que en un primer momento operan restringiendo la producción textual de una manera mucho mayor que el mismo dispositivo técnico. En un segundo momento, en cambio, comienzan a desarrollarse gramáticas propias que explotan de una manera más rica las posibilidades que ofrece el dispositivo.

En los periódicos *on line*, el enunciador cede espacio al lector para que brinde su parecer en relación con temas de agenda o controvertidos; allí el destinatario es interpelado³⁸ para participar con su opinión. La voz y las preferencias del destinatario son recuperadas por el enunciador, aunque constituyan una estrategia de marketing (las que también se han modificado en los nuevos soportes; sin embargo, ese tema excede nuestro objeto de estudio).

Además, el destinatario no sólo es consumidor sino también productor de información y actualidad. De esta tendencia epocal daremos cuenta en el *Capítulo 3*, cuando definamos al *prosumidor* y su influencia en una nueva configuración de enunciadores y destinatarios que se van amplificando a medida que proliferan los usuarios en la Web.

Por tanto, es indudable que asistimos a un nuevo tipo de destinatario más pragmático y participativo que el lector construido por los diarios tradicionales impresos. Los diarios electrónicos tienden a construir un usuario más participativo, y no sólo dan cuenta del acontecimiento noticioso, sino que al mismo tiempo se posicionan como escenario de manifestación de la opinión pública (por ejemplo, a través de las encuestas on line, se convierten en un escenario en el cual se producen noticias).

En cuanto a este nuevo tipo de enunciatario/destinatario que se construye en Internet, Cuesta y Zelcer (2002) sostienen que el diario digital no ha dejado de convocar a un *flâneur* electrónico, pero sobre todo que interpela con mayor fuerza a un lector pragmático y participativo. Ciertas posibilidades del dispositivo técnico que en un principio se asociaban a la espectacularidad (imágenes en movimiento, chats, etc.) propias de un momento de fascinación frente al nuevo medio, hoy se articulan en forma novedosa y funcional con rasgos históricamente asociados al género (encuestas, ranking de notas más leídas, etc.).

³⁸Un hecho similar ocurre con los links que remiten a las notas más leídas del diario o a la posibilidad de registrarse como usuario o suscriptor del diario digital para recibir las actualizaciones. La Nación define esta sección como “Ranking de notas” y Clarín como “Las más leídas”. El link que remite a estas secciones ocupa espacios destacados de la barra de navegación vertical de las dos páginas de inicio y ambas caracterizan por presentar un listado con los títulos de la edición del día que hayan contado con mayor cantidad de accesos hasta el momento. En estas secciones, no es el diario quien determina qué notas estarán destacadas, sino el lector (de acuerdo a la cantidad de visita que acumule la nota).

Como veremos más adelante, estas tendencias del soporte en la configuración del lector/usuario son traspolables a los blogs y sitios periodísticos personales.

1.4.3. Blog periodístico como dispositivo discursivo

Las nuevas gramáticas de producción que surgen en el pasaje del diario papel a digital (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad) estarán presentes luego en el soporte Blog, pero con características propias que implican una enunciación más personalizada y menos institucional a la que aparece en los periódicos on line.

Por ejemplo, como veremos en el *Capítulo 3*, los blogs periodísticos vehiculizan un discurso que tiene como objeto la realidad y como esfera de referencia el periodismo, pero con una presencia fuerte de lo autobiográfico y la autorreferencialidad, que son rasgos específicos de este medio (Samela, 2018:280).

Por tanto, los blogs como soporte digital vehiculizan materialidades heterogéneas que por su naturaleza multimedial³⁹ imbrican lo icónico e indicial articulando, en una enunciación hipertextual, videos, fotos, imágenes, etc.

Es decir, las distintas producciones se reúnen en un único lugar a partir de un determinado contenido. Como resultado, en la hipermedialidad hay una operación de selección y reunión a partir de unidades de contenido. El efecto llano de transposición se pierde, para dar lugar a una configuración de mayor integración entre las distintas materias.

En este sentido, detrás del enunciador del blog o sitio periodístico emplazado en la WWW se construye una suerte de *enunciador omnitextual* (Cuesta y Zecler, 2002). La presencia de links⁴⁰ a otras páginas de otros enunciadores, aparece este nuevo enunciador omnitextual que se configura en muchas materias significantes – no sólo en lo lingüístico – internas al propio blog o en enlace con otros sitios de Internet.

³⁹La multimedialidad o transmedialidad no es la mera agregación de múltiples materias significantes (texto, audio, video...) sino su integración sincrónica, consiguiendo una unidad temática que permita la armonización de los distintos códigos textuales y audiovisuales.

⁴⁰El sitio puede disponer de herramientas web 2.0 para hacer Tracback (una vinculación) que remita a otra nota o sitio. Generalmente las plataformas permiten compartir los contenidos del sitio en las redes sociales y diversos soportes como: Facebook, Instagram, Twitter, Google, Digg, Delicious, Stumble, Tumblr, LinkedIn, Live, MySpace, Bebo, E-mail. También el administrador puede habilitar a los usuarios a contactarlo vía correo electrónico, a su home page en Facebook o al Twitter, desde donde se puede seguir cada intervención del autor.

A su vez, la categoría de hipertexto también es específica del soporte digital y posibilita una enunciación no lineal en red que requiere de un destinatario capaz de organizar el recorrido de lectura, a partir de la navegación de los links o hipervínculos ofrecidos.

Así como sucedió con los diarios electrónicos, en los blogs y sitios periodísticos personales la hipertextualidad amplía la profundidad y volumen de información y contenidos. Como veremos, en los blogs estudiados podemos encontrar un mayor o menor impacto del hipertexto⁴¹ en la producción periodística. En algunos casos la publicación es más lineal y se asemeja al estilo de los textos del periodismo tradicional.

Sin embargo, los artículos o posts pueden estar etiquetados con palabras clave, que además de facilitar el acceso en los buscadores, permite hacer enlaces hipertextuales al interior del sitio.

Asimismo, el soporte digital habilita el carácter conversacional que no era posible en los medios tradicionales. Las plantillas de los blogs ofrecen posibilidades

⁴¹ El hipertexto tiene dos elementos estructuradores: el texto estructurado por el autor tiene como elemento base el *texton*, mientras que el que estructura el lector-usuario tiene como unidad base el *escripton* (Calvo Revilla, 2000). Así pues, tenemos unidades de escritura (*texton*, significante) y unidades de lectura (*escripton*, significado).

Otro de sus rasgos destacados es la no-linealidad: el hipertexto es un texto electrónico conformado por lexias unidas entre sí por hipervínculos (nexos electrónicos), con una estructura de información no-lineal o no-secuencial; a diferencia de la delimitación a que estamos acostumbrados en la tipología tradicional del texto, las fronteras del hipertexto están difuminadas, al constituir un nodo dentro de una gran red de textos.

Este carácter no lineal de la estructura de los contenidos posibilita el acceso rápido a una visión global de los mismos, con las consecuencias lógicas derivadas de este hecho: el aumento de la capacidad de conocimiento del individuo, de su inteligencia y libertad, entre otras. Conviene, sin embargo, subrayar que el hipertexto no escapa totalmente a la secuencialidad, puesto que colocar un nexo es proponer una línea a seguir. En estrecha relación a la cualidad hipertextual, aquí consideramos como indicadores a los Enlaces y las Referencias, vale decir, las reseñas a una fuente a la que se ha recurrido en el texto como referente de autoridad, desde el sitio web hacia otro sitio web. Tomamos en cuenta los datos, las imágenes, fotografía, grabación, videos u otros textos a los que se direcciona la lectura.

En los blogs estas referencias aparecen en la forma de enlaces al propio blog (internos) o como referencias externas (enlaces a otras publicaciones). Los enlaces, links o vínculos, son los elementos más característicos de un hipertexto ya que a ellos se debe la posibilidad de conectar la información. Un enlace es "una relación entre dos anclas (anchors), guardadas en la misma o diferente base de datos". Para que un hiperdocumento sea un enlace sus secciones deben permitir tanto la lectura de forma secuencial como no secuencial. Los enlaces pueden remitir a segmentos o partes del propio texto o bien conectar a un nuevo texto que está relacionado con el de origen.

Secciones (lexías o nodos) son las unidades básicas del hiperdocumento, los elementos que se unen para formar una red de cosas interrelacionadas entre sí. y pueden corresponder a partes) o a documentos completos.

El número y tipo de referencias se vinculan con el tipo de *éthos* que configura al periodista y la imagen se sí que construye a través de sus publicaciones.

El correcto uso de los enlaces internos en los posts o páginas de los sitios web resulta una acción muy positiva para el posicionamiento en Internet. Permiten encontrar nuevo contenido publicado dentro de la propia página y sirven para mejorar el proceso de *crawleo*, indexación y *rankeo* del sitio/blog.

para profundizar la interactividad con otros usuarios de la Web, a través de herramientas de interacción y colaboración (*socialware*) entre personas o grupos y para la formación de redes de contactos (*social networking*).

Entre los aspectos que tienden a la interacción puede habilitarse la posibilidad de comentarios en cada post publicado⁴². Otra manera de interacción directa con los usuarios, o de los usuarios entre sí, se vehiculiza a través de foros de discusión, chats y wikis. Algunos Blogs ofrecen la posibilidad de crear un nuevo blog a sus usuarios dentro de su propio dominio.

⁴² Los comentarios se envían al administrador, por lo cual necesitan ser autorizados previamente a su publicación.

CAPÍTULO 2

**TRANSFORMACIONES CONTEXTUALES DEL
PERIODISMO Y SUS SOPORTES: DE LA PRENSA PAPEL
A LAS INTERACCIONES DIGITALES**

CAPÍTULO 2 - TRANSFORMACIONES CONTEXTUALES DEL PERIODISMO Y SUS SOPORTES: DE LA PRENSA PAPEL A LAS INTERACCIONES DIGITALES

2.1. TECNOLOGÍAS DIGITALES Y PROCESOS CONVERGENTES EN LOS MEDIOS MASIVOS

Como anticipamos, nuestro trabajo surge de observar la multiplicación de blogs personales que surgen en Argentina a partir de 2001, en los que periodistas profesionales movilizaron formas alternativas de producción y circulación de sus publicaciones asumiendo la estrategia de generar una *identidad virtual* de dominio público abierta y en diálogo.

Esta identidad es construida y proyectada a través de la convergencia de dispositivos como el *Blog* y/o el *Sitio Web*, que integra a las redes sociales vinculando la cuenta personal de *Twitter*, *Instagram* y la página de *Facebook* para interactuar con los usuarios. Esta modalidad 2.0 originó un nuevo tipo de presentación de sí del sujeto de la comunicación.

El hecho ha despertado tres grandes interrogantes: por un lado, cuáles son las funciones que cumplen estos sitios para que periodistas consagrados y reconocidos adopten esos nuevos medios de escritura digital; por otro lado, qué procesos de transformación afectaron a los medios tradicionales⁴³ para que los periodistas decidan adquirir una identidad virtual; y finalmente, qué características asume esta construcción de identidad, o yo digital, a través de la presentación de sí o *êthos* periodístico inscripto en sus publicaciones/posteos en los blogs.

Para comprender mejor el escenario en el que surge este fenómeno es necesario remontarse un poco en el tiempo haciendo foco en algunas transformaciones que impactaron en los modos de ejercer la profesión periodística.

⁴³ Como medios tradicionales entendemos a los medios masivos institucionales erigidos a partir del lenguaje y soporte tecnológico sobre el que inscriben sus publicaciones: gráfica, audiovisual o radiofónica. Clasificación que se irá desdibujando con el advenimiento de la comunicación digital y multimedial. Para entender las condiciones de producción en que se desarrolla nuestro objeto de estudio, más adelante haremos referencia al caso de La Voz del Interior (diario tradicional de mayor tirada y penetración de Córdoba) y un repaso por el surgimiento de Página 12, como medio gráfico masivo a nivel nacional que condicionó las nuevas formas estéticas y narrativas de la época estudiada.

Podemos decir que el campo del periodismo desde su nacimiento como tal, no ha dejado nunca de transformarse y, por consiguiente, de presentar momentos de tensión y crisis interna. Se pueden revisar estos períodos que van desde el surgimiento de los primeros periódicos impresos en Argentina⁴⁴, pasando por la prensa liberal de la que malvivían bohemios escritores y poetas revolucionarios, hasta el nuevo *e-periodista* o ciberperiodista (López Hidalgo y Moreno Gálvez, 2017).

Sin embargo, sabemos que el escenario mediático contemporáneo comenzó a mutar radicalmente como consecuencia de los cambios tecnológicos ocurridos en las últimas décadas y del uso ampliado de Internet⁴⁵ desde las computadoras personales y los dispositivos móviles. Las tecnologías de información y comunicación (TIC) modificaron las maneras de producir, crear, procesar, almacenar y consumir la información en la sociedad actual.

En el sistema de medios se modificaron las condiciones de circulación de los contenidos favorecidos por el aumento tanto en la velocidad de los flujos como por la capacidad de almacenamiento de los datos (Carlón y Scolari, 2009). En el campo periodístico, las tecnologías digitales no sólo han mudado la forma en la que se produce la información sino también la manera en que se establece el encuentro de los periodistas con los públicos, quienes conviven con la multiplicidad de medios y contenidos disponibles en la Web (García Lucero, D y Koci, D., 2017; Becerra, M. y Beltrán, R., 2014; Cassany, 2012).

En este sentido, sostenemos que a partir de la década del '90 los medios masivos argentinos comenzaron un proceso creciente de mercantilización⁴⁶ de sus productos comunicacionales.

⁴⁴De hecho, la historia del periodismo en Argentina se remonta a los tiempos de la colonia, con la creación en 1801 del primer periódico, el Telégrafo Mercantil. Con el proceso de independencia de España, a partir de 1810, la actividad periodística cobró vigor, destacándose los matutinos El Correo de Comercio y La Gazeta, dirigidos por los próceres argentinos Manuel Belgrano y Mariano Moreno, respectivamente (Becerra, Merino y Mastrini, 2012).

⁴⁵Pisani y Piotet plantean una distinción entre Internet y la web, "Internet es la red informática mundial que nos permite acceder, por ejemplo, a nuestro correo electrónico o a sitios web. La web, o la Word Wide Web, es una de las mayores aplicaciones que permite internet" (Pisani y Piotet, 2009: 14).

⁴⁶Entendemos por mercantilización al proceso de conversión de los valores de uso en valores de cambio en los productos. Los medios de comunicación de masas son el lugar inmediato de la producción de mercancías porque desempeñan un papel importante, aunque indirecto, en el proceso de mercantilización de la economía. "El carácter mercantil que adquiere el uso de los recursos informacionales implica su sometimiento inevitable a las leyes que gobiernan la producción y realización general de mercancías" (Becerra, 2004:78).

Junto a este contexto, nació un nuevo tipo de usuario: aquel que no se limita a una acción pasiva frente a los medios, sino que elige producir e interactuar, tomando las posibilidades que brindan las tecnologías disruptivas DIY (Do it yourself - Hágalo Usted mismo). Las tecnologías que acompañan las aplicaciones Web 2.0 produjeron una ruptura en la forma de las comunicaciones y la creación cultural anexando nuevas posibilidades de modificación *on-line* y recirculación de contenidos por parte de los usuarios de los nuevos medios.

Las plataformas digitales han posibilitado el surgimiento de estos otros emisores y productores de mensajes, que pueden ser periodistas profesionales que trabajan al margen los medios tradicionales o cualquier ciudadano/usuario digital que decide publicar en la Web.

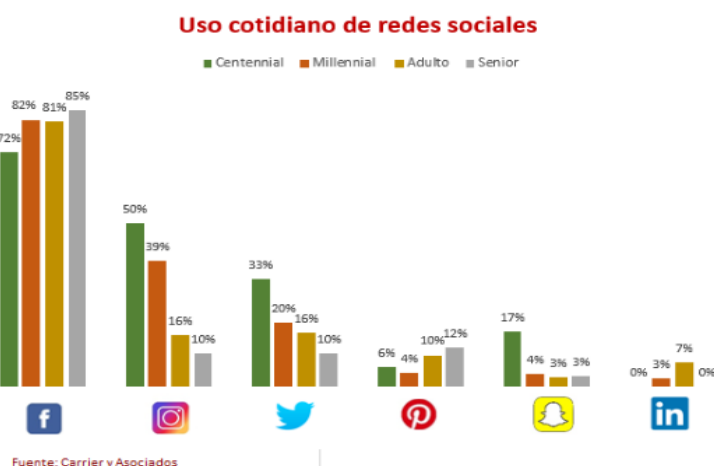
En el caso de la información periodística, aunque no solamente, “este tipo de circulación implica la expansión y recreación de la información en múltiples soportes y dispositivos, con la intervención de diversos tipos de usuarios que adicionan contenidos e interpretaciones y reenvían el contenido expandido hacia diversos medios de comunicación. Lo que aquí resulta cuestionado es el contenido informativo como un producto cerrado” (Samela, 2018:284).

Esta posibilidad de compartir, producir y editar contenidos en diversos lenguajes cobró dimensiones impensadas con la expansión en el uso de las redes sociales⁴⁷ o *socialnetworks*. En la actualidad, las redes ocupan un protagonismo central en las formas de comunicarse de los sujetos a través de las más usadas: *Facebook* (2004), *You Tube* (2005), *Whatsapp* (2009), *Twitter* (2006), *Tinder* (2012) o *Instagram* (2010). Según un estudio de Carrier y Asociados⁴⁸, el promedio de redes que usa un argentino ronda en los 3,4 servicios (2017).

⁴⁷Las redes sociales o *socialnetworks* son plataformas digitales posibilitan a todos los que dispongan de una cuenta personal establecer diferentes tipos de vínculos, sean estos profesionales, educativos o afectivos. Las redes sociales tienen un sistema abierto que posibilita interactuar con personas desconocidas y se crean a partir de lo que estos usuarios aportan a la red. El uso de las Redes Sociales ha crecido notablemente en los últimos años, llegando a una media de más de 3.000 millones de personas las que utilizan las redes sociales en el mundo mensualmente cada mes. Las más usadas en 2018 son Facebook, YouTube, Whatsapp y Facebook Messenger, y en séptimo lugar se encuentra Instagram, según un nuevo informe publicado por We Are Social y Hootsuite. [<https://digitalreport.wearesocial.com>]

⁴⁸ Publicado en Diario La Nación (29/10/2017). <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/las-redes-sociales-preferidas-por-los-argentinos-segun-su-edad-nid2076890>.

Quiénes participan de mayor cantidad de redes sociales son los más jóvenes, ya sean millennials (de 24 a 33 años) o centennials (menores de 24). Sin embargo, entre éstos se observan diferencias a la hora de identificar las redes que utilizan cotidianamente. Los centennials conforman el grupo etario que menos uso cotidiano



De acuerdo a estimaciones de la consultora, en Argentina Facebook es la red social que tiene mayor presencia en todos los rangos etarios (del 72 % de los centennials, es decir, menores de 24 años, al 85% de los seniors, mayores de 54 años), mientras que Snapchat es campo joven: 17 % de los menores de 24 lo usa, pero las generaciones mayores apenas le prestan atención (entre un 3 y un 4 %) (2017). Twitter e Instagram reciben, un mayor interés de parte de los menores de 33 años (millennials y centennials), mientras que la mencionada LinkedIn y la más focalizada Pinterest son tierra de adultos maduros.

En Argentina, fue a partir de la década del'90 que la industria mediática introdujo paulatinamente las tecnologías digitales que fueron transformando las comunicaciones y generaron nuevos procesos de producción, circulación y consumo de la información, proceso que conocemos como la convergencia⁴⁹.

La innovación impactó no sólo en la tecnología de los medios, sino también en los escenarios de la producción de bienes culturales, las formas de organización y las rutinas de trabajo, los circuitos de distribución, políticas de regulación y control, y en las lógicas de consumo de bienes y servicios infocomunicacionales (Becerra, M. y Beltrán, R., 2014: 7).

hacen de Facebook, alrededor de unos 10 puntos menos que el resto. Se confirma así la percepción de que no usan tanto esta red como las generaciones previas. No obstante, sí es habitual que tengan cuenta.

En cambio, los centennials son mucho más asiduos usuarios de otras redes como Instagram (50%), Twitter (33%) y Snapchat (17%). Esta última es una red mayormente dominada por éstos, quizás por su costado lúdico.

⁴⁹La noción de convergencia abarca —en términos generales— servicios, cambios organizacionales y regulatorios, así como la profunda mutación de procesos de producción que atraviesan casi todas las actividades productivas, y no sólo las concentradas en el sector de la “infocomunicación”, como apunta Manuel Castells (2009: 680) en buena parte de su obra.

La digitalización de las tecnologías de producción y la competencia entre nuevas pantallas (internet, televisión por cable) afectó los lenguajes —tanto audiovisuales como escritos— en los medios tradicionales (Becerra, Marino y Mastrini; 2012). Diarios y revistas agilizaron sus ediciones, con diseños que jerarquizaron el valor de las imágenes y redujeron la extensión de los artículos.

Un antecedente inmediato, que marcaría la nueva escena del periodismo gráfico nacional, fue la aparición del diario porteño Página 12 en 1987, que introdujo “una edición desacartonada, sin los prejuicios políticos y culturales que sustentaban los diarios más consolidados del sector, encabezado en ventas por Clarín, seguido por Crónica en sus distintas ediciones y luego por La Nación” (Becerra, 2014:8).

Si bien Página/12 nunca logró una posición puntera en el mercado, la importancia de su presencia es su efecto revulsivo para la competencia. En otro aspecto, ya desde el inicio de la primera presidencia de Carlos Menem (1989-1995), Página/12 pulió un estilo narrativo (propio del *non-fiction*), potenció el periodismo de investigación y editó denuncias de corrupción del gobierno; rasgos que se generalizarían a partir de ese momento (Becerra, 2014:10).

Sin embargo, en términos generales puede decirse que el mercado argentino de medios de comunicación presenta una oferta algo diversa, pero una demanda fuertemente concentrada (Becerra, 2012). La concentración de la propiedad en grupos multimedia, tales como Clarín, que tienen posiciones dominantes en prensa, radio y televisión abierta y de pago, restringe la diversidad.

No obstante, hay medios de comunicación gráficos, radiales y televisivos que pertenecen a propietarios diferentes y que pueden ofrecer una oferta variada. Pero también se registra un consumo muy concentrado alrededor de los principales medios con base en la ciudad de Buenos Aires.

De forma paralela, la producción de contenidos, tanto de entretenimientos como de noticias, se halla altamente concentrada en Buenos Aires. Los medios provinciales reproducen la mayor parte de los contenidos producidos en la capital, reduciendo así la diversidad.

Sabemos que la historia de los medios de comunicación latinoamericanos registra una serie de tendencias comunes que entraron en crisis a comienzos de este nuevo siglo: en primer lugar, el funcionamiento del sistema mediático en la región ha

sido invariablemente gestionado desde una lógica puramente comercial; en segundo lugar, existe un alto nivel de concentración de la propiedad del sistema de medios, liderado por unos pocos grupos económicos ligados a los gobiernos de turno como México (Televisa), Brasil (Globo), Argentina (Clarín), Colombia (Caracol-El Tiempo), Chile (Mercurio) y Venezuela (Cisneros); en tercer lugar, es poca o casi nula la existencia de una audiencia significativa para los escasísimos servicios de medios públicos no gubernamentales; y por último, la producción de contenidos mediáticos es realizada en las grandes urbes desde una perspectiva autorreferencial colocando a las provincias de cada país como repetidoras/consumidoras de los mismos.

En Argentina, es evidente cómo fue cambiando el ecosistema de medios privados en los últimos tres años, potenciándose la concentración del sector en pocas manos -particularmente en la expansión del Grupo Clarín a las telecomunicaciones mediante la fusión Cablevisión-Telecom (2017), que los llevó a monopolizar el 80% del mercado. En otros países “convergentes”, como Reino Unido o EEUU, la legislación prohíbe que un grupo económico supere el 40 % del negocio.

En Córdoba, la situación no fue menos difícil para la prensa y los periodistas. La precarización del ya escaso sector de medios privados, sumado al cambio en las rutinas productivas por el advenimiento de la comunicación digital y multiplataforma, expulsó del quehacer noticioso a decenas de periodistas con nutrida trayectoria, por ejemplo, en el diario La Voz del Interior. Algunos colegas se lanzaron a gestionar sus propios medios digitales o se embarcaron en propuestas independientes/ cooperativas como La Nueva Mañana; otros apelaron a la prensa institucional de empresas, organismos públicos o del tercer sector.

Córdoba ha sufrido la concentración en dos grandes monopolios: Cadena 3 y Grupo Clarín que abarcan casi la totalidad de la oferta de medios y plataformas de comunicación. Y existen solo dos medios públicos: Radio Nacional Córdoba y Los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba (Canal 10, Canal U, Radio Universidad y FM 102.3). Radio Nacional está sujeta a las políticas comunicacionales implementadas desde el centralismo de Buenos Aires; los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba tienen el desafío y la posibilidad de consolidarse como un espacio comunicacional público, crítico y plural.

En sintonía con lo que ocurría con otros medios de comunicación en Europa o EEUU, aparecieron los primeros sitios de noticias o periódicos digitales, como en el caso de Clarin.com, Lanacion.com, Infobae.com, entre otros.

Las empresas periodísticas argentinas adecuaron sus procesos de producción para adaptar sus contenidos a las incipientes plataformas digitales *aggiornándose* en los modos de circulación y consumo del nuevo tipo de usuarios – como ya explicamos-, que pasan a tener el estatus de lectores/usuarios.

Este proceso de convergencia de redacciones (para el soporte papel y para el diario digital) implicó la capacitación de los viejos periodistas para que adquirieran los conocimientos y habilidades en la producción de contenidos para la Web y las redes sociales (Orihuela, 2003; Cebrián Herreros y Flores Vivar, 2007; Pardo Kuklinski, 2009; Salavarría, R. Y Negro, S., 2009), y en su defecto, sean reemplazados por profesionales jóvenes de la nueva generación de los llamados “nativos digitales”⁵⁰.

La convergencia es un proceso múltiple y abarca diferentes etapas del circuito productivo en las industrias de la información y el entretenimiento. La producción— con la introducción de dispositivos digitales de tratamiento, edición y almacenamiento de la información— atestigua la convergencia tecnológica desde hace al menos dos décadas, tanto si se habla de medios escritos como de audiovisuales.

Pero, como señala Becerra, el proceso convergente es más lento en el extremo opuesto al de la producción, dado que el estudio de los usos y consumos sociales demuestra que, recién en los últimos años en América Latina, se registra una migración significativa de los medios tradicionales a medios digitales. La aludida migración no sólo agrupa viejos contenidos y servicios, reformulándolos con distinta intensidad, sino que genera nuevos formatos, aplicaciones, servicios y contenidos; así como estimula y acompaña cambios culturales y de socialización de individuos y grupos (Becerra, M. y Beltrán, R., 2014: 7).

⁵⁰El “nativo digital”, un término acuñado por el autor estadounidense Marc Prensky en 2001, emerge como el grupo demográfico dominante en el mundo, mientras que el “inmigrante digital” se vuelve una reliquia de un momento previo. El concepto describe el cambio generacional en el que las personas son definidas por la cultura tecnológica con la que están familiarizadas. Prensky define a los nativos digitales como aquellos que nacieron en una “cultura nueva”, mientras que los inmigrantes digitales son pobladores del viejo mundo, quienes vivieron en una era analógica e inmigraron al mundo digital y luchan más que los nativos para adaptarse al progreso de alta tecnología.

Por ejemplo, un año después del rediseño gráfico, el 21 de septiembre de 1996, el diario cordobés La Voz del Interior (propiedad del Grupo Clarín), incursionó en Internet a través de su página *Intervoz*, que el 26 de noviembre de 2000 pasó a llamarse *La Voz on line*.

En una primera etapa, los usuarios digitales podían encontrar en esta página sólo un resumen de las noticias más importantes del diario del día, pero a partir del 2 de mayo de 2001 se incorporaron noticias de último momento, con amplio desarrollo. El 6 de julio de 2006 fueron unificadas en forma plenas las redacciones *on line* y *off line*. Las áreas de producción de contenidos de la edición impresa y digital comenzaron a trabajar juntas iniciando una progresiva unificación de las culturas “digital” y “de papel”, aunque cada una manteniendo su especialidad y produciendo contenidos para diferentes soportes.

Este proceso de innovación conllevó cambios –según lo expresan institucionalmente-, que apuntaban a una mayor articulación editorial, tecnológica y organizacional. El objetivo era “coordinar a todos los actores que participan del proceso de producción de noticias, ubicando al lector como protagonista central”⁵¹. En este sentido, decimos que producto de la convergencia multimedia la profesión periodística ha modificado una vez más las formas del trabajo y las maneras de narrar la actualidad: aparece la figura del periodista digital, *todo-terreno* o multitarea. Hoy se espera que el periodista intervenga en todo el proceso de producción de la información, desde la búsqueda del hecho noticiable, la conversión en acontecimiento noticioso y la presentación como producto de interés público, en multilenguaje y multisoporte listo para ser consumido, utilizando casi todos los sentidos.

Esta tendencia trae como consecuencia que el campo donde se ejerce la profesión esté atravesado por una serie de problemáticas tales como la creciente precariedad laboral, la generalizada pérdida de calidad de los contenidos informativos o los nuevos retos legislativos en un momento de creciente tensión entre mercado y Estado. Es precisamente bajo el impacto de lo digital que se ha configurado un escenario incierto para los periodistas, marcado por una creciente tendencia global, no exenta de tensiones y contradicciones, a la desregulación, la privatización y la

⁵¹ <http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/manual.pdf>

liberalización de los servicios públicos en general y de los de comunicación en particular (López Hidalgo y Moreno Gálvez, 2017).

2.2. NUEVOS CONDICIONAMIENTOS AL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN Y CRISIS DE LEGITIMACIÓN DE LAS INSTITUCIONES MEDIÁTICAS

Antes del surgimiento de los primeros diarios *on line*, en la industria del periodismo argentino, los roles aparecían mejor definidos y el proceso de producción era más claro: de manera simplificada podríamos tomar el caso del medio gráfico, que contaba con periodistas que producían información para una audiencia masiva.

El perfil y la identidad del periodista clásico se iban configurando en su trabajo de investigación y su capacidad para interpretar los acontecimientos planteando las causas y posibles consecuencias de los hechos desde el análisis de las dimensiones que lo atravesaban.

El estudio en profundidad, la indagación de fuentes, la construcción de la agenda y los contactos propios eran pilares del trabajo periodístico. El periodismo de investigación y opinión ocupaba espacios extensos y centrales en los periódicos. El contrato de lectura entre el periodista y sus lectores estaba cimentado en la confianza depositaba en la mirada del mundo, en la perspectiva del periodista para leer la realidad y en el vínculo pedagógico, centrado en el hacer saber.

El *éthos* de periodista se iba construyendo a lo largo de la trayectoria profesional y la legitimidad que un medio de tirada masiva le otorgaba a su nombre propio (*éthos* institucional). Las columnas de análisis distintivas del periodismo interpretativo, y las de opinión llevaban la firma de periodistas especializados en distintas áreas –política, economía, sociedad– basando su poder de persuasión en las estrategias argumentativas, retóricas y en la fuerza de la personalidad o *éthos* del autor. Este despliegue de un *éthos personal* le exigía profundidad en la investigación, en el manejo de fuentes y documentos. Para garantizar la continuidad en la cadena de producción de la información era necesario contar con mucho tiempo, espacio y recursos para formar equipos de trabajo con roles específicos.

Asimismo, los medios gozaban de legitimidad como mediadores y portadores de la capacidad de transmitir de manera supuestamente imparcial los acontecimientos. En este ideario institucional, los periodistas ocupaban un lugar privilegiado y un estatus de autoridad que remitía a la idea de que los discursos periodísticos, lejos de ser una construcción sesgada eran capaces de reflejar la realidad y que la objetividad periodística los convertía en portadores de verdad.

Como vimos en el apartado anterior, las empresas de comunicación se transformaron, se fusionaron, replantearon sus mercados y objetivos. También, puede observarse un deslizamiento desde el modelo clásico de información hacia el "*infotainment*" o Infoentretenimiento (Ford, 1999)⁵² y el sensacionalismo⁵³.

En el esquema industrial del entretenimiento, la información que circula por los medios masivos tradicionales empieza a ser concebida como una mercancía, y este carácter predomina ampliamente respecto de cualquier otro (Ramonet, 1998).

Para sostener una actualización (minuto a minuto) de la noticia en la web, los medios destinan menos tiempo y espacio para la indagación, el periodismo de investigación, la búsqueda de mejores y diversas fuentes de información. La puesta en marcha de la producción de la "información en construcción permanente" ha ganado en velocidad de actualización de los datos en detrimento de la profundidad en el análisis del acontecer. Esto se traduce en una merma de recursos humanos y financieros a tal fin y en un achicamiento de los espacios destinados en los soportes para este tipo de contenidos.

Un proceso de digitalización de la noticia⁵⁴ va marcando el nuevo estilo de la información, también en el formato papel. De actualización permanente sigue la lógica de la inmediatez, lo que resta profundidad a los contenidos. Cambian las rutinas de producción de la información y se modifican las condiciones en las que se ejerce la profesión periodística.

⁵² Para Aníbal Ford (1999) el infoentretenimiento representa un género periodístico híbrido que incluye formatos televisivos como los talk show, los reality shows, las noticias relatadas, los docudramas y los casos testimoniales puestos en escena. En el infoentretenimiento se licúan los límites entre la esfera pública y la privada.

⁵³ Por ejemplo, el discurso informativo audiovisual puede ser analizado como un género de ficción teniendo en cuenta las estrategias a las que apela para dotar de sentido a la realidad construida. FARRÉ, M.: "El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual". Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2004.

⁵⁴ En redacción periodística la técnica más utilizada es la de la pirámide invertida, que consiste en dar todos los datos sustanciales de la noticia en el primer párrafo e ir ampliando la información en forma decreciente de importancia. En la escritura para portales on-line, la pirámide invertida es objeto de discusión, sobre todo por el surgimiento de nuevos tipos de relatos digitales. (Salaverría, 2005; Franco, 2010). Franco planteó una estructura complementaria, que se combina con la pirámide invertida y se denomina pirámide invertida horizontal. Consiste en redactar colocando en el inicio de las oraciones -y a la izquierda del texto- las palabras más importantes del relato. Para Salaverría, es necesario un uso adecuado del hipertexto para evitar la redundancia y previsibilidad que acarrea la pirámide invertida, dotando de intriga a la noticia. Los enlaces hipertextuales adquieren un rol más preponderante en el relato, permitiendo que sea el lector quien decida qué datos amplía, sin tener que leer pasajes indeseados.

Con el proceso de convergencia de redacciones la profesión periodística fue mutando en sus rutinas de producción de la información incorporando nuevos conocimientos y habilidades para la producción de contenidos para la Web y las redes sociales.

Los periodistas, en el contexto de las prácticas emergentes de una sociedad en red caracterizada por la conectividad, la instantaneidad y la fragmentación (Castells, 2000), debieron responder a las exigencias de los medios y a las demandas de una nueva audiencia: los nativos digitales.

Así, se impusieron originales vocablos como forma de nominar a los periodistas, el oficio y sus funciones: periodista digital, cyberperiodista, e-periodista, periodista multimedia, multitarea, multisoporte, polivalente. Un fenómeno que destaca, y a ello remiten las últimas palabras, es el hecho que los periodistas que fabrican contenidos periodísticos en entornos digitales de principio a fin, se hacen cargo de cada una de las etapas en el proceso de su producción en un lapso de tiempo breve.

Hoy un profesional de la comunicación desarrolla una multiplicidad de tareas que antes ejercían varios profesionales. Estas van desde la producción, la realización y la edición de la noticia hasta su adecuación para ser emitida en cualquier soporte, incluidas las redes sociales. Condicionado por las nuevas exigencias del medio, el periodista debe fabricar un producto simbólico completo interviniendo en todas las etapas del proceso productivo.

Estas mutaciones fueron zanjando la imagen que proyectaban los periodistas creando en algunos una crisis de identidad. A su vez, los crecientes condicionamientos que les fueron impuestos desde las líneas gerenciales de los medios, pusieron en jaque algunas posibilidades de desarrollo del periodismo “independiente” y de investigación en estas empresas monopólicas, lo que parece hacer tambalear la esencia misma de las noticias de acuerdo a las normas del discurso periodístico canónico, la misión primera de la prensa y el rol social de los medios de comunicación.

Por otra parte, la construcción (del doble) digital de los periodistas en sus sitios personales es contemporánea a la proliferación de las informaciones falsas *-fake news-* que circulan por las redes sociales como efecto de tendencia a la posverdad⁵⁵.

⁵⁵ La posverdad –o *post-truth*– es el fenómeno en el que “los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que la apelación a la emoción y a la creencia popular”. Lo cual significa que

La búsqueda de credibilidad de los medios a partir de información individualizada (el relato en primera persona), constataría su carácter de “real” así como la mezcla de información con comentarios y ficción (Samella, 2018). Por lo que podemos pensar que el desencantamiento sufrido por los medios institucionales sumado al universo caótico de los signos vacíos sin referente real en que se han convertido muchas de las informaciones que circulan por Internet, han incidido para que muchos periodistas vuelvan a hablar en nombre propio colocando su reputación como garantía de credibilidad, por encima de las ya desgastadas posiciones institucionales.

2.2.1. Atmósferas culturales de fin de siglo: entre el desencantamiento y la tecnofascinación

En este apartado es importante volver sobre algunos aspectos que hacen a los cambios socio-culturales iniciados a finales de siglo XX y que fueron tallando el escenario que delimita un nuevo campo de estudio para las formas de expresión y comunicación surgidas en Internet, como son los blogs periodísticos que constituyen nuestro objeto.

Entender estas prácticas como huellas en las maneras de la producción de las subjetividades en nuestro tiempo, coloca al análisis del *êthos* periodístico desplegado en los blogs de autor, en el cruce entre tecnología, cultura y sociedad. “No se trata apenas de Internet y sus mundos virtuales de interacción multimedia. Son innumerables los indicios de que estamos viviendo una época limítrofe, un corte en la historia, un pasaje de cierto ‘régimen de poder’ a otro proyecto político, sociocultural y económico” (Sibilia, 2008:19).

En este sentido, con el surgimiento de los complejos sistemas tecnológicos de comunicación e información en la década de los ‘80 se estableció un nuevo orden del mundo que estructuró la organización social como nunca antes. Surge el dominio de la noción de Globalización (estandarización de lo universal) que coincide con el proceso

las sociedades, deslumbradas por el discurso y la propaganda, dejan de lado la verificación y el análisis de los hechos, para, cautamente, aceptar como válido el mensaje de caudillos, políticos y aventureros. (Carpintero, 2017)

de liberalización (desplazamiento del centro de la sociedad hacia el mercado como principal factor de regulación) y la privatización de las redes de comunicación (monopolios privados de telecomunicaciones).

En el ecosistema de las comunicaciones se fue desmoronando aquella legitimidad de la que gozaban los medios como nexos imparciales en los hechos y el público, como portadores de discursos objetivos y verdaderos sobre la realidad y el acontecer. Esto se da en el contexto en que predomina la tendencia a poner en cuestión, a interrogar los nuevos campos de la vida social y política, en un mundo donde las estructuras e instituciones se vuelven fuente de incertidumbre. Este proceso de reflexibilidad en la cultura de fin de siglo XX corresponde específicamente a la sociedad pos-1989, de acuerdo a Beck, Giddens y Lash (1997). Cuando la globalización se plantea como un período crucial de transición histórica que introduce situaciones de riesgo e incertidumbre reestructurando profundamente nuestros modos de vivir (Bauman, 1999; Giddens, 2000).

La ciencia y la tecnología globalizadas se demuestran implicadas tanto en la creación de las situaciones de riesgo e incertidumbre como en la posibilidad de contrarrestarlas, tal es el caso de los problemas socio-ambientales, por ejemplo. La sociedad de la información implica una pérdida de identidades, y se habla del fenómeno de la desterritorialización. La sociedad es vista como una red de redes interdependientes integradas a un sistema mundial, que produce nuevas exclusiones (Mattelart, 1997).

Los críticos rechazan la idea totalizadora de “El fin de la historia⁵⁶” (Fukuyama, 1992) según la cual la humanidad habría alcanzado un horizonte insuperable. Deleuze y Guattari (1988), relacionan las nociones de “globalidad” con la historia para explicar que ambos son componentes del capitalismo mundial integrado. Surge una concepción del poder como subjetivación dado que tanto el capitalismo como el Estado –en sus complejas relaciones- son definidos en relación con el fenómeno de producción de subjetividad (Deleuze y Guattari, 1988: 462-463).

⁵⁶Fukuyama (1992) expone una polémica tesis: la Historia, como lucha de ideologías, ha terminado, con un mundo final basado en una democracia liberal que se ha impuesto tras el fin de la Guerra Fría. Explicaba el triunfo de las democracias liberales como efecto de la caída del comunismo. Así, el fin de la historia se interpreta como el fin de las guerras y las revoluciones sangrientas.

También, los pensadores de época como Paul Virilio, Gianni Vattimo o Jean Baudrillard ponen en duda la posibilidad de la utilización de la tecnología con fines de desarrollo, tal como vaticinaba el proyecto moderno e iluminista. La sociedad de los medios de comunicación está lejos de ser una sociedad “más ilustrada, más educada, más consciente de sí” (Mattelart, 1997: 122-123). En cambio, es más compleja, incluso caótica, y “nuestras esperanzas de emancipación residen en ese “caos” relativo. Ya no hay historia, no hay realidad ni verdad. El mundo de la comunicación estalla con el empuje de una multiplicidad de racionalidades locales, étnicas, sexuales, religiosas. Y esta liberación de las diversidades es tal vez la “oportunidad de una nueva manera de ser (¿por fin?) Humano”.

En la sociedad mediática, “el lugar de un ideal emancipador moldeado sobre la autoconciencia desarrollada, sobre el perfecto discernimiento del hombre que sabe cómo suceden las cosas [...], se instaura un ideal de emancipación basado más bien en la oscilación, la pluralidad y, en definitiva, en la erosión del propio “principio de realidad” (Vattimo, 1990).

La idea de comunicación y de transparencia ha acompañado la creencia de la ilustración en el progreso social y la emancipación de los individuos. Esta idea es sospechosa: la comunicación es víctima de un exceso de comunicación que ha producido la ilusión del sentido, la pérdida de lo real, el reino de los simulacros (Baudrillard, 2001).

Así, desde las teorías críticas se replantea la razón instrumental de la modernidad que promovió la asociación del pensamiento científico con el tecnológico, desentrañándose la relación entre tecnología-velocidad- poder (Virilio, 1997). Se evidencia que la tecnología no se mueve por sí misma, que hay intereses económicos que lideran y controlan la industria como el sector dinámico de la economía y allí surge el poder concentrado.

La tecnología situada como una estructura de poder representa una dimensión de la mercantilización vinculada a grupos y procesos económicos que la generan y promueven su investigación y el desarrollo de una cultura tecnocrática. Virilio, igual

que Martín Barbero (1999) plantea dos categorías para pensar lo cultural: la espacialidad y la temporalidad⁵⁷.

El tiempo y el espacio son dimensiones de la construcción del poder en la cultura contemporánea. El tiempo único que configuran las nuevas tecnologías en red no tiene relación con el tiempo histórico; y a su vez la aceleración, la velocidad absoluta cambian la visión del mundo. Existe una ilusión de velocidad “salvadora” que implica el acercamiento de las poblaciones en esta especie de revolución del espacio-tiempo, que llevan a la ubicuidad, instantaneidad e inmediatez de las comunicaciones.

Sin embargo, desde la perspectiva de la ecología de los medios, la emergencia de la Word Wide Web constituyó un verdadero terremoto (Scolari, 2015). La Web no es «un medio más» como la televisión o la radio: es un gran nicho dentro del ecosistema de medios que, desde su aparición, no paró de generar nuevas formas disruptivas de comunicación. En la Web nacieron la Wikipedia y los blogs, Twitter y Facebook, YouTube y Amazon..., la Web es un espacio abierto a la innovación donde se generan nuevos entornos y experiencias comunicativas⁵⁸.

2.2.2. Mutaciones en el campo profesional de las comunicaciones mediadas

Las atmósferas culturales descritas y los climas de época también incidieron en el ámbito de la comunicación periodística. Desde el campo profesional comenzó a ponerse en duda la transparencia de las mediaciones y en la opinión pública se hicieron explícitos los intereses sectoriales de los crecientes conglomerados mediáticos y sus imbricaciones con los poderes económico-políticos.

Ya a partir de los años '60, comenzó a mirarse de manera crítica la posibilidad de transparencia en las mediaciones (Mc Donald, 1975). Fueron puestas en cuestión las nociones de objetividad del periodista (Hackett, 1984), de la noticia como reflejo de

⁵⁷ Virilio desde una crítica a la técnica como condicionamiento a la libertad, - “el hombre puesto en red”-, propone liberarse de la tiranía de la tecnociencia, así como derribar el mito de que el ciberespacio y las tecnologías de la información conllevan a la democratización de las comunicaciones.

También, comienza a hablarse del corrimiento de los medios audiovisuales que convierten el espacio público en imagen pública. Por ejemplo, la televisión a veces ocupa el lugar de la mediación social o familiar. La televisión, el cine y la fotografía promueven la “estética de la desaparición” dado que los contenidos solo quedan en la persistencia cognitiva de la visión, en la “persistencia retiniana” (Virilio, 1997).

⁵⁸ Scolari (2017) <https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-translector-lectura-y-narrativas-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/>

lo real y emergieron nuevos paradigmas como el de la “construcción social de la realidad” (Berger y Luckmann, 1966). Desde el campo de estudios de la comunicación, vuelven a estudiarse los efectos fuertes y acumulativos de las comunicaciones mediáticas. Toman relevancia la tematización-jerarquización de las tópicas en los medios y surgen las nociones de agenda setting (McCombs y Shaw, 1993) y agenda building (la construcción de la agenda de los medios). En este mismo sentido surge la teoría del framing (Tuchman, 1978; Entman, 1991,1993; Sábada, 2008) que permite pensar la idea de marcos de lectura –frames- condicionados por el encuadre dado a las noticias emitidas por los mass communication.

En 2001, Giovanni Sartori alertaba sobre la opinión teledirigida ante el avance de la sociedad multimedia y José Orihuela (2002) sistematizaba una nómina de paradigmas para caracterizar el nuevo paisaje mediático de la Web, que cambió gran parte de los modelos teóricos que hasta ese momento ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos⁵⁹.

⁵⁹Paradigmas de la E-comunicación: **De la audiencia al usuario**. Este pasaje es posible gracias a la fragmentación de la oferta según la demanda. Además, el público de un diario, por ejemplo, que tiene en su centro la figura del lector, no se compara con la de un medio en línea en el cual ya no se habla del lector sino del usuario, porque es alguien que utiliza el contenido, lo transforma e interactúa con los productores.

De medio a contenido. Orihuela afirma que ahora los medios entendieron que su negocio es el contenido y no el soporte. Es decir, ya no importa si se trata de un diario impreso o digital. Por lo tanto, "se trata de generar servicios multiplataforma a los que el usuario accede desde múltiples terminales en función de su situación y necesidades".

De periodicidad a tiempo real. Si los diarios impresos se regían por un patrón de publicación periódica (por ejemplo, los diarios todos los días, los semanarios una vez por semana), ahora los sitios de Internet de esos mismos medios tienden a trabajar con ciclos de 24 horas, con publicaciones constantes.

De escasez a abundancia. Los medios impresos están acotados a la extensión del producto de papel. Los medios electrónicos tradicionales como la televisión y la radio están acotados al tiempo del que disponen. En Internet, todo eso se quiebra, gracias a posibilidad de ramificar contenidos a través de los links o hipervínculos y de ofrecer, por ejemplo, un video en cualquier momento. "Los medios digitales también trastocan el argumento del recurso escaso, ya que multiplican los canales disponibles, transmitiendo mayor cantidad de información en menor tiempo y a escala universal. No hay límites a la cantidad de medios que pueden existir en la Red, no hay límites tampoco sobre el volumen de información que cada uno de ellos puede ofrecer al usuario, y además el costo de hacer pública la información en la Red es prácticamente equivalente para todos", dice Orihuela.

De intermediación a desintermediación. "La Red ha puesto en cuestión una de las funciones básicas de los medios tradicionales y de sus profesiones asociadas: la mediación profesional de los comunicadores en los procesos de acceso del público a las fuentes", opina Orihuela. Y es que el monopolio que tenían los medios de comunicación para expresarse en el espacio público en escala masiva se ha resquebrajado. Hoy, cualquier usuario con un blog puede alcanzar, al menos potencialmente, a grandes audiencias. Un ejemplo claro de esto lo aporta actualmente el uso que hacen políticos, deportistas o figuras del espectáculo de redes como Facebook: <http://www.facebook.com> y Twitter <http://www.twitter.com>. Si antes enviaban una gacetilla a los medios para que llegara a la sociedad su mensaje, hoy lo hacen directamente a través de estos nuevos espacios.

De unidireccionalidad a interactividad. Se afirma que la comunicación en medios como la prensa, la radio y la televisión era según un modelo de uno a muchos (punto-multipunto), en tanto era el medio el que disponía

En América Latina, Jesús Martín Barbero, Renato Ortiz y Néstor García Canclini reflexionaban sobre los procesos de reapropiación, de resistencia, sobre las lógicas de re-territorialización, las mediaciones ante los procesos externos y las realidades singulares de los actores sociales, lo que los llevó a una redefinición de las identidades.

En este marco de convulsiones y replanteos teóricos que acompañaron las transformaciones en las estructuras socioeconómicas en donde participan los sistemas de medios de comunicación, los periodistas profesionales fueron atravesados por las nuevas situaciones emergentes. Aquellos quienes forjaron su reputación y estatus profesional a la luz del *êthos* institucional de los medios tradicionales, comenzaron a ver tambalear su lugar de autoridad asociado a la idea de que los discursos periodísticos, lejos de ser una “espejo” de la realidad, estaban teñidos por los intereses que defendían.

Por tanto, hablamos de un cambio de época cuando comienza a mirarse de manera crítica la posibilidad de la transparencia en las mediaciones y a relativizarse la “objetividad” del periodismo como reflejo de lo real.

Esta tendencia tiene su génesis a mediados de los '60 con los nuevos modelos teóricos en los estudios de las comunicaciones masivas como es el paradigma de la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 1966), que inspiró las concepciones constructivistas de la noticia como producto de un sujeto que indefectiblemente no puede borrarse de su discurso.

A su vez, en el espacio profesional surgió la corriente del Nuevo Periodismo en EEUU (1966) que irrumpe en los tabloides mixturando dos campos: el periodismo y la literatura, con autores como Truman Capote, Gay Talese o Tom Wolfe. Los medios gráficos aumentaron el financiamiento para la investigación periodística en profundidad que insumía varios meses de producción y traslado de los profesionales a fin de generar crónicas y reportajes exclusivos, que encontraron en las audiencias masivas a lectores interesados en estos nuevos tipos de relato.

En Latinoamérica, esta tendencia tuvo como precursora del género a la obra Operación Masacre del periodista argentino Rodolfo Walsh (1957) y profundizó su

del uso de la palabra y tenía, salvo algunas posibilidades de interacción, como espectador al público. Hoy ese esquema se ha transformado y la interactividad es un componente esencial de la comunicación.

desarrollo, por ejemplo, en las nuevas narrativas que se imbrican en la labor periodística de escritores latinoamericanos como García Márquez, Octavio Paz, Eloy Martínez, Vargas Llosa, entre otros. Contar la noticia, cronicar en primera persona, vivir la experiencia en el territorio para poder narrarla con todo el impacto que le agrega la subjetividad explicitada del periodista/escritor.

En estos autores, el oficio periodístico, la literatura y la historia se alimentan mutuamente. El nuevo periodismo latinoamericano es una forma de la literatura, que partiendo de un dato de la realidad suscita en el narrador el interés no por el episodio en sí sino por toda la red de significaciones que desata la historia. Contar en primera persona, importar la vivencia en el territorio impregnada de la subjetividad del periodista/escritor. Con el auge de la autoficción, sus voces muestran un recurso literario en el que los dominios de la primera persona son cada vez más diversos y atractivos para autores y lectores. Las experiencias del autor y lo inventado se funden desde la verdad del escritor. La desinhibición de hablar de sí mismos tras un pasado de miedos y de la pérdida de prejuicios sobre los géneros que cuentan vidas.

Asistimos a una primera ruptura del pacto sobre lo que era el periodismo hasta entonces. El autor se inspira o utiliza episodios de su vida para su relato. Ese yo donde el autor se desdobra con su propio nombre, y emergen sus experiencias como protagonista o como mero espectador. La Primera persona y la introspección son la voz para contar el presente.

Estos casos, entre otros del Nuevo Periodismo, constituyen parte de los antecedentes mediatos a las formas emergentes de escritura que encontramos en los blogs de periodistas, y que definiremos como *Periodismo de autor 2.0* en el *Capítulo 5*.

CAPÍTULO 3

NUEVOS SOPORTES Y LA EMERGENCIA DE LOS BLOGS

EN EL UNIVERSO DIGITAL

CAPÍTULO 3 - NUEVOS SOPORTES Y LA EMERGENCIA DE LOS BLOGS EN EL UNIVERSO DIGITAL

Con el comienzo del siglo XXI y coincidente con la crisis de representatividad de la democracia delegativa en Argentina en 2001/2002 (Svampa, M., 2006; Álvarez Teijeiro, C y Farré, M. (2002), nacieron los primeros medios digitales a la luz de la expansión de Internet y la Web.

El surgimiento de Internet como Red informática mundial (WWW, 1991) funcionó rápidamente como un instrumento para canalizar la disidencia masiva a un sistema de valores y representaciones que se venía rompiendo⁶⁰.

Así, la llamada “crisis del 2001”⁶¹ en el país fue el primer escenario en donde se utilizó la Red como un elemento influyente en la dinámica de la protesta social. “Internet hizo ver, además, que la gente pugnaba, por un lado, por extender a su relación con los medios la diversidad y amplitud de su horizonte de intereses generales y, por el otro, por sostener una relación visceral, sensible, íntima, singular y hasta personalizada con los hechos, que desborda ampliamente la capacidad de contención desarrollada por los géneros tradicionales” (Samela, 2018: 316).

En esta época aparecen los primeros soportes de publicación personal: los weblogs, blogs, diarios de navegación o bitácoras y las homepage, que se expandieron rápidamente y cobraron un gran auge consolidándose en Internet. Este soporte pone en juego recursos hipertextuales y multimediales que representan una ruptura en la manera de concebir la producción textual hasta ese momento.

⁶⁰Scolari (2017), sostiene que la transformación ocasionada por la WWW es mucho más profunda y rápida que el proceso iniciado por Gutenberg en el siglo XV. “Un dato puede servir para comparar las dimensiones de ambas «revoluciones»: el libro reproducido mecánicamente tardó más de cuatro siglos en convertirse en un objeto de uso masivo. Recién con la llegada de la escuela pública y gratuita en el siglo XVIII, la Revolución Francesa —que extendió los derechos de la nueva clase social emergente— y la Revolución Industrial —que acopló a la imprenta una máquina de vapor— el objeto de Gutenberg llegó realmente a las masas y se convirtió en un objeto popular en manos de los ciudadanos. La World Wide Web tiene menos de diez mil días de existencia y ya cuenta con 3500 millones de usuarios, cerca del 40 % de la población mundial”. [<https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-translector-lectura-y-narrativas-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/>]

⁶¹En 2001, en Argentina se desencadenó una crisis institucional sobre la base de una grave situación económico-social que se conoce como “la crisis del 2001” (Svampa, M., 2006)

Así, en todos estos años surgieron innumerables blogs de tipo personal, periodístico, literarios, empresariales, educativos, artísticos, etc.

En paralelo, comenzó a teorizarse sobre el consumo productivo en la Red donde el usuario se perfila como un prosumidor, aquel que produce y consume información (Islas Carmona, 2008; Toffler, 1981). Posiblemente el éxito de los *weblogs* se debió a que por primera vez el usuario pudo ser editor, crítico, periodista o escritor de una forma sencilla, sin conocer la utilización del lenguaje o los instrumentos de programación o diseño web, sirviéndose de sistemas de publicación gratuitos (Frascaroli, 2006)⁶².

También, otra variable que puede haber alentado a los usuarios a usar *blogs* es el buen posicionamiento en Google, ya que fueron concebidos teniendo en cuenta la mecánica de indexación de los buscadores.

Por otro lado, el acceso a la banda ancha y el software de bajo o ningún costo fue otro factor determinante en la multiplicación y expansión de los *blogs*, de ahí que “en el período 1999-2005 los blogs eran el gestor de contenidos por excelencia”; sin embargo, se produjo un amesetamiento del fenómeno y ya en 2009 era “muy difícil comenzar un blog individual de cero si uno carece de un perfil previo atractivo que le permita ganar una mínima masa crítica de usuarios” (Pardo Kuklinski, 2009:252).

Los medios tradicionales comenzaron a incorporar este género en su cobertura diaria y a implementarla de forma generalizada. “Las empresas periodísticas, las más ágiles al menos en el seguimiento de las tendencias en el soporte digital, buscaron incorporarlos de forma de neutralizar alguna oposición que pudiera representar y sobre todo para aprovechar los beneficios que aporta, básicamente sumando interactividad y fidelización con la audiencia que se constituye a la manera de una comunidad virtual, participando en la publicación de notas y comentarios que retroalimentan el vínculo del lector con el diario” (Frascaroli, 2006:86).

⁶²Los weblogs han tenido muy buen posicionamiento en el principal buscador: Google y en otros buscadores similares, pero de menor rango, lo que provoca que muchas búsquedas den como resultado páginas de weblogs. Y esto ocurrió principalmente porque las tecnologías utilizadas por los blogs permiten indexarlos eficazmente y la enorme cantidad de vínculos entre weblogs los potencian en los rankings de resultados de los buscadores, que tienen en cuenta la cantidad de enlaces a un sitio. (Frascaroli, 2006:70)

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL FORMATO BLOG Y SU TRANSPOSICIÓN A SITIO WEB

Dado que nuestro objeto de estudio es un corpus conformado por blogs/sitios periodísticos digitales, para acercarnos a su análisis vamos a definir las características morfológicas, es decir la estructura y alcances de este soporte como nuevo medio de comunicación, en el marco de las cuales se define después determinado funcionamiento discursivo.

En este trabajo se consideran sinónimos los términos blog, sitio y página web. Si bien no son exactamente iguales, cumplen la misma función en los casos estudiados. Estos sitios, inscriptos en alguna plataforma admite entradas (posteos o publicaciones) que se van sucediendo cronológicamente y que pueden ser comentados por los lectores/usuarios. Además, el blog permite establecer enlaces a otros sitios o textos ajenos al blog, a través de hipervínculos que van orientando la navegación.

Cabe aclarar que la diferencia está centrada en los conocimientos necesarios y la complejidad para su elaboración. Crear y gestionar un sitio⁶³ o página web generalmente es más complicado y son necesarios conocimientos de programación, mientras que abrir un blog es muy sencillo y puede elaborarse sin conocimientos técnicos de HTML o diseño web, usando simplemente plantillas disponibles en Internet (las más conocidas como *wordpress* o *blogspot*)⁶⁴.

Un blog es un sitio web que se caracteriza por la actualización constante de su contenido por medio de entradas o artículos que normalmente están organizados por fecha (cronológicamente), por categorías y etiquetas para que el usuario pueda navegar fácilmente y encontrar el contenido rápidamente.

Un weblog o su versión más corta (*blog*) es un formato de publicación web que presenta una jerarquía de textos, imágenes, objetos multimedia y datos, en orden cronológico inverso - apareciendo en primer lugar (arriba) los más recientes. Esta soportado por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar la

⁶³ Un sitio web o ciber sitio es una colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio de internet o subdominio en la World Wide Web dentro de Internet. O sea, es el conjunto de páginas dentro de la misma dirección web (“inicio”, “quiénes somos”, “servicios”, “productos”, “contáctenos” conformando un sitio web.

⁶⁴ Los blogs exigen de sus autores unas capacidades técnicas mínimas y facilitan la construcción de conexiones significativas a través de las redes sociales. La plataforma tecnológica ha automatizado la elaboración del diseño, consiguiendo que el usuario medio disponga de los elementos mínimos necesarios para publicar en la Web, a la vez que proporciona al usuario avanzado la flexibilidad suficiente para que pueda incluir elementos de diseño y funcionalidades de su propia autoría.

funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia (Fumero, 2006).

La unidad mínima de los blogs es lo que se llama *post* (publicación o entrada). Estos diarios personales en línea permiten entradas y numerosos enlaces (*links*) que ofrecen registros actualizados y detallados de la vida de sus autores, de noticias o de un tema de interés.

La frecuencia de actualización y el contenido se consideran características definitorias. El contenido se estructura en bloques con entidad propia –apuntes, entradas, anotaciones o *posteos* (Sáez Vacas, 2005) – que podrán incluir texto plano, enlaces hipertextuales (a otros *posts* o a contenidos de audio o vídeo para descarga o reproducción) e imágenes. La presencia de esos enlaces es una característica clave para la existencia de las conversaciones, elemento básico en la dinámica de la blogosfera.

En su estructura básica hay una variedad de elementos funcionales, como un acceso a los archivos del blog. También se pueden encontrar una serie de categorías o índices temáticos (*tags*) y una lista de enlaces (*blogroll*) que consiste en una serie de *blogs* recomendados por el propio autor o su propia lista de fuentes.

Asimismo, es posible identificar distintos servicios y funcionalidades (directorios, servicios de sindicación o estadísticas del sitio web) gracias a la presencia de pequeños *stickers* promocionales.

Destacan los enlaces con el contenido del *blog* en algún formato estándar de sindicación de contenidos, que facilitará la consulta del mismo a través de un servicio (o una aplicación) de agregación de contenidos.

Asociado con cada *post* podemos ver una marca de tiempo (indicando el momento en que se publicó la entrada), un *permalink* (enlace permanente), un enlace a los comentarios (asociado a un contador), un enlace con la dirección necesaria para realizar una traza o referencia inversa (*trackback*), también asociado a un contador, y un botón para remitir la referencia al post por correo electrónico.

El *permalink* –*permanent link*– resulta fundamental para la estructura y la dinámica de la blogosfera. Se trata de una dirección única, generada por la propia plataforma, para cada una de las entradas. Esto hace que cada uno de los *posts* tenga identidad propia (como página web) y pueda ser referenciado desde cualquier otro sitio.

La posibilidad de comentar cualquiera de las entradas que haya publicado el autor es un rasgo característico de los blogs. Con los comentarios surgen las conversaciones, que pueden desarrollarse alrededor de una publicación. Sin embargo, algunos *blogs* tienen los comentarios desactivados o con previa autorización del autor.

Desde una perspectiva no tecnócrata, Samella sostiene que la configuración discursiva de los blogs “no está exclusivamente determinada por el soporte y sus dispositivos. (...) Que se constituyeran en un formato basado en la narración en primera persona, en la escritura hipertextual y en la interacción conversacional por los comentarios, no es algo que haya estado determinado por la herramienta de publicación, aunque ésta lo facilitara, sino por el tipo de apropiación que los usuarios fueron haciendo de esa herramienta” (Samella, 2018: 53-54).

3.2. ESTADO DEL ARTE SOBRE EL FENÓMENO DE LOS BLOGS PERIODÍSTICOS

Como vimos, la aparición de los blogs fue un boom a principios de siglo XXI, y los primeros aportes al debate sobre el tema provienen de los intelectuales españoles, quienes se centraron en identificar y distinguir la función social que cumplen el periodismo, por un lado, y los *blogs*, *weblogs* o bitácoras, por otro⁶⁵.

A partir de ahí, distintos autores han plasmado en diversos trabajos la taxonomía formal, herramientas tecnológicas y rasgos retóricos de los *blogs*⁶⁶.

En general, los blogs son estudiados en el contexto de las transformaciones sufridas en la práctica periodística y en la apropiación general del soporte tras la penetración del uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

La bibliografía más copiosa sobre el tema blogs en español se ubica dentro del campo de los estudios sobre opinión pública y periodismo.

Respecto a la redacción periodística en la *Web*, Díaz Noci (2004)⁶⁷ fue uno de los primeros investigadores que estudió los nuevos géneros ciberperiodísticos. Ofreció una aproximación hacia una teoría de los géneros digitales que supere las clasificaciones para los medios informativos impresos. El autor caracteriza a los cibermedios por la hipertextualidad, la multidimensionalidad, la interactividad y la temporalidad-ubicuidad.

A partir de estos trabajos que han contribuido a acotar el ámbito de estudio de los *blogs* como expresión de la comunicación social, otras investigaciones desde EEUU, comenzaron a emplear estudios empíricos para analizar aspectos más concretos. Por ejemplo, las estrategias redaccionales empleadas por los *bloggers* para escribir sus

⁶⁵ Andrews, P. "Is Blogging Journalism?" *Nieman Reports*, 2003, Vol. 57, n° 3, Fall, pp. 63-64. Matheson, "Weblogs and the Epistemology of the News: Some Trends in Online Journalism". *New Media & Society*, 2004, vol. 6, n° 4, pp. 443-468. CARLSON. "Blogs and Journalistic Authority". *JournalismStudies*, 2007, vol. 8, n° 2, April, pp. 264-279.

⁶⁶ Estalella. "Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible". *Telos*, n° 65, octubre-diciembre, 2005. Flores y Aguado. "Claves de los weblogs y su influencia en la prensa tradicional". *Doxa Comunicación*, n° 4, 2006, pp. 141-160. López García, Otero López, *Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano*. Oleiros, La Coruña: Netbiblo, 2007

Marcelo y Martín. *La guía de bolsillo de los blogs*. Madrid: Pearson Educación, 2007.

Orihuela. *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los Libros, 2006. Salaverría. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA, 2005

⁶⁷Díaz-Noci, Javier. "Los géneros ciberperiodísticos. Una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología". II Congreso Iberoamericano de periodismo digital, Santiago de Compostela, noviembre 2004. <http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/santiago04.pdf>

Díaz-Noci es Profesor Titular de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad del País Vasco. Leioa (Bizkaia)

notas⁶⁸, o bien la identificación de las razones que mueven a los internautas a leer *blogs*.⁶⁹

En la literatura académica española sobre *blogs* y periodismo aparecieron algunas investigaciones que, apoyadas en metodologías de análisis de contenido, examinaban el impacto de los *blogs* personales en la definición de la agenda temática de la opinión pública.⁷⁰ También se ha investigado sobre el uso de los *blogs* dentro de la oferta informativa de los diarios digitales⁷¹. Esas indagaciones preliminares también se preguntaron si los *blogs* eran un nuevo medio⁷² de comunicación o bien, si cabía considerarlos como un nuevo género periodístico asimilado por los cibermedios⁷³.

Paralelamente, desde México, Lizy Navarro Zamora (2005)⁷⁴ realizó un análisis sistematizado sobre el ciberperiodismo mexicano de la última década, afirmando que los medios de comunicación en Internet vivían un estancamiento allá por 2005. Desarrolló un trabajo considerable sobre los diarios *on line* en su país, concluyendo que, si bien no se puede hablar de la muerte del periódico impreso, su versión digital deberá convertirse en un medio más completo, ofreciendo la profundidad de la prensa, la instantaneidad de la radio y la imagen en movimiento de la televisión.

En Argentina, el periodista digital Leandro Zanoni (2008:47)⁷⁵ dedica parte de su trabajo a describir la génesis de los blogs y sus ventajas en el marco del nuevo

⁶⁸ Matheson. "Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres". *Convergence: The Journal of Research into NewMedia Technologies*, 2004, vol. 10, nº4, pp. 33-54.

⁶⁹ Kaye. "It's a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs". *Atlantic Journal of Communication*, 2005, vol. 13, nº2, pp. 73-95.

⁷⁰ García Orosa y Capón García. "Las bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo de la agenda mediática tradicional". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 10, 2004, pp. 113-128.

⁷¹ Rengel López. "La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de 'elmundo.es' y 'Guardian Unlimited'". *Athena Digital*, nº 8, otoño 2005, pp. 348-369.

⁷² Gillmor. *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: 2004. Blood. *The Weblog Handbook*. Cambridge, MA: Perseus Books Group, 2002

Blood. "Weblogs and Journalism: Do They Connect?". *Nieman Reports*, 2003, vol. 57 nº 3, fall, pp. 61-63.

Domínguez. "Els "weblogs" com a mitjans de proximitat". *Trípodos*, nº 18, 2006, pp. 189-201. Orihuela. "Los weblogs y su identidad como cibermedios". 2005, Pp70-82. En: Salaverría, Ramón (coord.). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 70-82

⁷³ Salaverría. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA, 2005 PP. 155-157., 164; Morán. "Un acercamiento crítico a la consideración del weblog como género periodístico". *Razón y palabra*, nº 48, 2005

⁷⁴ Navarro Zamora, L. "Comunicación mexicana en Internet. Guía de medios en línea", México, Fundación Manuel Buendía, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 2005

⁷⁵ Zanoni, L. (2008): *El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones B.

paradigma de la comunicación 2.0. Desde una perspectiva optimista hacia las bondades del presente digital, describe las modificaciones que trajo aparejada la Web 2.0 en la manera de socializar entre las personas, de consumir contenidos, medios, cultura y entretenimiento.

Sin embargo, son pocos los autores que tomaron a los blogs como objeto de estudio de manera específica. Generalmente los incluyen como un mojón del por entonces reciente “periodismo digital”.

Así, Mirta Echeverría investigó sobre el Periodismo digital en Argentina considerando los modelos de producción de los diarios locales en relación con las potencialidades que ofrece Internet⁷⁶. Además, amplió el análisis de los sitios periodísticos en línea, profundizando en las estrategias de captación y mantenimiento de los usuarios digitales que posibilitaron la comunicación en la red.

Vemos que, en los blogs, a diferencia de los que sucede con la información en los medios institucionales, queda bajo el criterio del autor definir los hechos que considera noticiables. Manuel Frascaroli (2006; 2008) indaga sobre el fenómeno de los blogs y sus implicancias para las ediciones digitales de los diarios tradicionales. Investiga los nuevos formatos periodísticos de los blogs y avanza en una redefinición de cómo se conocía a los weblogs originalmente a comienzos de siglo XXI. Realiza una cartografía de los blogs periodísticos, sus características y su relación con el espacio mediático.

Este autor Frascaroli también analiza los blogs de acuerdo a la dinámica periodística. Identifica a la conversación como un elemento que da estructura discursiva a los blogs, a los que define como “mezcla de diario íntimo con foro de debate y noticiero personal” (2006: 71-73). Asimismo, caracteriza el estilo de escritura propio de los blogs, destacando la concisión y adopción del estilo periodístico. Se sumerge en el tema sobre la credibilidad y advierte sobre la poca fiabilidad de los contenidos, por la falta de contraste de fuentes que implica un trabajo exhaustivo que no marida con la inmediatez de las publicaciones. Establece una diferencia entre los blogs escritos por periodistas y el resto de los blogs.

⁷⁶ Echeverría, M. "Periodismo electrónico. Procesos de producción y estrategias discursivas" en www.ull.es/publicaciones/latina. Revista latina de Comunicación Social, N° 21, septiembre 1999, Tenerife, Islas canarias.

Urresti⁷⁷ (2008) en el marco de una investigación sobre ciberculturas juveniles, elaboró una topografía de Internet a través de la definición de los géneros discursivos dominantes. En este sentido, identifico algunos géneros hipertextuales en los que predominan ciertas constantes formales y enunciativas que definen lógicas comunicativas recurrentes, por ejemplo: los blogs, los videojuegos y el chat. Además de estas investigaciones con fundamento empírico, encontramos gran cantidad de trabajos que especulaban sobre el influjo que los *blogs* habrían de producir en el periodismo como profesión en el futuro⁷⁸.

Pardo Kuklinski (2009) recuperó este debate analizando la posible muerte de los blogs en el marco de la evolución de la escritura colaborativa, asegurando que los nuevos medios no ‘matan’ a los medios preexistentes⁷⁹. Sin embargo, en su artículo publicado en “El Fin de los Medios” del año 2009, considera que luego de la etapa inicial y boom de los blogs que se extiende desde 1999 a 2005, estos nuevos soportes han sido “completamente absorbidos por los medios masivos” (2009:256). Asimismo, considera que “han dejado de ser una moda, y en esta dinámica de obsolescencia planificada de aplicaciones Web 2.0, esto tampoco es buena noticia para dicho formato” (2009:257). Anticipa que los blogs estaban mutando rápidamente y que se convertirían en otra cosa “¿e-magazines?”, al no poder seguir el ritmo que imponen las redes sociales, “el darwinismo digital se encarga de la supervivencia de los más aptos” (2009: 257).

No obstante, si bien los años sucesivos le han dado la razón a su hipótesis, en esta investigación consideramos que, en los últimos años del ecosistema mediático argentino, los blogs periodísticos en general, y los de autor en particular están cobrando mayor auge y se sostienen como espacios de comunicación emergente (algunos *aggiornados* como sitios personales).

Por otra parte, desde el paradigma dramático de la interacción social de Irvin Goffman, Sandoval (2009) realizó un estudio de caso, tomando las publicaciones del blog *argentinomequieromorir.com.ar*⁸⁰ para pensarla construcción de la identidad del

⁷⁷Urresti M. *Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet* Ed. La Crujía, Bs As., 2008.

⁷⁸ Cebrián Herreros y Flores Vivar (Eds.). *Blogs y periodismo en la Red*. Madrid: Fragua, pp. 161-176.

⁷⁹ Pardo kuklinski, H. “El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet” en Carlón m. Scolari, C. (Eds.). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2009, Pp251-262

⁸⁰ www.mequieromorir.com.ar, actualmente inactivo.

autor. Concluye que el lector del blog sólo tiene acceso a un personaje construido para esa puesta en escena que el autor representa en el blog.

Rosalía Winocur, en “Robinson Crusoe ya tiene celular” (2009:69)⁸¹ dedica un capítulo a la noción de conexión, el lugar de la visibilidad y la trascendencia social.

Desde una perspectiva socio antropológica, explica el significado profundo que tiene el hecho de participar en las redes sociales. Allí, los sujetos encuentran una manera de inclusión social, de sentir pertenencia a un grupo que comparte determinadas comunidades virtuales. En los sujetos, la construcción de la identidad tiene una fase off line y otra on line. Estar conectado implica estar visible, en un sentido amplio. La visibilidad garantiza la inclusión en un mundo cuya representación se ha desplazado de lo palpable a lo comunicable. Estas ideas nos aportan un punto de vista a la hora de pensar las motivaciones de los periodistas a la hora de postear desde un blog personal.

Paula Sibilía, en *La intimidad como espectáculo*⁸²(2008) indaga las transformaciones en la construcción de la subjetividad y los diversos modos que asume el *yo* de quienes se hacen visibles en el espacio público a través de *blogs*, *fotologs*, *Webcams* y comunidades virtuales. Pone en relación las formas actuales de construir la subjetividad con diferentes modalidades de relatos de sí, entre los que se encuentran los blogs. Así, analiza las claves sobre cómo se exhibe la intimidad en la escena contemporánea en donde la autoconstrucción del *yo* se relaciona a la extimidad de los relatos autorreferenciales.

Diego Vigna (2014), en *La década posteada. Blogs de escritores argentinos* (2002-2012), estudió las escrituras digitales y realizó una cartografía de los blogs de escritores argentinos. Describe las ‘formas’ escriturarias que alternaron y alternan entre soportes impresos y virtuales, y que, tras la crisis de 2001, se nutrió de la perspectiva sobre el ‘auge de la subjetividad’, de su inscripción en distintas formas textuales de la literatura contemporánea y de otros discursos marginales a la ficción; la ‘exaltación del *yo*’ fomentada por las formas de expresión digitales, las ‘formas orales’ aplicadas al universo literario, en el devenir cotidiano.

⁸¹ Winocur, R. (2009): “Robinson Crusoe ya tiene celular”. México: Siglo Veintiuno Editores.

⁸² Sibilía, P. *La intimidad como espectáculo*. Ed. Fondo de Cultura económica, Bs.As., 2008.

Vigna elabora como corolario de su tesis doctoral, importantes conclusiones sobre las funciones que cumplen los blogs de escritores argentinos. Al describir los perfiles identifica “*para qué* durante la década posteada, *usaron y forzaron* los escritores sus blogs”, y resume las funciones específicas que han proyectado sobre el formato en el trabajo intelectual y literario. Considera que “generar Perfiles permite asentar la concepción del blog como herramienta de autor” (Vigna, 2014: 207).

Así, los blogs de escritores funcionaron entre 2002 y 2012 como *diario íntimo* donde exponer la intimidad; como *espacio de comunicación* para vincularse con sus lectores y con otros autores; como *espacio de apuntes* y prueba para el ensayo de escrituras; como *archivo personal* registrando la memoria del propio recorrido y las producciones; como *vidriera* para fomentar la promoción de su obra; como *obra o producto ficcional* que opera como un espacio creativo y de experimentación; como *revista* o portal cultural con información y análisis para sus lectores.

Algunas de sus definiciones nos han servido de puntapié inicial para interpelar a nuestro propio corpus de estudio. Recientemente, Gabriela Samela (2018) en *Subjetividades virtuales: las narrativas del yo en internet*, abordó la temática de las subjetividades indagando las narrativas del yo en Internet a través del estudio de un corpus de blogs activos durante el período 2009-2010 y producidos por *bloggers* argentinos. Como resultado de ese trabajo, se propone una caracterización de estas narrativas y sus relaciones con la narrativa informativa hegemónica en los medios masivos de comunicación presentes en Internet, a partir del análisis de los procedimientos que intervienen en la construcción del yo que narra en la compleja trama de las comunicaciones mediadas por computadoras y sus estructuras mediáticas.

Samela en el recorte de su corpus estudia algunos blogs periodísticos, y plantea la existencia de una tensión entre los mismos y el discurso periodístico canónico, dado que infringen las normas y reglas del ideal de la objetividad noticiosa. También, respecto al tipo de enunciador que se construye en relación con la noticia, observa que se ha pasado de un enunciador transparente a otro presente y explicitando su posición en el proceso de producción de la información.

3.3. ANTECEDENTES DE ALTERNATIVIDAD INFORMATIVA Y DE OPINIÓN EN LA WEB

Como dijimos, entre los usuarios de la Red se fueron desdibujando los límites entre el rol de productor y consumidor (prosumidor), lo que denota una nueva configuración de emisores que se va amplificando a medida que se multiplican los “conectados” a Internet, que se suman soportes/plataformas novedosas y se van mejorando las aplicaciones de las existentes.

El surgimiento y crecimiento de la cantidad de *blogs* y diarios personales fue un fenómeno notable en los primeros años del nuevo siglo, y quizá sea el mejor ejemplo de esto que estamos afirmando, ya que han posibilitado a estos nuevos prosumidores sumarse a los flujos de la información y opinión de la época.

En toda esta primera época, la idea de la autoinformación/contrainformación (Vinelli, 2004) se fue imponiendo como una tendencia creciente. La dinámica de la participación llevó a que algunos ciudadanos cubrieran espontáneamente hechos noticiosos relevantes, y se transformen en testigos/reporteros de primera mano en determinados acontecimientos. Recordemos que las imágenes del atentado a las Torres Gemelas que recorrieron el mundo fueron tomadas por testigos presenciales durante el 11/09/2001.

Aparece este vínculo inusual de los “lectores-espectadores”, que ponía en cuestión algunas de las prácticas tradicionales de la profesión periodística, evidenciando las potencialidades del nuevo soporte, en especial las vinculadas con la pérdida de centralidad del “emisor” en los medios de comunicación que se desarrollaban (Samela y Villafañe 2004).

Es el momento del crecimiento exponencial de los blogs, de los celulares personales como máquinas de captar y comunicar imágenes y el momento en el que muchas de las funciones que llevaban adelante solo los profesionales de la información comienzan a ser asumidas por ciudadanos comunes.

Mientras que el periodista verifica datos y aplica métodos (comentar, filtrar, editar y chequear la veracidad de los hechos que se publican), surge en la Red (este otro nuevo actor en las redes: el infocidadano que reporta acontecimientos y los convierte en noticiables por circuitos alternativos o por los mismos espacios de interacción abiertos en los incipientes medios digitales.

A comienzos del siglo XXI, tanto en oriente como en occidente surgen las primeras manifestaciones de la modalidad de Periodismo ciudadano, que sostiene la importancia de la participación de la gente común en carácter de reporteros locales que comparten opiniones e informaciones junto con periodistas profesionales.

El caso considerado como mayor exponente de esta tendencia fue el diario coreano *OhMyNews*, que tuvo su primera aparición *on line* el 14 de febrero del año 2000 y en poco más de tres años logró una media diaria de 14 millones de visitas y convirtiéndose en el sitio de noticias más influyente de Corea del Sur. La mayor parte de los contenidos eran elaborados y remitidos por los propios lectores habituales, y su estrategia fue presentar a cada lector como si se tratara de un reportero.

En España, el periódico digital *¡Qué!* fue pionero en periodismo ciudadano. También en ese medio el lector daba a conocer las noticias de interés sobre su barrio o la comunidad en la que vive, gracias a sus aportaciones mediante blogs. Estos casos que fueron multiplicándose en la primera década del siglo XX, se encuadraban en la idea de que el periodismo participativo en la Web “estaba cambiando las reglas del juego y acabando con el papel de guardabarreras que tradicionalmente ejercen los directores, editores y propietarios de los grandes medios de comunicación (...) un periodismo participativo en el que la noticia no es algo inerte sino que tiene vida propia; un periodismo en red que sobrepasa el tradicional formato emisor-receptor”⁸³

En 2006, junto al surgimiento de *Twitter*, apareció la primera agencia de noticias en línea divulgando expedientes secretos con información confidencial de los Estados: Julian Assange puso en circulación *WikiLeaks*⁸⁴ con la publicación de informes anónimos y documentos filtrados con contenido sensible en materia de interés público, preservando el anonimato de sus fuentes.

En los albores de este siglo en Argentina, con una Internet de muy reciente aparición, vemos que algunas organizaciones sociales asumieron el rol de «fuentes emisoras» de información a través de sus blogs o sitios. Comenzaron a usarlos para emitir las informaciones y comentarios que antes debían pasar por el filtro de los

⁸³Koldobika Meso Ayerdi. “Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística”, *Revista Chasqui*, N°90 (junio de 2005) Quito, Ecuador, p.11

⁸⁴A través de los informes de *WikiLeaks* millones de personas en todo el mundo conocieron imágenes, testimonios y relatos estremecedores acerca de la invasión y masacre perpetrada por EEUU en Irak. Año tras año su base de datos ha crecido constantemente hasta acumular 1,2 millones de documentos.

periodistas para ser levantados en los medios tradicionales si estaban encuadrados en los criterios de noticiabilidad de los mismos (Martini, 2000). A través de las redes sociales como *Facebook* en ese primer momento y luego *Instagram*, *Twitter* y las plataformas como *YouTube* comenzaron a generarse un flujo de información y contenidos laterales a los que se emitían desde los medios tradicionales (Vinelli, 2004).

Podemos destacar como antecedentes fundamentales tres experiencias de alternatividad en la Red. El caso de *Indymedia Argentina*, que nace en 2001 al calor de las movilizaciones contra el ALCA⁸⁵. Inspirado en un colectivo conformado por activistas-periodistas estadounidenses referenciados como voceros de la lucha contra la globalización neoliberal, surge en 1999 en Seattle para cubrir las protestas contra la Organización Mundial del Comercio (OMC). Aquel sitio recibió un millón y medio de visitas durante la protesta, lo que provocó la apertura de más de cincuenta centros de información en todo el mundo.

Indymedia Argentina bajo la premisa “dar voz a quienes no tienen voz” marcó el inicio de esta experiencia novedosa de contrainformación, como un proyecto de comunicación popular: un colectivo de redacción abierto y horizontal, que cuenta con una sección abierta para que todos puedan publicar sus noticias. Y cada noticia es un posible disparador de discusiones entre los navegantes (...) La concepción de la comunicación se apoyaba en la premisa de que cada persona puede ser un corresponsal, es decir, que desde su lugar puede aportar sus noticias.

Así, múltiples productores construían diariamente Indymedia con sus aportes. De esta manera, el espacio brindaba a las personas la posibilidad de subir sus propias noticias, audios, fotos, videos, intentando eliminar la distancia entre emisión y recepción. El fenómeno se constituyó en un espacio de referencia y de apropiación de diferentes actores de organizaciones sociales para difundir información de primera mano. Actualmente sigue existiendo como sitio periodístico en la web.

A medida que el proceso de concentración de los medios tradicionales se fue haciendo más evidente, surgieron otras propuestas alternativas para socializar la

⁸⁵El Área de Libre Comercio de las Américas o ALCA fue el nombre oficial de un acuerdo multilateral de libre comercio, firmado en Miami durante la I Cumbre de las Américas de 1994, con hegemonía de los EEUU, que abarcaba a todos los países del continente americano, con excepción de Cuba. Bajo la consigna de “¡No al ALCA!”, los gobiernos de Venezuela, Bolivia, Uruguay, Brasil y Argentina, organizaciones sindicales y sociales, lograron paralizar la puesta en marcha del ALCA en la IV Cumbre de las Américas realizada en Mar del Plata, Argentina en noviembre de 2005.

información. En el año 1998 nace *Red Eco Alternativo*, como una fuente confiable donde enviar y buscar información. Su concepción de lo noticiable implicaba mostrar lo que los grandes medios no informaban; hacer un seguimiento de las informaciones publicadas como contrapartida a la información fragmentada (flashes) que de los medios masivos. Y, por último, se abstendrían de publicar información relativa a las internas políticas entre los movimientos sociales, que puedan aportar división al campo popular. Este sitio continúa en marcha y tiene una actividad de actualización de contenidos diaria.

En este sentido, podemos mencionar el caso de *La vaca*, una cooperativa de trabajo creada en abril de 2002 que proclamaba como objetivo generar herramientas, información, vínculos y saberes que potencien la autonomía de las personas y sus organizaciones sociales. Para desarrollar estos objetivos desarrollaron las siguientes herramientas en el blog: Una Agencia de noticias de libre circulación y reproducción, que bajo el lema *anticopyright*, que difundía crónicas y reportajes. Lograron posicionarse como una alternativa para la creación de estrategias sociales de comunicación. Hoy permanece activo como sitio web sumando a éstas otras propuestas de contenidos periodísticos digitales.

En Córdoba, las experiencias alternativas de periodismo en la red han tenido diferentes matices según la posibilidad de mantenerse actualizadas y contar con seguidores y anunciantes que hagan del medio un soporte autosustentable. Por ejemplo, en 2006 aparece por primera vez el blog *Sosperiodista*, un diario digital que se presentó como “auténtico periodismo ciudadano” y se construía a través de los discursos cotidianos de sujetos “no profesionales” que se comportan como reporteros y corresponsales. *Sosperiodista* se autodenominó como “periodismo en primera persona” nutriéndose de artículos escritos por los “periodistas ciudadanos”, es decir, por personas que no se dedican al periodismo como actividad profesional pero que están interesadas en compartir sus conocimientos a través del aporte de informaciones, crónicas de sucesos, fotos y opiniones sobre temas del ámbito local, provincial, nacional e internacional.

Asimismo, definieron a sus usuarios como personas interesadas en participar de un proceso informativo generando aquellas noticias que las agencias informativas y los medios establecidos ignoran. Sus editores partieron de la premisa de que las

personas son productoras de noticias en potencia, capaces de buscar sucesos, ponerlos por escrito y compartirlos a través del sitio Web lo que les permite una agenda informativa distinta a la de los medios tradicionales: “la agenda informativa la creamos entre todos”.

Incluso, sostenían que muchos ciudadanos – a diferencia de los periodistas profesionales-, suelen poseer más y mejor información, o son testigos directos de los acontecimientos. Quienes deseaban participar en la redacción se registraban en el blog, firman un acuerdo de condiciones de uso y enviaban sus noticias firmadas.

La revisión, corrección de estilo y edición de los artículos ciudadanos estaba a cargo del equipo editorial que subían las noticias de acuerdo a las secciones específicas que contenía la plataforma. Este blog dejó de estar activo en 2014.

Otros casos de prácticas espontáneas en producción de contenidos, los encontramos en el blog periodístico *Pichón de Cuervo*, una publicación on-line que se producía en Córdoba con una periodicidad semanal. Definidos bajo el lema “1º semanario digital hecho por no periodistas. Y... que la historia nos juzgue”. Esta iniciativa local habitó el ciberespacio entre 2011 y 2013.

También, *redacción/351* a principio de 2011 se abrió el sitio periodístico independiente de aparición diaria dedicada a noticias de política, cultura, sociedad y deportes en Córdoba, desarrollada por alumnos y egresados de la carrera de comunicación social. Aún permanece activo y con actualizaciones diarias, bajo el lema “un espacio para quienes escriben, por simple gusto, sobre algunas cosas que suceden en Córdoba. (...) Se publican cuestiones que surgen a pocas cuadras de donde vivimos”.

3.4. LOS BLOGS PERIODÍSTICOS DE AUTOR

En el campo del periodismo, un gran número de periodistas consagrados en su profesión, -paralelamente a su actividad en relación de dependencia en medios tradicionales- comienzan a incursionar en el uso de blogs y a exponer (se) y publicar contenidos periodísticos y de opinión en estos sitios web. Durante los años que van del 2001 a 2017, en Argentina asistimos al auge, posterior amesetamiento y reciente resurgimiento del fenómeno.

En el marco de ese proceso de apropiación del recurso digital, los periodistas han asumido la estrategia de generar una *identidad virtual* de dominio público para postear en nombre propio, constituyendo un fenómeno novedoso que hemos denominado "*Periodismo de Autor 2.0*". Se trata de publicaciones periódicas que abarcan desde notas de opinión, investigaciones, análisis, líneas autorreferenciales, hasta apostillas con carácter de diario íntimo donde exponer pensamientos o reflexiones.

Como formatos novedosos, los blogs periodísticos de autor conjugan en diversos géneros de escritura, la narrativa impregnada por la mirada y la impronta en primera persona del periodista.

Como dijimos, frente a la crisis de legitimación de los medios tradicionales, muchos periodistas asumen este modo del yo digital, donde despliegan un *êthos* de periodista, una presentación de sí mismos como garantía y legitimidad de lo dicho. La legitimidad está sostenida en la presentación de sí mismo que despliega el sujeto autor en el blog personal y la aceptación de este *êthos* por parte del lector/usuario, en una suerte de actualización del contrato de lectura entre ambos. Frente a la opacidad del hacer mediático institucional, Samela sostiene que "el yo enunciador de los blogs que, además, cuenta su vida y se cuenta a sí mismo, funciona como fuente de autenticidad" (2018: 306)

En la etapa del surgimiento de estos nuevos formatos, aparecieron algunos pioneros como el escritor y periodista Enrique Lacolla autor del blog Perspectivas, y que es parte de nuestro corpus de estudio. Cabe destacar que Lacolla perteneció al staff del tradicional diario provincial La Voz del Interior hasta que víctima de la censura por el tratamiento noticioso que le diera al tema conocido como "el conflicto del campo por

la 125", rompió su relación contractual con el periódico y comenzó a escribir sus artículos en forma independiente.

En otros casos, hallamos publicaciones de periodistas profesionales que trabajan en medios masivos y tienen su propio blog periodístico en forma independiente, tal como el periodista Sergio Carreras de la Voz del Interior. En la misma línea, el periodista Mariano Saravia cuyo Blog tiene un administrador que se encarga de reunir una breve reseña de las crónicas, artículos, reportajes, etc. que encuentra en los distintos medios tales como La Nación, Tiempo Argentino y otros independientes. En dicha reseña agrega el link para que el usuario se dirija a la página y pueda leer el texto completo.

Por su parte, el periodista Ricardo Fonseca encabeza el blog homónimo con el lema "La otra forma de hacer periodismo" que aborda artículos sobre Cultura, Política, Sociedad y Economía e incluye enlaces a Youtube donde se reproducen entrevistas realizadas en su programa de TV que emite Canal C, la señal 15 de cablevisión.

En la misma línea, el periodista especializado en política internacional, Claudio Fantini edita periódicamente un blog homónimo donde se identifica como periodista y politólogo.

El blog *Crónicas de la Calle*, apuntes sobre los excluidos, aborda notas sobre problemas sociales de la ciudad tales como trata de personas, prostitución, inseguridad, etc.; está escrito por Juan Federico y Laura Giubergia, periodistas y comunicadores. Federico trabaja en la sección Sucesos (policiales) del diario La Voz del Interior, mientras que Laura es redactora en la edición Web del diario Día a Día, de Córdoba.

A nivel nacional encontramos publicaciones en la blogósfera editadas por periodistas destacados en la escena mediática, tales como: Jorge Asís que dirige *Amuleto* y Jorge Asis digital; *Post Periodismo* de Roberto Guareschi; *Blog del Medio* de Pedro Ylarri; *Bordeperiodismo* de María Julia Olivan; *Las cosas de la velocidad* de Rodrigo Fresán y el *Blog de Luis Majul*.

Estos sitios inscriptos en alguna plataforma como *WordPress* o *blogspot* admiten entradas (posteos o publicaciones) que se van sucediendo cronológicamente y que pueden ser comentados por los lectores/usuarios. Además, el blog permite establecer enlaces a otros sitios u otros textos ajenos al blog, a través de hipervínculos que van

orientando la navegación. El soporte pone en juego recursos hipertextuales y multimediales (Díaz Noci, 2004) que representan una ruptura en la manera de concebir la producción textual hasta ese momento.

En este punto tenemos en cuenta que la escritura del *blog periodístico de autor* parece distinguirse de los blogs personales de artistas, deportistas, o personajes anónimos que participan de la blogósfera como un fenómeno reciente autobiográfico. El yo-autor, el nombre propio, la atestación (Arfuch, 2010:59) operan como fuente de autenticidad del discurso.

Los géneros autobiográficos como los *Blogs* periodísticos personalizados adhieren a la naturaleza de la información, pero desde una lógica de lo digital en la Web 2.0 donde prevalece el valor de la novedad, de la inmediatez. Estos relatos "no pretenden alcanzar una inmortalidad en el tiempo, sino una celebridad en el instante" (Sibilia, 2008:164); el tiempo y el espacio se configuran en un escenario diferente: el del presente continuo, donde se licúa la historia y la creencia de que es posible la explicación del presente por el pasado. Los blogs se presentan como retazos de instantes pegados en cada post de actualización; como "retratos instantáneos de momentos presentes" (Sibilia, 2008:161).

Así, podemos decir que el periodismo que se desarrolla en los blogs y sitios personales se ubica en el umbral de lo íntimo y lo público colocando a la subjetividad, al autor 2.0 como garantía de autenticidad frente a la opacidad de los procesos de producción de la noticia "objetiva" enmarcada en los géneros periodísticos tradicionales, y abre espacios de intercambio "apasionado" sobre los temas de agenda (Estalella, 2012).

Si consideramos que los blogs periodísticos se constituyeron en un formato específico que expresa la hibridez entre el discurso periodístico-informativo y las narrativas yoicas (Samela, 2018), este formato entra en tensión con las pautas canónicas que guían la labor periodística, en cuanto al distanciamiento del sujeto en el discurso informativo. El periodista 2.0. asume las formas de expresión y comunicación surgidas en Internet y pone a disposición pública aspectos de su intimidad y vida privada. Este punto fue desarrollado con mayor profundidad en el en los fundamentos teóricos, cuando se aborda el tema de la función-autor en el discurso del periodista 2.0.

CAPÍTULO 4

**ANÁLISIS: CONFIGURACIONES DEL *ÊTHOS* EN EL
PERIODISMO DE AUTOR 2.0**

CAPÍTULO 4 - ANÁLISIS: CONFIGURACIONES DEL *ÊTHOS* EN EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0

Partiendo de las categorías teórico-metodológicas definidas en el cuerpo de la tesis, a continuación, presentamos el análisis discursivo del corpus conformado por 33 (treinta y tres) publicaciones pertenecientes a los 5 (cinco) blogs de los periodistas/autores que han tenido una participación activa en el periodo 2006-2017, cuyo criterio de selección expusimos en la introducción de esta tesis. Por tanto, el mismo quedó distribuido de la siguiente manera:

Sergio Carreras. Blog “Un periodista dice”

<http://sergiocarreras.blogspot.com.ar>

SC.0 PRESENTACIÓN EN EL BLOG

SC. 1. UN PERIODISTA DICE/ 22 enero 2006

SC.2 NO PUEDO DECIR NADA/31 marzo 2006/ Medios.

SC.3 DELICIAS DEL PERIODISMO/ 7 julio 2008/Periodismo

SC.4 PERIODISMO MILITANTE/ 8 marzo 2011/ Periodismo militante

SC.5 ENTREVISTA/ 10 marzo 2014/Darío Falconi El Diario del Centro del País Los Niños de Hielo Periodismo de Investigación Sergio Carreras

SC.6 PUTEADAS CONTRA EL CÁNCER/ 29 julio 2014/Humor Puteadas Salud

SC.7 VISITA AL AMIGO ENFERMO/ 4 junio 2016

Enrique Lacolla. Sitio: “Perspectivas”

<http://enriquelacolla.com>

EL.0 PRESENTACIÓN EN EL BLOG

EL.1 LA SEDICIÓN DEL “CAMPO” / 26 marzo 2008/Política Latinoamericana

EL.2 MÁS ALLÁ DE LAS LÁGRIMAS/ 30 octubre 2010/ Política Latinoamericana.

EL.3 CÓRDOBA Y LA DROGA: LAS AMENAZAS A TOMÁS MÉNDEZ/ 31 octubre 2013/ Sociedad.

EL.4 EL PROBLEMA DE LA DEFENSA NACIONAL /05 mayo 2014/Política Latinoamericana.

EL.5 ÉTICA Y COMUNICACIÓN/ 16 abril 2016/Medios de Comunicación.

Claudio Fantini. Blog homónimo.

<http://www.claudiofantini.com>

CF.0 PRESENTACIÓN DEL BLOG

CF. 1 LA GRAVEDAD DEL SILENCIO/ 1 abril 2012/ LIBROS

CF.2 LOS NUEVOS ROSTROS DE LA CENSURA/31 enero 2013

CF.3 EL VOTO EN SU LABERINTO/ 24 octubre 2015/ EL PAÍS DE MONTEVIDEO

CF.4 CARTA ABIERTA CON LA MISMA LETRA / 26 junio 2016/ TURELLO.COM.AR

CF.5 FANTINI SOBRE NOTRE DAME/ 20 abril 2017/ CHARLAS Y CONFERENCIAS

CF.6 CLAUDIO FANTINI SE PRESENTA ESTE MIÉRCOLES EN LA FERIA DEL LIBRO DE LA CIUDAD DE LA COSTA/ 18 junio 2017/ CHARLAS Y CONFERENCIAS

Mariano Saravia. Blog homónimo.

<http://marianosaravia.com.ar>

MS.0 PRESENTACIÓN DEL BLOG

MS.1 LO QUE SE PUEDE CAMBIAR EN UNA SEMANA/

MS.2 FRASES/ JULIO 2016

MS.3 PRESENTAMOS MI NUEVO LIBRO: CUADERNOS DE UN VIAJADOR/21 septiembre 2016

MS.4 EL ESPEJO CHILENO QUE NOS IMPONEN/13 noviembre 2017

MS.5 LAS FUERZAS ARMADAS Y DE SEGURIDAD MATARON EN 200 AÑOS A 98.536 CIUDADANOS ARGENTINOS 1.768 ENEMIGOS EXTRANJEROS/29 noviembre 2017

Alfredo Leuco. Sitio “Le doy mi palabra”

<http://alfredoleuco.com.ar>

AL.0 PRESENTACIÓN DEL BLOG

AL.1 CRISTINA ORGANIZÓ EL PARO / 31 marzo 2014

AL.2 EL NUEVO BILLIKEN DE FORSTER/ 7 julio 2015

AL.3 EL PATRONO DEL PERIODISMO /10 abril 2015

AL.4 PARA PERIODISMO K /21 marzo 2016

AL.5 MALVINAS, A 35 AÑOS /31 marzo 2017

4.1. ESTRATEGIAS GENERALES EN LA PRESENTACIÓN DE SÍ

Analizar e interpretar los modos de decir nos muestra cómo los discursos construyen una identidad, exponen el *êthos* del enunciador y, asimismo, aluden a sus condiciones de producción.

Como anticipamos, se trata de blogs periodísticos que constituyen nuevas modalidades del discurso informativo dentro del campo mediático, y que, a su vez, están impregnados por las características propias del soporte tales como la autorreferencialidad en los modos y la hipertextualidad en las formas.

El análisis discursivo de nuestro corpus nos ha llevado a elaborar las siguientes interpretaciones sobre los sentidos que se ponen en funcionamiento en los discursos de estos sitios periodísticos personales, que hemos denominado “Periodismo de autor 2.0”.

Considerando la dimensión morfológica propia del Blog o sitio web (en las plantillas *wordpress* o *blogspot* utilizadas), el formato ofrece una página de inicio para la presentación personal del autor⁸⁶. El autor del sitio es presentado utilizando los recursos administrados por la plantilla de base.

Generalmente, se puede identificar el Tag *profile* (perfil) que se acompaña con una imagen visual del periodista, que al cliquearla despliega el texto completo acerca del autor del blog. En cierta forma, el trayecto de lectura en esta organización taxonómica se inicia por la presentación del autor, el enunciador es la unidad semántica y enunciativa que dará cohesión y unidad a todo el contenido del blog.

A continuación, veremos que la enunciación en la página de inicio de los blogs estudiados -donde se despliega la primera presentación de sí mismos en la configuración del *êthos*-, responde a las siguientes características discursivas:

⁸⁶ En anexos, junto a la descripción de los datos, pueden verse las capturas de pantalla de las presentaciones de los blogs estudiados. Además, para consultar las publicaciones que integran el corpus -y que están contenidas en el anexo-, seguir la nomenclatura que indica las iniciales del autor y el número de publicación con que fue catalogada. Por ejemplo: la nota 3 de Alfredo Leuco figura como: (AL.3).

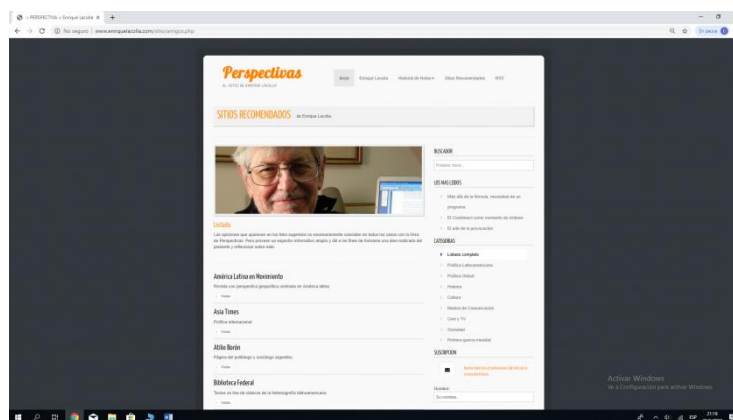
a) El hacer profesional

Los blogs corresponden a una nueva modalidad discursiva de lo informativo en la cual los autores se posicionan como enunciadorees desde su hacer profesional, o sea, como periodistas.

En el sitio de Enrique Lacolla, el *êthos* de periodista se enuncia en primera persona. La página de inicio está encabezada, a la derecha por una foto en primer plano del autor sonriente y puede advertirse que se encuentra en una (su) biblioteca o lugar de trabajo, un escenario que enmarca y actúa como anclaje del decir quién soy.

En la foto, el periodista establece con su destinatario una relación ojo-ojo (Verón, 1983), un principio de contacto organiza la materia icónica que establece la vinculación complementaria con un destinatario, lector imaginario. La subjetividad inicial de la materia lingüística (yo soy...) se complementa con la destinación en la materia icónica y fotográfica (*y te hablo a ti*). El conjunto simula un contacto directo, un vínculo interpersonal. Sobre el cuadrante superior izquierdo, con el *topic* de "Bienvenida" unas líneas afirman:

"Soy escritor, periodista y docente. Bienvenidos a Perspectivas. Aquí los lectores encontrarán trabajos dirigidos a analizar distintos escenarios de la realidad nacional y mundial, en una ecuación que tratará de proveer una visión objetiva -lo que no significa que sea imparcial- de los diversos hechos que se ventilan en el ámbito de la política y la cultura. Cordialmente. Enrique Lacolla" (EL.0)



En el texto de bienvenida del sitio PERSPECTIVAS, el enunciador se configura en primer lugar como escritor y luego como periodista y docente. El uso de la primera persona del singular presenta un *êthos* fuerte en la imagen de sí, que apela directamente al destinatario, y autoriza simultáneamente la emergencia de la subjetividad. Este *êthos* es intelectual y se inscribe en un dispositivo paradójico: caracterizado por la complementariedad, pues el docente y escritor ostenta un saber del que carece el *lector*, pero a la vez simétrico: por el contacto visual, el rasgo de enunciación subjetiva, el anuncio de la inauguración de un vínculo (*Bienvenida*) y la simulación de un género epistolar (con el canónico remate *Cordialmente*) que parece consolidar el vínculo yo-tu (singular). Este *tú singular* (que interpela a quien navega en ese momento) no es el único: el blog se destina también a un colectivo imaginario (*los lectores*), que aparece directamente interpelado.

En el margen superior, una pestaña con el nombre propio remite a una ventana que muestra otra foto en primerísimo primer plano del autor sonriente, y a continuación puede leerse su *curriculum* abreviado en donde enunciador se exhibe como escritor, periodista y docente. Ofrece un listado con 7 libros publicados de su autoría; y los premios recibidos tanto por su labor en la literatura como en el periodismo. Esta paradoja se explica por el criterio de legitimación intelectual: un periodista a la antigua usanza (vinculado a la cultura escrita, los libros, la investigación en profundidad) en nuevos soportes digitales.

Podemos encontrar la misma estrategia, por ejemplo, en el Blog de Carreras (“Un periodista dice”) la pestaña del perfil que se nomina como “Historia”, agrega contenidos referidos a su trayectoria personal en la profesión:

“Soy periodista. Escribo en el diario La Voz del Interior y revista El Sur. Publiqué los libros La sagrada familia, El reino de los Juárez, Los niños de hielo y Turistas espirituales. Gran lector. Recibí los premios MariaMoors Cabot, SIP y Herald. Soy profesor de Investigación Periodística. Contacto: sergiocarreras@gmail.com” (SC.0)

Aquí, colocándose en primera persona, el enunciador se define por su hacer profesional, es decir, su lugar enunciativo se construye desde la posición de periodista: “Soy periodista”. Esto produce un efecto de sentido que tiende a legitimar su enunciación, a colocar su decir como palabra legítima. El periodista es quien tiene autoridad para proclamar y argumentar con conocimiento de causa. La construcción del saber del enunciador remite tanto a la carrera profesional específica como a otras actividades intelectuales complementarias. Se exhiben, en este caso, enfáticamente, las actividades de escritura y lectura: enumeración de la obra, *Gran lector*. El uso constante de la primera persona define un texto de un alto grado de subjetividad, bastante más centrado en el *yo enunciador*. En este caso, la instancia de enunciación aparece desdibujada.

A su vez, en el blog homónimo de Mariano Saravia el enunciador discursivo define su identidad virtual en este mismo sentido, pero a partir de una tercera persona que lo configura como personaje: “*“Mariano Saravia es periodista...”* seleccionando algunos atributos referidos a la profesión de periodista, a su formación académica y al reconocimiento externo que lo avala.



Presentación de Mariano Saravia en el blog homónimo. (MS.0)

Estos rasgos se estructuran en la conformación de un *êthos* múltiple, que se expresa conjugado en tercera persona, lo que permite inferir una estrategia de objetividad e imparcialidad en lo dicho; es un observador (ni tú, ni yo) que habla sobre el periodista, y dice: “*Mariano Saravia es periodista, escritor, docente universitario y*

conferencista. Sus especialidades son la política internacional, el periodismo histórico y los derechos humanos". (MS.0)

La foto establece un contacto inicial a partir del gesto interpelativo, desde un escenario vernáculo (La Cañada) que favorece la construcción de cierta complicidad con el destinatario, huella también de condiciones de producción específicas del saber periodístico que se ofrece (desde Córdoba).

La primera fotografía está compuesta de acuerdo a la regla de la mirada, dado que establece el espacio necesario que lo separa de la cámara, para que el sujeto "mire", y consigue darle fuerza expresiva al personaje que aparece en la imagen. La fotografía dota de interés la acción que hace el periodista: la acción de mirar (nos). Saravia mira directamente a cámara, y en la imagen resultante se está relacionando, con las personas que van a ver esa imagen, poniéndolas en su lugar. Cuando el personaje mira fijamente el destinatario deja de ser un espectador externo para pasar a formar parte de la trama. Saravia con la mirada directa a cámara interpela a aquel que ve la foto y le dice "hola, sé que me estás viendo, yo también te estoy viendo a vos". A la vez que se presenta a sí mismo, en el mismo acto involucra en la escena al lector/usuario de su sitio.

Entonces vemos que en el sitio web el enunciador se presenta a sí mismo utilizando recursos textuales que integran elementos lingüísticos (que identificamos como *Texto*) y paralingüísticos (Fotografías, gráficos, ilustraciones, imágenes).

En la primera opción discursiva, decíamos que aparece la voz objetiva de la tercera persona que permite al destinatario abstraerse de consideraciones subjetivas y centrarse en la imparcialidad de la enunciación que describe el perfil del periodista; mientras que en la dimensión icónica de las fotografías la presentación se hace desde la primera persona con la mirada directa al destinatario.

Ahora bien, entre los recursos paralingüísticos que acompañan su presentación aparece otra fotografía: en acción en el estudio de lo que parece una emisora radial -y que se despliega al cliquear el perfil completo del periodista-, la imagen en primer plano lo muestra activo en su lugar de trabajo, pero en la acción mira algo que se encuentra fuera del encuadre. Su mirada esta levemente dirigida hacia un tercero, mostrando una actitud concentrada, sus ojos expresan la idea de un sujeto que está

escuchando algo con atención en un impase de su salida al aire. Como en los blogs anteriores, la jerarquización significativa de las fotos de los rostros contribuye a la identificación singular de una función-autor. Estos soportes tienen una nominación general (por ejemplo, *Perspectivas*) pero ésta queda desdibujada frente a la singularidad del personaje retratado en primer plano, él mismo (y no una institución) inicia el contacto, convoca, promete, interpela, augura un cierto “contrato de lectura”, y luego pone en escena sus capitales simbólicos personales (su trayectoria, formación académica, libros publicados, CVs, etc.) como garantías de credibilidad y legitimación. Es decir, en todos los planos, hay la configuración de un *yo-autor-periodista*, que ostenta un saber diferenciado y una profesión particular.

De igual modo, ocurre en el discurso de presentación de Claudio Fantini, en el que se lo define como *político y periodista*. Construye su yo experto nominándose “licenciado”. Destaca su trayectoria profesional como columnista y analista internacional: nuevamente, los capitales académicos consolidan y confirman el saber periodístico, su estatus de decir verdadero.

“ACERCA DEL AUTOR: Lic. Claudio Fantini, político y periodista”. (CF.0)



Printed de pantalla de la presentación del Blog de Claudio Fantini. (CF.0)

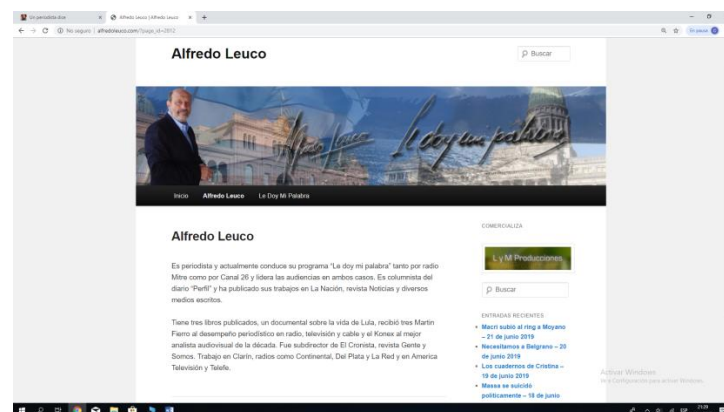
Reproduce su *êthos* previo que le asigna su lugar y su papel en la sociedad. Refiere a los medios institucionales a nivel nacional e internacional en que ha forjado su trayectoria. El “autor” se presenta tanto interpelando al destinatario en la foto central, como personaje en acción en las fotos laterales.

Como profesor y mentor de una carrera universitaria, así despliega su *êthos* académico. Y se presenta a sí mismo como un intelectual, autor de numerosos libros

sobre su especialización. Hay valoraciones explícitas (dichas por un enunciador objetivo): *“Es uno de los analistas internacionales más consultados por los medios de prensa cuando grandes acontecimientos ocurren en el mundo”*. En relación a los otros blogs, resulta el más apologético, si se consideran la cantidad de subjetivemas valorizantes (axiológicos positivos) que enaltecen al “autor” y lo colocan como depositario de un saber de vasto alcance y precisión. Procura ser el menos subjetivo: el género apologético –para lograr credibilidad- está necesariamente a cargo de una tercera persona, de un no-yo.

Un tono de “currículum vitae” literal y metafórico acompaña estas aperturas. En efecto, las “carreras de la vida” de cada uno se exponen seleccionadas y jerarquizadas como marcas diferenciadoras del soporte, e invocan semánticamente a la trayectoria singular, la acumulación académica y los trayectos de trabajo.

Esta misma característica se observa en el sitio de Alfredo Leuco *“Le doy mi palabra”*, cuando al clicar la pestaña con el nombre del periodista, aparece su biografía: *“Alfredo Leuco es periodista y actualmente conduce...”* y luego se agrega: *“Es periodista, es cronista, es columnista, es analista audiovisual...”*. (AL.0)



Página de Inicio del Blog Le doy mi Palabra de Alfredo Leuco. (AL.0)

En la enumeración de las funciones desempeñadas se va proyectando su *êthos* profesional, que predomina por sobre las referencias académicas o la producción escrita. Estas referencias son puestas en discurso para dar cuenta de un *êthos* previo forjado a lo largo de *“más de 30 años de experiencia como periodista”*. El *êthos* previo funciona como reputación del autor para legitimar la credibilidad de su opinión en las columnas y trabajos como editorialista.

a) *El saber legitimado*

En enunciadador posicionado como periodista, fortalece su *êthos*, buscando la legitimación por asociación con otros campos del saber “verdadero” como el científico o el académico, por un lado; y la presencia de antecedentes tales como el reconocimiento público cristalizado en la premiación u otorgamiento de distinciones a su labor, la publicación de libros de su autoría, la participación en conferencias, paneles y/o dictado de cursos, por otro.

Por ejemplo, en el sitio de Leuco se enuncia su *êthos* previo, expresando: “*Fue triplemente premiado por su labor periodística y es autor de tres libros*”. (AL.0)

De este modo, estar en los medios, recibir premios y publicar libros son acciones que vinculadas a los estereotipos sociales de *ser exitoso* (alguien que ha triunfado, por ser el “*mejor analista audiovisual de la década*”; por eso está en los medios, porque ve y dice lo que la mayoría no puede); *ser premiado* (solo alguien que se destaca de la media de su tipo es susceptible del reconocimiento), *tener/ser autoridad* (la autoría de los libros acreditan el prestigio, atestiguan la valía del sujeto como poseedor del saber).

En relación a estos ámbitos de legitimación y autoridad discursiva, el *êthos* de Saravia, por ejemplo, se configura como “*periodista, escritor, docente universitario y conferencista*”. Una vez más, ser escritor, intervenir en la comunidad académica como profesor y ser reconocido por la opinión pública a través de eventos como conferencias, publicaciones, son atributos que parecen fortalecer el *êthos* de periodista. En algunos casos, el enunciadador se configura desde el valor simbólico de los productos de la cultura escrita.

En este sentido, Lacolla recupera su *êthos* previo que se fortalece en la enunciación de las organizaciones de la sociedad que legitiman su saber y el valor profesional, por ejemplo, cuando en la página de presentación -en el botón “Enrique Lacolla”- se despliega un listado de 8 libros⁸⁷ publicados de su autoría, seis de ellos anteriores al uso del blog personal. Y dice:

“Galardonado en el año 2005 con el Premio Consagración Letras de Córdoba, la más alta distinción que otorga la Provincia al mérito literario”; “Receptor,

⁸⁷ Cine épico e Historia (1970); El oficio de ver (1998); Contra el viento (2002); El cine en su época (2003); El siglo violento (2005); Apuntes de Ruta (2006); Después de hora (Apuntes de Ruta II - 2012); La Fractura (2014).

en 2012, del Premio "Oscar Garat", otorgado por la Escuela de Ciencias de la Información de la Facultad de Derecho de la UNC, a la Trayectoria, Excelencia y Compromiso con el Periodismo". (EL.0)

Bajo la nominación "Premios", se describen dos galardones que hacen a la trayectoria y reconocimiento público, haciendo jugar el *êthos* institucional que le aportan al enunciador las entidades que lo han distinguido, o sea, la Universidad Nacional de Córdoba y el Gobierno de la Provincia de Córdoba.

Encontramos que en la enunciación se presenta lo que considera su *êthos* previo, esa imagen de autor construida por el periodista en función de su estatus, de su reputación o de su decir anterior. Cuando su discurso es actualizado e interpretado por un lector, el *êthos* previo se reformula en el discurso actual. Aquí aparecen los estereotipos profesionales y la imagen pública que recupera la reputación personal y orienta la forma en que se percibe al autor en el poder de su enunciado.

En este sentido, se recupera el *êthos* previo del periodista, por ejemplo, en la pestaña con el nombre propio *Enrique Lacolla* por la que se accede a un listado de 8 libros⁸⁸ publicados de su autoría, seis de ellos anteriores al uso del blog personal.

Como prueba de legitimación del saber del enunciador, se publican como noticia diversos eventos donde el periodista pasa de ser el facilitador de la información al personaje central. Es decir, el enunciador se autoconstruye en un hecho noticiable, posteando entrevistas que le han realizado colegas de otros medios, conferencias donde se posiciona como el referente expositor, etc.

Por ejemplo, Mariano Saravia promociona los eventos culturales en los que es la figura principal: "*Periodista de Política Internacional y autor de más de 10 libros, Saravia comenta que la propuesta incluye "un viaje colectivo. ..."* (MS.3); o se promocionan charlas y cursos; del mismo modo, Claudio Fantini se presenta a sí mismo como conferenciante. Por ejemplo, cuando reproduce una entrevista que le hacen en otro medio y el título del post vende su presentación con la etiqueta conferencias: "*CLAUDIO*

⁸⁸ Cine épico e Historia (1970); El oficio de ver (1998); Contra el viento (2002); El cine en su época (2003); El siglo violento (2005); Apuntes de Ruta (2006); Después de hora (Apuntes de Ruta II - 2012); La Fractura (2014).

FANTINI SE PRESENTA ESTE MIÉRCOLES EN LA FERIA DEL LIBRO DE LA CIUDAD DE LA COSTA". (CF. 6).

b) El expertiz

Desde su lugar de enunciación se definen y caracterizan a sí mismos como expertos en determinadas áreas temáticas dentro del campo periodístico (política, economía, cultura, etc.). Además, de las especializaciones por áreas de conocimiento específico, en ocasiones los periodistas se enuncian como especialistas en alguno de los géneros del discurso periodístico: informativos, de interpretación y de opinión (Alsina, 1989).

Sergio Carreras lo hace en *"Investigación periodística"*, aunque como veremos más adelante, también se promociona como cronista destacado. En el caso de Saravia, sus áreas de incumbencia se definen también en la presentación: *"Sus especialidades son la política internacional, el periodismo histórico y los derechos humanos"*.

Es posible afirmar que estas referencias temáticas recurren a rubros del periodismo clásico y gráfico (entendidos como secciones que durante décadas fueron capaces de organizar las áreas temáticas que constituían *el mundo informado*), y que incluso al referir a las "noticias duras" contrastan con las tendencias más sensacionalistas.

La promesa del contrato es el abordaje de estas áreas en profundidad y extensión: se configura así desde el primer tramo del trayecto un destinatario interesado en estas temáticas, y dispuesto a una lectura quizás análoga a la de los libros en la calidad de su saber, pero esta vez disputa en nuevas materias significantes. Centrados en el yo o en su saber, esta enunciación se muestra, en principio, muy complementaria y escasamente interactiva.

Entonces, decimos que los discursos de los periodistas en sus sitios personales replican la estrategia a través de la cual se dan a conocer desde lo que consideran su *êthos* especialista en determinadas temáticas, su yo experto en investigación periodística, su *êthos* cronista y testigo del acontecer; su yo crítico e intelectual.

Por ejemplo, donde el enunciador construye un *êthos* experto de escritor, de periodista-escritor. Cuando nos cuenta *"Publiqué los libros..."* nos informa que es periodista, pero no sólo de oficio. Además, reviste el status de intelectual (*"Recibí los*

premios...”; “Soy profesor de Investigación Periodística”) y la academia legitima la autoridad del enunciador en su experticia.

El papel que por lo general cumplen las colaboraciones periodísticas de los escritores en los periódicos, son asimilables a la de un intelectual de quien se espera una intervención en el debate público, una interpelación crítica con un plus al de las noticias de mesa.

A su vez, en el blog de Saravia, el discurso construye un perfil de profesional especializado: el periodismo histórico y de Derechos humanos. Esta definición revela un posicionamiento del yo profesional que se verá fortalecido a lo largo de sus publicaciones y posteos. Es la antesala para exhibir su *êthos* militante comprometido con los valores de la patria grande latinoamericana, como veremos expuesto y amplificado más adelante.

El texto destaca su formación universitaria, y deja de manifiesto que no es un idóneo o un periodista de oficio (*“Hizo su carrera universitaria en la Universidad Nacional de Córdoba”*). Además, nos dice que cuenta con una sólida formación académica (*Tiene una maestría en Relaciones Internacionales (...) realizó estudios en Italia, Alemania, Irlanda, Reino Unido, País Vasco, Polonia, Israel, Canadá, Estados Unidos y Brasil*). Además, el autor cimienta su *êthos* académico reconocido internacionalmente cuando ostenta que *“es profesor titular (...) de la Universidad Católica de Córdoba (...) Es profesor invitado de la Universidad Nacional de Río Cuarto, de Villa María y (...) de la Universidad de Wisconsin-Green Bay y del Boston College de Estados Unidos”*.

Así, el enunciador se presenta como periodista formado y especializado en política internacional, periodismo histórico y derechos humanos. Explicita su posicionamiento ideológico y político destacando el *êthos* de periodista militante, y en este sentido, explicita las causas que defiende:

“Es un defensor del proceso de integración regional sudamericano. También es un militante por el reconocimiento del Genocidio Armenio (...) es también un militante por la independencia de la Guayana, (...) es representante internacional del Movimiento de Descolonización y Emancipación Social de la Guayana”.

El enunciador va conformando un *êthos* patriota cuando se manifiesta como defensor de causas justas; es un militante, un libertario, un justiciero, emancipador, anticolonialista. Se ubica en un contexto políticamente definido, nacional y latinoamericano; describe el pasado y el presente como un conjunto de luchas en relación a las cuales él ha tomado posición. El objeto de mayor valor no es la verdad neutra y universal sino la acción política contextualizada y “popular”. Él defiende a las minorías, está del lado de los oprimidos, de los comunes. Es un hombre justo.

También, entre los rasgos que destaca como propios sobresale el de ser “*un gran conocedor de Suramérica y de los procesos políticos actuales*”. Aquí Saravia proyecta la imagen de un periodista militante, formado y crítico pero que tiene trabajo de campo, que conoce el territorio (*Ha viajado por gran parte de Europa, África, Asia y las tres Américas.*); él no es un intelectual de escritorio ni un periodista de mesa. Esta dimensión de su identidad está respaldada una vez más por el reconocimiento externo que le otorga legitimidad a sus afirmaciones.

Así, como prueba de su experticia dice que: “*Ha sido invitado a disertar en la mayoría de los países sudamericanos, sobre todo en Venezuela, Ecuador, Brasil y Bolivia*”. Saravia nos dice que no es un periodista de asuntos internacionales más; su saber y su mirada certera de los procesos políticos esta férreamente demostrada por el reconocimiento externo (“*Sus artículos y ensayos han sido publicados en publicaciones de Argentina y el exterior*”).

En este sentido, destaca que “*ha asesorado al presidente boliviano Evo Morales*”. Un conjunto de predicados valorativos en lo axiológico presenta un carácter explícitamente político, marcando positivamente componentes discursivos análogos a las formaciones discursivas nacionales y populares: se configura así un *ethos* de “periodista de izquierda”, “militante” que además es consultado por el presidente boliviano. Evo Morales es reconocido por su imagen de líder socialista y asociado a la lucha de los trabajadores, los sectores populares y los pueblos originarios reivindicados por primera vez con un mandato de un descendiente aborigen en Bolivia.

Al mencionar esta estrecha relación con Evo, Saravia exhibe el vínculo de confianza que el presidente Morales mantiene con él. Con este dato el periodista potencia la construcción de su *êthos* conocedor, militante, aportando una prueba de autoridad sobre su experticia: por un lado, el reconocimiento del presidente boliviano

a su saber y, por otro, la influencia potencial de los aportes valiosos de Saravia en la gestión y decisiones políticas del presidente Morales. Un ethos militante se configura como un ethos de saber (en relación a una cierta tradición política en nuestro país, pero también configura un sujeto de hacer.

c) La trayectoria puesta en valor

En el discurso periodístico el enunciador -en su posición de periodista-, apela a la influencia de su *êthos* previo, referenciándolo con la idea de ser un profesional, un periodista reconocido por su valor en determinados medios institucionales que lo incluyen en su staff, narrativizando su trayectoria en ellos, o compartiendo a través de links sus producciones en estos otros medios y soportes. De hecho, una de las propiedades ostentadas es la capacidad de escritura en diversos géneros: medios, libros, academia.

Así, vemos en el Sitio de Carreras que la presentación en singular destaca la pertenencia al staff del principal periódico de Córdoba: “*Escribo en el diario La Voz del Interior*”. Podemos observar que el *êthos* de Carreras se pone en relación con la imagen institucional del medio incluyéndolo en la proyección de la propia imagen. Presume en la exposición de una reputación, de un prestigio que le añade el Diario.

A su vez, en el discurso de Lacolla el enunciador a través del pasado que ostenta, nos habla de la existencia de un *êthos* previo muy fuerte construido a través de su trayectoria (re)conocida por un segmento de lectores definido⁸⁹. La selección cuidadosa en su perfil profesional en la que se caracteriza como *escritor, periodista y docente*, refiere de sus competencias y un *êthos* de intelectual, del valor de su palabra y la honestidad de pensamiento forjando un *êthos* de justiciero; y de la riqueza de su opinión en su *êthos* de periodista. Todos ellos conforman atributos de identidad que componen la presentación de sí mismo.

⁸⁹En el caso de Enrique Lacolla, la desvinculación con el periódico La Voz opera por defecto. Por ejemplo, Lacolla inauguró su blog en el año 2007 cuando publicó la primera nota sobre cine. En el año 2008 fue alejado del diario La Voz, que había entrado a formar parte del grupo Clarín, por discrepancias en torno a la postura del órgano de prensa durante el bloqueo patronal agropecuario. A partir de ese año, comenzó a publicar periódicamente sus columnas de opinión sobre política, historia, Cultura, medios y sociedad, lo que marca una bisagra en su posicionamiento respecto al *êthos* previo institucional que lo coloca como crítico a la línea editorial del diario.

Como veremos más adelante, las características de conformación de este *êthos* proyectado se verán en las marcas de identidad alojadas en sus posteos. En ese sentido, En cuanto a la relación enunciador / destinatario y las competencias de interpretación del destinatario, encontramos que Lacolla presenta lo que considera su *êthos* previo, esa imagen construida por el periodista en función de su estatus, de su reputación o de su decir anterior. Cuando su discurso es actualizado e interpretado por un lector, el *êthos* previo se reformula en el discurso actual.

Aquí aparecen los estereotipos profesionales y la imagen pública que recupera la reputación personal y orienta la forma en que se percibe al autor en el poder de su enunciado.

En la presentación del blog de Mariano Saravia, el empleo de tercera persona permite que la acción del enunciado provenga de un narrador que no está involucrado en lo que describe:

“Mariano Saravia es periodista, escritor, docente universitario y conferencista. Sus especialidades son la política internacional, el periodismo histórico y los derechos humanos”. (MS.0)

En este caso se referencia en un enunciador omnisciente: el que lo ve y lo sabe todo. Este recurso provee un plus de neutralidad y objetividad al relato y a la proyección de *êthos* en el blog.

Así, nos hace saber que es periodista profesional, destacando los medios donde trabaja el periodista y poniendo de manifiesto la trayectoria que sustenta un *êthos* previo (o prediscursivo) asociado a medios reconocidos, ligados a un perfil crítico y pensamiento de centroizquierda (como por ejemplo *“la Revista Veintitrés”*⁹⁰); y las emisoras universitarias de los SRT (servicios de radio y televisión de la Universidad Nacional de Córdoba) así como la histórica *Radio Del Plata*⁹¹ una FM de prestigio en Capital Federal que ostenta una línea editorial divergente, analítica.

⁹⁰ En su Editorial la Revista Veintitrés se define como “información precisa sin perder la mirada crítica”. <https://www.veintitres.com.ar/>

⁹¹ La emisora Radio Del Plata, perteneciente a Electroingeniería, una corporación que invirtió en los medios de comunicación durante la década del gobierno kirchnerista con la idea de cimentar una contra hegemonía al grupo mediático-monopólico Clarín en Argentina.

Asimismo, el Blog de Leuco, Al clicar la pestaña con su nombre, aparece su biografía.

Alfredo Leuco

Es periodista y actualmente conduce su programa “Le doy mi palabra” tanto por radio Mitre como por Canal 26 y lidera las audiencias en ambos casos. Es columnista del diario “Perfil” y ha publicado sus trabajos en La Nación, revista Noticias y diversos medios escritos.

Tiene tres libros publicados, un documental sobre la vida de Lula, recibió tres Martín Fierro al desempeño periodístico en radio, televisión y cable y el Konex al mejor analista audiovisual de la década. Fue subdirector de El Cronista, revista Gente y Somos. Trabajo en Clarín, radios como Continental, Del Plata y La Red y en América Televisión y Telefe.

Como parte de la presentación de sí, usa la tercera persona para exponer los atributos de lo que considera su *êthos* previo (premios, libros publicados) sumado al *êthos* institucional actual (los medios tradicionales donde ejerce su oficio). La estrategia de la voz en tercera persona (tal como el estilo de la solapa en los libros) otorga neutralidad y pretensión de verdad al enunciado que nos ofrece la información sobre quién es el autor del Blog.

Si tenemos en cuenta la intervención modalizante del sujeto, el modo de la aserción es constativo y las afirmaciones aparecen neutrales, en presente: “*Es periodista, es cronista, es columnista, es analista audiovisual...*”, en la enumeración de las funciones desempeñadas va presentando lo que considera su trayectoria destacada poniendo en valor su *êthos* profesional.

En todos los blogs, entonces, existe un predominio de la función-autor como garantía del decir periodístico, una exhibición del yo-productor y su “carrera de vida”, en la que convergen tanto la materia icónica como la lingüística, aunque con diferentes niveles de subjetividad en la enunciación y con estrategias particulares y heterogéneas de revalorización de ciertos capitales previos.

Cada blog es el momento presente, entonces, capaz de condensar los valores de la trayectoria (pasada) de cada autor.

e) La ética periodística

En la proyección de una identidad virtual, identificamos como rasgo común la relación del *êthos* de periodista vinculado a la idea de justicia, a ser portavoz de verdad, o sea, siempre relacionado a la ética periodística canónica. La profesión está teñida de un imaginario que supone que los periodistas están comprometidos a buscar la verdad, a resguardar su independencia y a dar un tratamiento honesto a la información.

Además, la figura del periodista profesional está asociada a alguien que no debe abandonar el rigor y la precisión en el manejo de datos con el objetivo de ofrecer una información veraz, sin lugar a la distorsión deliberada. Sobre este tema hablamos cuando abordamos la borratura enunciativa y las tensiones propias del discurso periodístico.

En este mismo sentido, observamos que en el discurso la posición de enunciación se configura desde este lugar ético, configurado por numerosas valoraciones axiológicas, y del orden del deber ser y lo deóntico. Por ejemplo, en el Blog de Lacolla en la Bienvenida se hace referencia a los fines que persigue el autor del sitio: *Ofrecer una visión objetiva en el análisis de los hechos políticos y culturales; siempre desde la mirada "objetiva, pero no imparcial" del autor.*

En esta declaración hay una fuerte definición de su *êthos* asociado a las emblemáticas figuras de Rodolfo Walsh y Jorge Masetti, referentes de una generación que los identifica como los periodistas que estuvieron en la cobertura de la revolución cubana y como críticos luchadores contra la dictadura militar argentina. Evoca la frase que se hizo célebre “Nosotros somos objetivos, pero no imparciales porque no se puede ser imparcial entre el bien y entre el mal” pronunciada por Masetti en entrevistas realizadas desde La Habana.

Por tanto, existe un imaginario del periodista que con su libreta de apuntes hace un periodismo en el que lo que prima siempre es el dato y la profesionalidad. El *êthos* de Lacolla se fortalece en la idea del periodista riguroso, que tiene que ser objetivo y basarse en datos, pero sí tomar posición. El *êthos* de justiciero vuelve a asomar una vez más. Un componente moral, tal como ha sido tematizado en la producción gráfica, particularmente, viene a consolidar el saber experto.

Aquí el autor refuerza la imagen de sí vinculada a un *êthos* de intelectual comprometido con la objetividad y la búsqueda de la verdad de los hechos. Un *êthos* que supone la posibilidad de la transparencia, del periodista como nexo que permite la conectividad entre la realidad y el receptor de las comunicaciones. Periodismo que promete un reflejo de la realidad.

Asimismo, también como motivos intrínsecos a la presentación de sí que realiza Lacolla, podemos pensar que existe una necesidad de ampliar su público lector/seguidor a partir de las modificaciones en el consumo de medios de las audiencias jóvenes, sumado a su desvinculación del medio gráfico tradicional en el que desarrolló su reputación personal.

Además, observamos que *el periodismo, los periodistas y los medios* son un tema en sí mismo, que es abordado específicamente como un *topoi* en las publicaciones, o bien, aparece como subtema que transgrede la trama de otros contenidos informativos. Por ejemplo, en el post “Delicias del periodismo” Carreras publica:

“Este oficio es un abre puertas a jardines ajenos, a intimidades extrañas, a mundos que laten al lado nuestro y que ignoramos hasta el instante mismo en que nos invitan a entrar y conocerlos”. (SC.3)

O en el caso de Fantini, en la publicación “Los rostros de la Censura” quien refiere a hechos de censura en los medios durante el gobierno de Cristina Kirchner, y dice:

“Quizá nunca se sabrá con certeza lo ocurrido en el espacio que conduce Marcelo Longobardi, un periodista crítico y con gran audiencia. Si la abrupta salida del aire fue por sobrepasar su horario, como explicó Hadad (...)” (CF.2)

En el posteo “No puedo decir nada” Carreras publica:

“Esta mañana me enteré de algo que va a explotar en los medios cordobeses, posiblemente la semana que viene. No puedo dar detalles (me hicieron jurar que no lo diría), pero se trata de algo que tal vez deje un poco mal parados a varios informativos. Tiene que ver directamente con cómo se chequean los temas antes de mandarlos al aire. Y, lamentablemente, esto es todo lo que puedo decir”. (SC.2)

El enunciador apela a un destinatario cómplice, amigo, cercano al que le acerca la primicia; porque el enunciador se configura como experto, quien accede a “buenas” fuentes; eso lo hace diferente a los otros de su clase: *“Esta mañana me enteré de algo que va a explotar en los medios cordobeses, posiblemente la semana que viene”*. Por otro lado, exhibe una ética autónoma, configurando un enunciador con gran poder, saber y querer: una especie de héroe no subordinado al campo menos ético de los “medios de comunicación”.

Construye cierta complicidad con el destinatario: te cuento un secreto, te digo el pecado, pero no el pecador... te voy anticipando sobre algo que va explotar!, aquí el autor comparte un *off de record* con sus seguidores, refuerza su *éthos* de autenticidad, de periodista legitimado por sus procedimientos, su ética, sus fuentes confiables—todos atributos que refuerzan el estereotipo del buen periodista. Esta imagen lo distingue de los “otros” y habla del periodista que aparece como el que crea la “primicia” o trae una información exclusiva.

Dice: *“No puedo dar detalles (me hicieron jurar que no lo diría) ...”* ¿quiénes lo hicieron jurar? ¿quiénes son ellos? *“Se trata de algo que tal vez deje un poco mal parados a varios informativos”*. Carreras dice de sí: Yo no soy como ellos (los otros periodistas, los de la tele, los que no chequean fuentes, lo mandan al aire cualquier cosa); y sigue: *“Tiene que ver directamente con cómo se chequean los temas antes de mandarlos al aire”*. En esta pareja axiológica *ellos-yo* la instancia mediática colectiva e institucional local (“los medios cordobeses”) quedan en conjunto asociados a una falta de ética y de reparo, a una ausencia de verdad plena, respecto a la cual el *yo* aparece como un resguardo, como un garante. Todas las desvalorizaciones axiológicas van para los medios, mientras que el autor, y por lo tanto el blog, aparecen como los verdaderamente vinculados a valores. Configurando su capacidad de decir-verdad (frente a un sistema al que configura como corrupto) el periodista construye la diferencia que lo hace competitivo y a la vez especifica los valores singulares que caracterizan de modo valorizante al nuevo soporte (el blog, este blog).

Carreras reafirma el *éthos* de periodista en contraposición a los otros (seudo o malos) periodistas: yo soy un periodista de investigación, yo soy un periodista en serio, yo te digo lo que pasa en realidad, yo soy creíble, confiable, etc.

En igual sentido, podemos ver que, en el sitio de Leuco, el lema es "*le doy mi palabra*". Aquí en la enunciación se hace uso de un eufemismo a través del cual asoma el sujeto, a través de un acto perlocutivo fuerte, como es la promesa. Corresponde a una de las expresiones propias de nuestro idioma. La expresión no tiene un sentido literal sino como una frase hecha que adquiere su significado en el contexto del lenguaje popular muy arraigada.

Le doy mi palabra es una metáfora cristalizada que refiere al compromiso con la verdad y al valor de lo dicho, de la palabra empeñada. Como parte del imaginario cultural, existe la creencia de la pérdida del valor de la palabra como garantía de la verdad en el mundo moderno. Inscribiremos a un juicio preconstruido (Pecheux, 1975:88-89) en el que "dar la palabra", "empeñar la palabra", es dar la seguridad de que el compromiso contraído será cumplido en tiempo y en forma.

Este elemento no está afirmado por el sujeto enunciador, sin embargo, funciona para la presentación de sí. Leuco dice: "Le doy mi palabra" a usted, entablando una relacional de proximidad, de confianza, de intimidad, de él con el otro (el lector). La promesa es, por definición, interpelativa: se promete *a alguien, frente a alguien*. Con tono campechano y lenguaje cuasi coloquial le habla al otro, que identifica como al pueblo (lector/pueblo), desde la honestidad de un par, de un igual, de un argentino, de un compatriota.

A su vez, este *êthos* se instala en el discurso articulando elementos lingüísticos y paralingüísticos: una composición en collage de su figura en plano medio yuxtapuesta a las fotografías sobreimpresas del Congreso, la Casa Rosada (sede del gobierno nacional) y la bandera argentina, sellando el cuadro su rúbrica personal a mano alzada, que permite leer claramente su nombre: "Alfredo Leuco". Aquí el enunciador remite a un decir "yo soy patriota, defendiendo los intereses nacionales"; sumado a que aparece en un decorado de emblemas e insignias patrias que lo enmarcan: el edificio del Congreso, la Casa Rosada (sede de gobierno) y la bandera nacional.

Por tanto, encontramos continuidades en la proyección del *êthos* discursivo en el inicio del sitio en todos los casos estudiados; se destacan los antecedentes profesionales, la formación académica, la valoración institucional a partir de premios o menciones del enunciador. En la construcción de la imagen de Enrique Lacolla, Mariano Saravia, Alfredo Leuco, Claudio Fantini y Sergio Carreras interviene una

referencia explícita al *êthos* institucional de los medios en los que trabajan o han trabajado, y a los cuales remiten sistemáticamente en sus blogs.

Los discursos de presentación en todos los casos remiten al respaldo y la legitimidad concedida por las empresas periodísticas con las que mantienen una vinculación institucional: Radio Mitre AM 790 y TN Todo Noticias en el caso de Alfredo Leuco; Radio 102.3 FM de los SRT, Radio Universidad AM 580, Radio Del Plata, Buenos Aires, Revista Veintitrés y Diario La Mañana de Córdoba, en Mariano Saravia; Fantini explicita intervenciones como columnista en Radio Mitre, Revista Noticias, Diario El País de Montevideo, Canal 12 y Cadena 3; y Carreras refiere al diario La Voz y Revista El Sur. Esto contribuye a la diferencia en la “zona de competencia directa”: en el universo emergente de los blogs, existe el blog específicamente periodístico. Además, alude a su bagaje académico e intelectual al hacer referencia explícita a sus antecedentes en la docencia universitaria, por ejemplo, su participación en paneles, o su autoría en la publicación de libros.

Asimismo, vemos como el periodista inserto en el sistema de medios, ya ha sido seleccionado por un número de destinatarios que forman una comunidad intelectual y comparten, en buena medida, sus perspectivas políticas y puntos de vista.

En cuanto a los rasgos de tipo temático (una de las variables que junto con los aspectos retóricos y enunciativos nos permite caracterizar a un género discursivo y diferenciarlo de otros), encontramos que en los blogs estudiados se tematizan de manera recurrente tópicos sobre el periodismo y los periodistas. El enunciador sienta posición y pronuncia una mirada crítica hacia la profesión, mixturada entre las secciones -áreas temáticas- y los contenidos propios de la actualidad que aborda el blog. Por ejemplo, veamos puntualmente como se configura en estos fragmentos discursivos del corpus estudiado:

“El suceso de la interrupción de un programa periodístico, en el momento en que criticaba duramente al gobierno...” (...) “Esa parcialidad tan recurrente en la prensa crítica se equilibra con el oficialismo de los otros medios ...” (CF.2)
“Tomás Eloy fue uno de los más grandes periodistas argentinos y uno de los escritores más potentes y extraordinarios que dio esta tierra. (...) “Estamos transitando momentos difíciles para ejercer el periodismo independiente. Las

profundas convicciones de Tomás Eloy Martínez nos pueden servir como estandarte” (AL.3)

“Pensé que es una de las particularidades de calle de este oficio: a lo largo de años de trabajo entramos a cientos o miles de casas, oficinas, estudios, lugares de trabajo de personas desconocida” Delicias del Periodismo. (SC.3)

“Durante mucho tiempo se ha llamado a la prensa el Cuarto Poder, queriendo significar con esto...” (EL.5)

“La necesidad de sostener la libertad de expresión y de garantizar, desde las instituciones, la seguridad de los periodistas, fiscales y jueces que se abocan a tratar el difícil tema del tráfico, debe ser una demanda de la sociedad toda. (...) En este sentido la seguridad y las garantías que puedan prodigarse a periodistas como Tomás Méndez cobran un valor decisivo”. (EL.3)

Vemos que como característica específica de este género además de las temáticas tradicionales del periodismo como opiniones sobre política, cultura, sociedad, economía, etc., aparece la experiencia personal en el oficio, el propio periodismo y los medios de comunicación en la cibercultura como temas de reflexión en sí mismos.

“Por ahora, estoy lejos de alcanzar la buena calidad de presentación de los blogs de los colegas españoles de Bitácoras o de los estadounidenses reunidos en CyberJournalist.net. Recién estoy aprendiendo a colgar una simple foto... Como sea, considérese esto una formal presentación”. (SC.1)

“La comunicación digital, la instantaneidad con que se difunden imágenes y noticias, y el bombardeo informativo, abruman al lector o telespectador, tienden a desconcertarlo e instalan al mismo tiempo un discurso único” (...) “Los medios alternativos –Internet, las redes sociales- plantean expedientes para escapar a la servidumbre...” (EL.5)

4.2. ESTRATEGIAS PARTICULARES DEL ÊTHOS DISCURSIVO

4.2.1. Êthos Periodista en Sergio Carreras

El enunciador configurado en la presentación del blog de Carreras- bajo la pestaña "Historia"-, proyecta el êthos desde la condición profesional que se asume en primera persona:

"Soy periodista. Escribo en el diario La Voz del Interior y revista El Sur". Publiqué los libros La sagrada familia, El reino de los Juárez, Los niños de hielo y Turistas espirituales. Gran lector. Recibí los premios MariaMoors Cabot, SIP y Herald. Soy profesor de Investigación Periodística. Contacto: sergiocarreras@gmail.com" (SC.0)

Como ya vimos, el enunciador se posiciona desde su hacer profesional: "Soy periodista". Puede inferirse que es periodista gráfico porque usa el verbo escribir, y destaca su ejercicio como periodista vinculado al principal diario tradicional de Córdoba: La Voz de Interior. La alusión a la pertenencia al staff del diario, daría cuenta de la importancia de su trayectoria, haciendo jugar cierta trayectoria empírica previa que le agrega capital simbólico e institucional a la figura del periodista y a lo dicho, legitimando su discurso.

El enunciador proyecta el yo escritor/periodista: "*Publiqué los libros...*", emerge el êthos escritor y gran lector, vincula el campo del periodismo y la literatura nuevamente apelando a las raíces del nuevo periodismo de investigación,

El uso de la primera persona del singular autoriza simultáneamente la emergencia de la subjetividad y de una imagen de sí que es también una construcción identitaria. El enunciador legitima su êthos periodista con la prueba, exponiendo los galardones obtenidos: "*Recibí los premios...*"; La vinculación a la academia fortalece el hacer profesional: "*Soy profesor de Investigación Periodística*".

El primer posteo del blog es UN PERIODISTA DICE (SC. 1), allí se explica la razón del nombre del Blog asociado al libro del poeta Antonio Esteban Agüero ("*hoy muy difícil de encontrar*"), se fortalece la imagen de periodista exclusivo, que llega y tienen acceso a lecturas que no todos tienen. A modo de discurso didáctico se explica sobre los temas que aborda el poeta, demostrando el expertiz del enunciador. Se determina la finalidad del blog: "*En este caso, apuntaremos para los temas relacionados con el periodismo.*"

Se posiciona como pionero en uso soporte y se referencia con otro periodista de Córdoba (el primero en tener blog): *“Me sumo así con este a los únicos blogs de periodistas cordobeses que conozco, el de Julio Perotti, de La Voz del Interior (fue el primero que vi de un colega de acá)”*. El enunciador construye un *êthos* de periodista que conoce las nuevas modalidades del periodismo *blogger* y los dispositivos en el mundo: *“los blogs de los colegas españoles de Bitácoras o de los estadounidenses reunidos en CyberJournalist.net.”*), es un yo que investiga y se mantiene a la vanguardia (*“Suelo ingresar al interesante bloc de... y he visto algunos más, agrupados en el recién nacido grupo bloguero Asociación 3.0.”*), se presenta como un periodista que pertenece a la elite de profesionales del campo local (*“Tampoco son muchos los blogs que hay...”*) *privilegio que comparte* junto a solo tres 3 que mantienen comunicaciones *on line* en esta modalidad: el primero en hacerlo, el galardonado con la beca Clarín y el primer periodista en tener un *newsletter* electrónico en Córdoba.

También, se presenta como alguien que está aprendiendo *“Trataré de aprender a presentar algo más “internético”* y en los modos de decir se presenta como alguien que rompe los estereotipos, un *êthos* libre, que se expresa desde la honestidad a un destinatario con el comparte valores y es un cómplice seguidor que lo ha elegido como su líder de opinión: *“Recién estoy aprendiendo a colgar una simple foto... Como sea, considérese esto una formal presentación”*. Así desde la dimensión *pathémica* moviliza las emociones del destinatario al que se le permite conocer un lado confidente con pinceladas intimistas del periodista. Por un momento, se muestra como simétrico: no exhibe un poder, sino una cierta carencia referida a la materia significativa, a la vez que tematiza su propio proceso de aprendizaje.

El enunciador se presenta como un hombre desestructurado, que puede decir lo que quiere y como quiere: una autonomía ética y cognitiva. Esta característica discursiva se ve reforzado por la permanente recurrencia a la función autorreferencial en los textos, por ejemplo, en la publicación *puteadas contra el cáncer* (SC.6).

En esta publicación podemos ver que Sergio Carreras construye una identidad de periodista desestructurado, no convencional. Usa el término lunfardo “puteadas” en el título de la publicación y también en el cuerpo de post algunas consideradas malas palabras en los ámbitos públicos, como *“conchasumadre”*. Términos que, por su

carácter coloquial o incluso de transgresión a la norma, refuerzan la complicidad de la enunciación.

Esa decisión abona la idea de lo que Carreras dice de sí: no soy un periodista clásico; puedo transgredir las reglas canónicas. El periodista obedece visiblemente a la intención de captación que consiste en atraer la atención del público procurándole imágenes fuertes. Y sigue: *"En una reunión de amigos hoy llegamos a la conclusión de que las puteadas son un excelente antídoto contra el cáncer..."*.

El enunciador que se construye a sí mismo como autor, proyecta una imagen a través de las modalidades de sus dichos. Su *êthos* se inscribe en el estilo de comunicación desestructurada, informal; y en los valores y las nociones que producen un efecto discursivo y orientan el encuadre de lo narrado. El *êthos* de Carreras aquí se devela con el punto de vista que adopta sobre el evento que relata:

"(...) Pensamos en organizar futuros talleres terapéuticos antitumorales, a los cuales los alumnos entrarían pateando la puerta y mandando a la conchasumadre al profesor a modo de saludo matinal. Cada uno recordó el caso de algún puteador conocido -madre, vecino, almacenero del barrio- que gracias a su perseverancia coprolálica ha conseguido extender su vida de manera inusual, diríamos que exagerada". (SC.6)

Luego aparece la enunciación en primera persona, en nombre propio vuelve sobre los pasos del enunciador, quien comparte su soliloquio y nos hace partícipes de sus dudas: *"Leo esto que escribo y pienso que, sobre los callados, los silentes, los controlados, pende siempre la sospecha, se balancea el cuchillo de la desconfianza"*. El autor-enunciador se desplaza al espacio de su subjetividad. Nos hace conocer la propia interioridad, a la vez que interpela al lector ofreciendo sus interrogantes y sus respuestas tentativas a los mismos: *¿Será esa calma la apariencia falsa de un torbellino de puteadas que nunca dejan que les atraviese la garganta? ¿Nacerán así los tumores bebés?*

Aquí el *êthos* de periodista muestra la trama profunda de sus angustias, de sus miedos existenciales y deja entrever como va transformando el miedo en bronca, y la ira en ironía literaria. Es un hombre "humano", es sensible, es un periodista humanista.

Hasta tanto los neurólogos elaboren sus papers del futuro en los que comprueben nuestra hipótesis, les envío un sonoro y sentido manga de hijos de puta a todos los amigos, los lectores, los acosadores, los médicos, los amantes que nos leen en el facebook. Demasiado muerto cerca, demasiada enfermedad, hospitalariedad, asepsia no deseada. Vayámonos todos a la puta madre que nos parió. Y chau cáncer." (SC.6)

Carreras narra situaciones de la vida cotidiana, abre su intimidad, comparte lo que hace y habla con sus amigos, por momentos configura un nosotros restringido (nosotros, los amigos) que se presenta como instancia de enunciación colectiva: *"En una reunión de amigos (...) pensamos en organizar..."*

En este fragmento visualizamos la dimensión del blog como espacio autobiográfico, como diario personal que comparte con los lectores, también seguidores, también amigos; es decir, como una tendencia al voyerismo compartido. Es también un espacio para la exhibición de la intimidad del autor.

"Leo esto que escribo y pienso que, sobre los callados, los silentes...". Aquí se muestra la intimidad de lo que movilizó su reflexión, la duda, la pregunta, el pensar por sí mismo, su propia experiencia, la trastienda de sus opiniones, los resortes que motivaron su posicionamiento: *"Vayámonos todos a la puta madre que nos parió. Y chau cáncer"*.

El enunciador muestra el porqué de su transgresión, de su disidencia: se abre en su ensimismamiento. Piensa en vos alta, comparte su soledad reflexiva con los destinatarios a quienes construye como sus aliados, sus cómplices. El enunciador posicionado como periodista no solamente asume una identidad de informador, también es un proveedor de sensaciones y el maestro de ceremonia de un espectáculo del cual tiene que interesar a su público. Desarrolla una orientación discursiva que impone modos de ver que invitan al destinatario a interpretar la situación de una cierta manera: la del autor. Por ejemplo, cuando dice:

"Pienso en los cuerpos, en su fragilidad, su domesticidad, la dictadura vital que nos imponen" (SC.7)

El enunciador interviene en la acción principal pero también en la descripción e interpretación del episodio decodificando las situaciones. Vuelve a mostrar su *off de record*, su soliloquio, su intimidad/fragilidad.

Asimismo, también podemos ver que el *êthos* de periodista adquiere características particulares en un enunciador que se asume como testigo de la actualidad, como el gran cronista del presente. Es decir, se despliega el *yo* utilizando el blog como soporte que genera visibilidad a través de la autopromoción de intervenciones periodísticas en otros medios reconocidos, plataforma de viralización de links a producciones del periodista o difusión de proyectos propios como libros, charlas, presentaciones.

Carreras se presenta sí mismo como un cronista según el estereotipo clásico de periodista creíble. Aspira a ser el gran cronista contemporáneo, quien lleva adelante investigaciones en los suburbios, en el mundo de la droga, en los terrenos peligrosos.

“No puedo dar datos precisos ni nombres porque la charla que tuve es parte de una nota que estoy trabajando y en la que no voy a nombrar a las personas con las que hablé ahí. Puedo contar que...” (SC.3)

Crea una imagen de sí que se inscribe en la corriente del nuevo periodismo latinoamericano y despliega su *yo* “cronista” sobre temas que no van a aparecer en la agenda. Así, responde al estereotipo clásico de periodista con sus atributos imaginarios, al modelo de credibilidad, objetividad, cuidado de las fuentes, imparcialidad. La presencia del *yo* en la crónica remite a la idea de *yo estuve allí, solamente, y doy testimonio de lo que vi*.

En el blog el enunciador sigue presentándose a sí mismo como *el periodista de La Voz*. En muchos de sus posteos remite a notas publicados en el diario tradicional, por ejemplo: *“Visita a un amigo enfermo, dio origen a este texto: La fragilidad de los cuerpos”* que se vincula por un link al relato publicado en el Diario La Voz.

Como pudimos ver, la enunciación aspira a mostrar y demostrar la legitimación que le otorga el medio al *êthos* de periodista construido y proyectado. Se muestra una imagen de sí desestructurada en las formas y las expresiones. Pero en el abordaje de los temas, podemos decir que se sigue la línea editorial del diario tradicional.

Aparece su *êthos* “soy periodista de la Voz del Interior”, el diario más importante de Córdoba, el más antiguo.

Pero a su vez, el enunciador proferido como periodista de la Voz del Interior también se presenta a sí mismo como un cronista que quiere romper el estereotipo del periodista clásico y se muestran guiños hacia el periodista escritor. Por ejemplo, en diferentes partes de la publicación “*Visita al amigo enfermo*” (SC.7) aparecen referencias intertextuales vinculadas a Ricardo Piglia, Emil Ciorán, Michael Foucault, todos escritores de la vanguardia intelectual de finales de la década del ’80.

“Al día siguiente lo googleo en casa y veo que es una historia que cuenta Piglia en la novela Respiración artificial.”

Con estas reseñas se apela a un destinatario cercano generacionalmente, con el que comparte códigos, lecturas y referentes de época. En una enunciación simétrica, que llega a configurar un nosotros inclusivo, incorporando fantasmáticamente al destinatario, reflexiona acerca del ser de lo humano, en un tono pedagógico y definicional:

“Repaso mis teorías nihilistas, mis poses nevermind. Me repito que somos insectos, bacterias que encendemos las defensas y los glóbulos blancos del torrente sanguíneo del universo. Imperceptibles fragmentos de biomasa. Pienso en la calvicie de Foucault (...) Quiero una remera con la cara de Emil Ciorán: esa amargura lúcida, esa mirada que te preanuncia los gusanos”.
(SC.7)

Proyecta una imagen de periodista formado, leído, posmoderno quizás... “*Mis poses nevermind*” es un guiño al disco homónimo de la banda grunge de principios de los ’90: Nirvana. El mito dice que Kurt Cobain (su líder) se suicidó a 4 años del éxito por no adaptarse al mercado comercial estadounidense siendo que su propuesta era contestataria. Una red intertextual que remite a otros productos culturales funciona también como guiño a descifrar que configura ciertas imágenes de enunciadores, les atribuye un cierto saber sobre ciertos consumos musicales o literarios.

En “*Mi visita a un amigo en un hospital*” (SC.7), vemos cómo el enunciador proyecta su *êthos* escritor, nos muestra su veta narrativa, su *êthos* de periodista de vanguardia. Remite a ese estereotipo del escritor-periodista ligado al nuevo

periodismo de Mailer, Wolfe y Capote. Las posibilidades que da el blog de tratar tópicos vinculados a temas no canónicos de la prensa tradicional, como es este caso, permite también variaciones estilísticas y de asociaciones a otros campos discursivos (como el literario). Así, por ejemplo, la expansión de fragmentos descriptivos:

“Bajo la escalera, me pierdo. En una de mis vueltas encuentro un payaso sentado en el piso, al lado de una maceta. En una silla de plástico, una pareja –ella sentada sobre las piernas de él– se abraza y parece que llora”.

Presenta el escenario desgarrador en sí: un retazo de la vida cronicada en el acto donde el periodista es testigo directo, pero también es el personaje principal. El discurso evidencia huellas intensas y significativas de subjetividad, sobre todo afectiva. Él visita a un amigo enfermo en el hospital. El discurso está narrado en tiempo presente para acentuar este efecto de realidad: *“Hay olor a alcohol, a remedios, a lavandina. Desde que Martín llegó a su habitación en el hospital Ferreyra no ha podido asomarse a la ventana. Está internado hace varios días, le cuesta mucho levantarse de la cama y orina en un papagayo”* (SC.7)

En la narración va acumulando detalles de las acciones que ve y relata, describiendo los ambientes, tazando las pinceladas de imágenes visuales, olfativas y sonoras:

“Lo último que veo antes de cerrar los ojos es un oscuro cuadro renacentista: Cristo desahuciado, entre la Virgen María y María Magdalena, cada una clavándole los colmillos en un brazo”. (SC.7)

El periodista se muestra observador, escritor minucioso quien se complace en describir la vivencia, los gestos, los sentimientos y las emociones que se suscitan en él como narrador y en los personajes de su trama:

“Sólo queremos ver el partido. Ningún paciente, le digo, va a estar ocho horas seguidas viendo tele sin dormir. Ella responde con un silencio inflexible. El resto de los familiares de pacientes me miran con lástima: todos ya pasaron por esto”. (SC.7)

También, en varios fragmentos de este discurso hay una apelación a la cultura popular del fútbol: *“Pienso en Messi, en esas gambetas llenas de giros y quiebres de cintura que resuelve en una baldosa”; “Esta noche juegan Argentina y Brasil”.*

Por último, va anclando la historia con situaciones de interacción y uso de las redes sociales e Internet. El enunciador se presenta como un periodista *aggiornado*, con manejo de tecnología digital o como un usuario digital. La presentación que hace de sí Carreras se expone en la apelación a un periodista actualizado y digitalizado, por ejemplo, usa términos que se han asumido al lenguaje por el uso de las plataformas y aplicaciones digitales como “whatsapeó” o “googlear”.

En cuanto a la construcción discursiva del destinatario, se apela a un destinatario cercano, con el que establece un vínculo de proximidad y al que le dará las primicias; porque el enunciador se configura como el clásico periodista experto, quien accede a fuentes propias, que lo reconocen y le confían datos: *“No puedo dar detalles (me hicieron jurar que no lo diría) ...” (...)* *“Se trata de algo que tal vez deje un poco mal parados a varios informativos”*. (SC.3)

La cita anterior corresponde al post DELICIAS DEL PERIODISMO (SC.3), donde encontramos que la presentación que hace de sí el enunciador se expone en la apelación a la sinceridad con que se dirige a sus destinatarios al manifestar los procedimientos anteriores a la publicación de una investigación, resguardar el secreto profesional y de las fuentes. En ocasiones, como en algunos géneros ficcionales, el secreto aparece como un “motor narrativo”:

“No puedo dar datos precisos ni nombres porque la charla que tuve es parte de una nota que estoy trabajando y en la que no voy a nombrar a las personas con las que hablé ahí. Puedo contar que...” (SC.3)

Podemos considerar que se configura a partir de predicados subjetivos y axiológicos que tematizan su condición de periodista serio, comprometido, respetuoso del carácter confidencial en la investigación con fuentes, y se identifica como un periodista ético que sigue los cánones deontológicos de la profesión (*“no voy a nombrar a las personas con las que hablé”*), mostrando que es consecuente con los valores del buen periodista, respetuoso de lo que se puede y lo que no se puede hacer: *“Puedo contar que...”*

En este sentido, en el posteo NO PUEDO DECIR NADA (SC.2), Carreras dice de sí: Yo no soy como ellos (los otros periodistas, los de la tele, los que no chequean fuentes,

los que mandan al aire cualquier cosa); y sigue: *“Tiene que ver directamente con cómo se chequean los temas antes de mandarlos al aire”*. (SC.2)

El enunciador reafirma el *êthos* de periodista, fortalecido en contraposición a los otros (seudo o malos) periodistas: yo soy un periodista de investigación, yo soy un periodista en serio, yo te digo lo que pasa en realidad, yo soy creíble, confiable, yo soy un periodista.

En la enunciación se hace referencia al hacer profesional como un oficio, pero a su vez a los mundos posibles donde solo pueden ingresar los periodistas:

“Este oficio es un abre puertas a jardines ajenos, a intimidades extrañas, a mundos que laten al lado nuestro y que ignoramos hasta el instante mismo en que nos invitan a entrar y conocerlos”. (SC.3)

El enunciador se configura como periodista profesional, el texto enfatiza la autoridad que le da pertenecer al diario La Voz; configura un hacer respetuoso de los procedimientos éticos del oficio, una condición de testigo privilegiado del acontecer y proyecta una imagen de sí de mediador genuino, honesto, recto y confiable. Por ejemplo, en una de las publicaciones titulada ENTREVISTA (SC.5) se exponen fragmentos de un dialogo con otro periodista en ocasión de la presentación de su libro Los niños de Hielo. El posteo comienza con un agradecimiento de Carreras al periodista de Diario Capital que le realizó la entrevista. Esto produce un efecto de autoridad en el enunciador, a quien entrevistan desde el Diario La Capital, es decir desde otro medio gráfico, por su rol de periodista de investigación aparentemente meritorio y reconocido por los colegas. Exhibe un reconocimiento más, que contribuye a consolidar la modalidad del saber.

En el texto se replica una pregunta referida a periodismo de investigación y sus riesgos. El efecto producido en la enunciación produce un *êthos* que liga a Carreras al este tipo de periodismo, ligado a un hombre intrépido que investiga en profundidad, que conoce el trabajo y es un testigo cotidiano del acontecer (*“Uno sale con su libreta y su lapicera a la calle”*), que asume riesgos (*“consciente de los riesgos de este trabajo”*) y se mantiene imparcial pese a que *“hay presiones políticas, económicas, editoriales y profesionales”*.

Carreras se presenta como un hombre, como un periodista que puede combatir las aberraciones de la política (*“autoritarismos, las hegemonías y las formas degradadas de organización política”*). El enunciador se posiciona como periodista que hace bien las cosas, que sabe del oficio y tiene claros los límites (*“Uno sale con su libreta y su lapicera a la calle, y sabe que, si lo hace bien, puede ayudar a cambiar, a mejorar algunas cosas”*) que se mantiene fuera de presiones, es un periodista objetivo, imparcial, justo, profesional, no como los *“periodismos domesticados y militontos”*. Proyecta una imagen de periodista comprometido con *“ayudar a cambiar, a mejorar algunas cosas”*. En cierta forma, configura a través de subjetivemas peyorativos un conjunto de *otros* que contribuyen a definir los límites de su propia singularidad diferenciada. De alguna forma, apostar a la propia inscripción en un régimen de verdad implica construir adversativamente a quiénes están fuera de él.

Así, nuevamente, proyecta la imagen de aquel que tiene autoridad y puede decir cómo se hace periodismo de investigación serio, que *“crece en el conflicto, en la crítica, en la oposición al poder, en su enfrentamiento con los gobiernos, con todos los gobiernos, tengan el color y la ideología que tengan”* (SC.5). El enunciador se proyecta como una figura de peso y con poder que no se deja amedrentar por las presiones políticas ni editoriales.

El enunciador se presenta como un hombre que es inteligente, agudo, *“no hay que ser estúpido ni exponer la cabeza sin necesidad”*, que no se limita a hablar de lo políticamente correcto ni pide permiso para abordar temas (*“pero ser consciente de los peligros no significa autolimitarse o cerrar los ojos a los temas difíciles”*), dejar a la luz verdades y revelar injusticias que puedan transformar la sociedad. El enunciador se construye como un hombre que defiende la verdad, la justicia, la libertad y la democracia.

En algunos discursos el enunciador se atribuye la potestad de establecer los criterios del buen desempeño del oficio, despliega una axiomática y ética del oficio que es muy relevante para el campo periodístico también. Así, se crea una tensión entre su *êthos* profesional y los demás (él se enteró): *“Esta mañana me enteré de algo que va a explotar en los medios cordobeses, posiblemente la semana que viene”* (SC.2).

En este sentido, el enunciador refuerza su propia identidad vinculada al *êthos* de *verdadero periodista* diferenciándose de otro tipo: el “*periodista militante*”, al que homologa a un oxímoron, o sea, a alguien que entraña una contradicción en sí mismo, un opuesto irreconciliable. Algunas categorizaciones que son subjetivemas axiológicos peyorativos construyen esta frontera axiológica, que implica también una exclusión de otras posiciones de enunciación: los *militontos*. Por defecto se presenta como un hombre coherente, despojado de intereses personales en su profesión, imparcial. Expulsa tanto a otras concepciones de la palabra periodística como a la política misma de su *êthos*. Yo digo “*algo que el gobierno no quiere que se diga*”, mientras que los periodistas militantes trabajan para el Estado y sacan provecho de eso... También acusa al otro (al que cataloga como periodista militante) de ser parte de un “*buen negocio*”, es decir, se deja entrever una relación intereses y prebendas en el quehacer profesionales de quienes presenta como sus antagonistas.

Carreras construye su *êthos* sobre una petición de principios, atribuyendo al destinatario valores y creencias que supones compartidas. Así aparecen marcas que nos llevan a inferir las propias convicciones del enunciador sobre el oficio periodístico. Se refiere a los periodistas de los medios estatales (diferenciándose en su afiliación a un medio corporativo privado), que opinan sobre las políticas llevadas por el gobierno (primera presidencia de Cristina Fernández de Kirchner 2007-2011).

Podemos observar que el enunciador se presenta asociado a la idea de compromiso, disposición y entrega para ejercer el oficio de periodista: “*No sé en cuántos oficios más se tendrá este multiacceso*”; habla de su hacer profesional: “*las particularidades de calle de este oficio*”. Compara el periodismo con el “hacer” de los médicos, los jueces, los policías, los curas. Construye un *êthos* de periodista devoto, incondicional con responsabilidad profesional. El ser periodista como un sacerdocio, como un deber, como una forma de vida: “*Quizá los médicos de los servicios de emergencia, los oficiales de justicia, los policías, los curas (...) los periodistas*” (SC.3)

El enunciado manifiesta los valores de la ética periodística vinculados al deber de dar testimonio, de estar y comparecer sobre la verdad del acontecimiento. El ser testigo del presente construye un *êthos* de informador privilegiado porque está

presente y tiene autoridad y poder para dar testimonio: *“hoy entré (...) jamás sospeché que hubiera (...) cuando salí a la vereda sentí (...) Puedo contar que”*; el enunciador tiene la capacidad de la atestación, de presentar evidencia, de ser narrador de su tiempo: *“acababa de bajarme de una máquina del tiempo, dos o tres siglos en el futuro”*

En el mismo sentido, remata en el post PUTEADAS CONTRA EL CÁNCER (SC.6): *“los lectores, los acosadores, los médicos, los amantes que nos leen en el facebook”*, haciendo referencia a las redes sociales, a la cotidianidad de uso en sus lectores/usuarios para quienes él se coloca entre los referentes, los que son leídos, acosados, seguidos por Facebook.

Vemos cómo se apela a un destinatario construido como un aliado, al que le puede confiar estos detalles del proceso de trabajo, sus reflexiones y decisiones personales, lo que reafirma la lealtad con sus enunciatarios. Hay claves de desciframiento de un mundo cultural e intelectual compartido por el enunciador y el destinatario.

4.2.2. Êthos Intelectual en Enrique Lacolla

En la presentación de sí se pretende recrear un lugar de verdad en el discurso, una voz pública colectiva, legitimada, que asume temas que se vinculan al interés común, a las prioridades de la comunidad. Como vimos en el apartado anterior, en la presentación del blog Lacolla da la Bienvenida en los siguientes términos:

“Soy escritor, periodista y docente. Bienvenidos a Perspectivas. Aquí los lectores encontrarán trabajos dirigidos a analizar distintos escenarios de la realidad nacional y mundial, en una ecuación que tratará de proveer una visión objetiva -lo que no significa que sea imparcial- de los diversos hechos que se ventilan en el ámbito de la política y la cultura. Cordialmente. Enrique Lacolla” (EL.0)

En una posición enunciativa desde su quehacer profesional: *“Soy escritor, periodista y docente”*, el enunciador se configura a partir de huellas lingüísticas de la primera persona del singular lo que autoriza simultáneamente la emergencia de la subjetividad y de una imagen de sí que es también una construcción identitaria. Ostenta

un *êthos* fuerte, de autoridad intelectual, exhibe una posición de poder y saber en el campo de la cultura.

La existencia de un "yo" nos remite a la de un "tú", y esta referencia a un alocutor o destinatario, aparece en la referencia explícita a este colectivo: *"Aquí los lectores encontrarán trabajos dirigidos a analizar distintos escenarios de la realidad nacional y mundial..."*. La selección cuidadosa del perfil profesional en la que se caracteriza como *escritor, periodista y docente*, nos habla de sus competencias y un *êthos* de intelectual, del valor de su palabra y la honestidad de pensamiento forjando un *êthos* de hombre justo, íntegro; de ahí el valor de su opinión como un yo periodista firme, correcto. Todos ellos conforman atributos de identidad que afloran en la presentación de sí mismo.

Estas características de conformación de este *êthos* proyectado se verán en las marcas de identidad alojadas en sus posteos. El *êthos* de intelectual, progresista, prevalece en la proyección identitaria y podemos verlo cuando se expresa: *Ofrecer una visión objetiva en el análisis de los hechos políticos y culturales; siempre desde la mirada, "objetiva, pero no imparcial" del autor.*

En esta declaración hay una fuerte definición de su *êthos* asociado a las emblemáticas figuras de Rodolfo Walsh y Jorge Masetti, referentes de una generación que los identifica como los periodistas que estuvieron en la cobertura de la revolución cubana y como críticos luchadores contra la dictadura militar argentina. En esta intertextualidad –que configura tanto al enunciador como al destinatario y funciona como guiño de un universo ideológico compartido- evoca la frase que se hizo célebre "Nosotros somos objetivos, pero no imparciales porque no se puede ser imparcial entre el bien y entre el mal", pronunciada por Masetti en entrevistas que le realizadas desde La Habana. Estas alusiones intertextuales ubican al enunciador en un campo ideológicamente progresista, configurado además en un determinado momento histórico, con sus propias doxas y retóricas.

Por tanto, existe un imaginario del periodista que con su libreta de apuntes hace un periodismo en el que lo que prima siempre es el dato y la profesionalidad. El *êthos* de Lacolla se fortalece en la idea del periodista riguroso, que tiene que ser objetivo y basarse en datos, pero sí tomar posición. El *êthos* de hombre justo, racional vuelve a asomar una vez más. Aquí refuerza la imagen de sí vinculada a un *êthos* de intelectual

comprometido con la objetividad y la búsqueda de la verdad de los hechos. Un *êthos* que promete la posibilidad de la transparencia, del periodista como nexo que permite la conectividad entre la realidad y el receptor de las comunicaciones.

Por los posicionamientos explícitos en sus análisis y por el enfoque de las temáticas que aborda, se configura como un intelectual, se presenta como un crítico. Por ejemplo, en la publicación SEDICIÓN CONTRA EL CAMPO (EL.1), hace alusión a lo que se conoció como el conflicto del campo por la 125. Se trató del paro agropecuario, *lockout* y bloqueo de rutas argentinas en el que cuatro organizaciones del sector empresario de la producción agro-ganadera (Sociedad Rural Argentina, Confederaciones Rurales Argentinas, CONINAGRO y Federación Agraria Argentina), tomaron medidas de acción directa contra la Resolución n° 125/2008, durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, que establecía retornar hacia un sistema móvil para las retenciones impositivas a las exportaciones de soja, el trigo y el maíz. La medida patronal se extendió por 129 días, desde el 11 de marzo de 2008 hasta el 18 de julio del mismo año.

Como anticipamos, la posición expresada por Lacolla (quien pertenecía al staff del periódico local La Voz del Interior) lo llevo a renunciar por no adecuarse a la línea editorial del diario sobre el tema. En su texto, una cantidad de componentes descriptivos sostienen una inteligibilidad del conflicto diferente a la sostenida por las retóricas de los medios de comunicación afines al gobierno. En el posteo dice:

“El problema reside, sin embargo, en la ambigüedad de la política estatal, que no termina de romper con el modelo neoliberal que asignó a la Argentina un papel de proveedor de alimentos de baja calidad explotados por los lobbies transnacionales y terratenientes” (...) “Creo que en este momento es importante recalcar que, pese a sus defectos, el gobierno de Cristina Fernández está consagrado por una abrumadora mayoría electoral” (EL.1)

El enunciador sostiene una lectura política/ideológica por las expresiones y valoraciones de los actores que en tensión con otros discursos. Por ejemplo, se establece una oposición entre campo/sociedad: *“un sector del campo contra el grueso de la sociedad”*. En la argumentación se explica el problema desde una perspectiva crítica, racional, explicitando la tensión de clase subyacente a la protesta:

“la clase alta (...) “un buen sector del medio pelo porteño y de los productores rurales medianos” asociados en la protesta y en complicidad con los “intereses de los de la Sociedad Rural”. (EL.1)

Los ejes temáticos estructuran un discurso crítico, explicativo, proclive a la racionalidad y la argumentación. Por ejemplo, funciona como denuncia cuando habla sobre el *“grave peligro ecológico”* para nuestros suelos por las explotaciones rurales *“sojeras”*; se critica *“la ambigüedad de la política estatal”* e insta al gobierno a asumir sus responsabilidades y encontrar una respuesta al *“lockout patronal”*.

La denuncia también aparece, por ejemplo, en el artículo sobre la cooptación de la prensa y sus relaciones con el poder político y económico.

“Los grandes grupos que concentran la información no son ya controladores del poder sino parte de este”; “la libertad de empresa, que supone una íntima conexión del medio con los intereses de la economía y del poder político que los prolonga y ejecuta”. (EL.1)

Aquí se expresa toma de posición sobre el tema, reforzando la imagen de hombre progresista. Proyecta una identidad anclada a la figura de un periodista comprometido, crítico, anticapitalista, humanista e imparcial a los intereses de la concentración monopólica de los medios concomitante al capitalismo salvaje y la globalización. Con un discurso a veces irónico y con pinceladas de humor, se interpela a los comunicadores, se sostiene el valor de ser comprometidos, y el deber de desempeñarse con honestidad intelectual: *“buscar referentes serios en el ámbito del pensamiento político y de la formación universitaria”*.

A su vez, en el posteo ETICA Y COMUNICACIÓN (EL.5) se tematiza sobre el periodismo y el rol de los periodistas en la actualidad. *“Me hicieron una pregunta”* cuenta, y ese es el disparador de la publicación. Establece un contexto de lectura desde una perspectiva crítica, y desde allí se expone el punto de vista del enunciador, el posicionamiento político, proyectando su *êthos*. *“Vivimos en la era de la vigilancia”* expresa, en un nosotros inclusivo (ustedes, yo y los periodistas)

Presos del *discurso único* (que se reproduce en los medios hegemónicos de *las democracias capitalistas* y como de *los sistemas autoritarios*), postula la labor ética en relación con la posibilidad de discernir y expresarse más allá de los condicionamientos

y la vigilancia a la que están sometidos los comunicadores (*"los primeros en ser vigilados son los comunicadores mediáticos"*).

La puesta en palabras de sí, se revela por las de selecciones y construcciones, que dan una orientación discursiva y que impone modos de ver. El destinatario está comprometido a interpretar la situación de una cierta manera en la ausencia misma de toda subjetividad afirmada. En cierta forma, se despliega una estrategia de enunciación que se desplaza hacia la discursividad política: un enunciador exhibe la verdad, se propone como clave de una nueva inteligibilidad, configura seguidores de su creencia, pero también adversarios, establece relaciones polémicas y adversativas respecto a estos Otros negativos que configura.

Así, se configura un enunciador caracterizado por una fuerte modalidad de saber, como aquel que puede *"ver más allá de la capa superficial con que se nos presentan las cosas"*

y puede por su carácter independiente de todo medio tradicional, permanecer inmune a la manipulación y la influencia de los poderes. Proyecta su identidad digital desde este lugar que hoy es una fortaleza, frente *"al albedrío del que un periodista dispone, (...), para verter sus opiniones sin padecer la censura. Es sobre este precario compromiso que se verifica la relación laboral en cualquier medio de comunicación de masas"*. Como hemos dicho, por momentos, la estructura de enunciación se acerca a la del discurso político (según Verón, 1987).

El enunciador enarbola la cualidad de trabajar exclusivamente desde su blog que es *"un medio alternativo"*, que nomina como parte de los *"expedientes para escapar a la servidumbre"*. Cuando dice *"Hay que convenir que..."* el periodista me alerta como su lector/seguidor que él es parte de *"los expedientes de fortuna"*, los no descartables, los valiosos de la Red donde *"hay muchísimo material desechable"*. Fortalece el vínculo con su destinatario, cuando nos dice quién es él y quiénes son sus adversarios; complementa este vínculo con componentes prescriptivos como el que acabamos de revisar.

Asevera con humor que *"El único campo que escapa a la vigilancia son los programas de cocina... De ahí quizá provenga su multiplicación en los últimos tiempos"*. Apela a una pregunta retórica en tono sarcástico, y en complicidad con su lector, *"Dicho sea de paso"*, lo interpela: *"¿se ha advertido que tras el cambio de gobierno en Argentina*

el único rubro que no ha experimentado bajas entre los conductores de la Televisión Pública haya sido Cocineros Argentinos?” (EL.5)

En este sentido, podemos decir que el *êthos* en los textos de autoría de Lacolla se identifica con los periodistas que trabajan para “*mantener su dignidad intacta*” y pueden “*mantener la cabeza fuera del pantano y seguir luchando*”. Desde una dimensión pathémica se apela a metáforas que despiertan las emociones y el topo del periodista como nexo imparcial entre el acontecer y los públicos. Habla a sus lectores, retratando y explicando la situación en que los coloca la instantaneidad y multiplicación de informaciones a través de redes e Internet,

“La comunicación digital, la instantaneidad con que se difunden imágenes y noticias, y el bombardeo informativo, abruman al lector o telespectador, tienden a desconcertarlo e instalan al mismo tiempo un discurso único” (SC. 5)

El *êthos* de Lacolla también se inscribe en el estilo de su discurso, como aquí que se propone una lógica dialéctica de interpretación, cuando afirma que:

“La concentración monopólica, la pretensión hegemónica del capitalismo salvaje y el proceso de globalización asimétrica que está en curso tensan las cuerdas de la vida social y contraen cada vez más el espacio para la libertad de expresión”. (EL.5)

Explicitando el punto de partida de su análisis, el marco de interpretación de sus aseveraciones, se instala como un intelectual, un pensador crítico, que suscribe a la defensa de la libertad de expresión y de la dignidad en la profesión periodística. Nos dice que es un comunicador que puede instalar “*un punto de vista políticamente diferente al imperante*”; y se expone en la apelación a la valentía, a la integridad que practica. Asimismo, la construcción del *êthos* se refuerza con la presentación de los antagonistas: su *êthos* se opone al de otros personajes (animadores y periodistas) conocidos de los medios tradicionales, y se los tipifica como: “*Lanata o Tinelli, arquetipos de la manipulación informativa o especialistas en descerebrar al público a través de la pavada*”. (EL.5)

En el discurso se establecen oposiciones y entran en tensión dos modelos de periodistas/animadores: la seriedad versus la trivialidad; los profesionales formados y comprometidos versus los arquetipos del entretenimiento en los mass media. Así vemos, en otros posteos, que el discurso identifica al adversario y se lo nomina: “estos sectores” (la *oligarquía*, las *transnacionales*; los *piqueteros paquetes de Gualeguaychú*; los *personeros* de la oposición política; la televisión privada) que defienden el modelo neoliberal que les permitió la recuperación de tierras; por otro lado, nomina a los amigos, al citar la declaración del Movimiento Campesino de Santiago del Estero; establece a la Federación Agraria como los indecisos, los ignorantes que terminan siendo funcionales a los intereses anti nacionales.

También, como un contraespejo, existen los adversarios a refutar en el campo periodístico y comunicacional, como se ha visto. Produce su verdad *contra otros*.

Por ello, en la construcción del *êthos* discursivo el enunciador alude a su autoridad en la profesión, habla de su experticia, al mencionar la “*miopía a que induce la ignorancia de la historia*”. Se muestra como hombre de izquierda, que denuncia (“*la ambigüedad de la política estatal*”; la “*ambivalencia ética*”). La denuncia tiene un nivel intenso de politicidad: propone otro régimen de verdad, otras nominaciones polémicas para lo ya conocido. En todas las operaciones, el enunciador mismo se posiciona como la clave de una nueva inteligibilidad en la *construcción de lo real* que caracteriza al discurso periodístico.

Se explican las causas y consecuencias del acontecimiento desde un encuadre histórico/dialéctico: “*El problema reside...*” Usa los verbos conjugados en la primera persona del plural, un nosotros inclusivo que apela e implica al lector en un diagnóstico compartido (“estamos”). Explica lo que considera las causas subyacentes al conflicto, en un tono oscilante entre lo pedagógico y lo polémico: “*Estamos en presencia de un intento de desestabilizar la situación política que puede estar dirigido, inclusive, al derrocamiento del gobierno*”. En este sentido en el título habla de *sedición del campo*, por lo que caracteriza a este sector como un grupo que se levanta contra un gobierno con el fin de derrocarlo.

Su discurso encuentra en estos tópicos afinidades con otras formaciones discursivas en ese momento afines al kirchnerismo, pero inmediatamente señala la

autonomía de estos espacios. La palabra periodística mantiene así el efecto de una despolitización (al menos en su dimensión institucional). Así, sienta su diferencia en primera persona: *“No voy a solidarizarme con el gobierno...”*; como enunciador omnipotente y solitario afirma no sólo el diagnóstico sino también los componentes programáticos, agitando los fantasmas del futuro y la prescripción: debemos encaminarnos hacia *“la construcción de un país integrado y basado en la tecnificación y diversificación del campo y en la recreación y potenciación de la industria nacional, la única que puede terminar con el desempleo y poner al país en un pie de igualdad tecnológica con los países desarrollados del mundo”*. Plantea la oposición de dos modelos económicos en pugna: un proyecto nacional versus un proyecto neoliberal.

En esta publicación se apela a términos típicos de la militancia política de izquierda como *“personeros”, “Capitalismo salvaje, lockout patronal”; proyecto neoliberal repudiado por la masa del país*. Utiliza algunas metáforas como la *“miopía que conduce a la ignorancia”*. Aparecen rasgos de ironía y frases populares como *“piqueteros paquetes”* pero siempre aportando información que lo identifica como un periodista intelectual. No apela a las emociones sino a las razones y a los datos de la historia. Despliega sus argumentaciones polémicas, su saber sobre el pasado y el futuro, se exhibe como poseedor de una clave de inteligibilidad certera sobre el mundo político y económico.

El texto EL PROBLEMA DE LA DEFENSA NACIONAL (EL.4), una columna de opinión que induce a la reflexión crítica sobre las características que deberían tener las Fuerzas Armadas de Argentina, también surge a partir de la inquietud de un lector:

“En un comentario a la nota del pasado martes 29 de abril, un lector solicitó una opinión respecto a un reciente editorial publicado en Le Monde Diplomatique. Concretamente, el lector pide que me pronuncie en torno al siguiente párrafo del artículo de José Natanson”. (EL.4)

En este posteo destacamos el fragmento en el que el enunciador refiere a una modestia intelectual, que es una invariante de legitimación en sus discursos, y que sigue dando cuenta de la conformación de su *éthos* intelectual:

“Debo decir que al menos en lo referido a los aspectos técnicos más profundos del problema la pregunta merecería ser contestada por un especialista, pero, desde mi relativa incompetencia, me aventuraré a formular algunas opiniones”. (EL.4)

Observamos que en la enunciación se toma distancia usando el nosotros inclusivo: “no tenemos”, “nos parece”, estrategias del discurso intelectual que tiene la duda como premisa de lo que se dice. También funciona como un plural de modestia, para no *decir* en primera persona y producir el efecto de *borradura enunciativa* al ausentarse como sujeto del texto y fundirse en un colectivo intelectual.

Por ejemplo, en la nota MÁS ALLÁ DE LAS LÁGRIMAS (EL.2) referida al fallecimiento de Néstor Kirchner, esposo de la presidenta argentina Cristina Fernández ocurrido en octubre de 2010.

“Si las circunstancias así lo imponen, decimos. La reserva tiene sentido. No se puede llamar a la movilización popular todos los días, pues se corre el riesgo de desgastarla” (EL.2)

Por otra parte, en el posteo CÓRDOBA Y LA DROGA: LAS AMENAZAS A TOMÁS MÉNDEZ (EL.3), se explicita la solidaridad con el periodista Tomás Méndez, *“quien viene siendo objeto de pesadas amenazas a su integridad física y a la de su familia como consecuencia de su valiente trabajo de investigación y develamiento de las actividades del narcotráfico en nuestra provincia...”*. Podemos pensar que el enunciador produce un efecto discursivo que se puede interpretar como de fortalecimiento del yo soy crítico, soy un periodista objetivo, humanista, intelectual, independiente; represento la voz de los que no tienen voz. Me preocupan los problemas sociales: *“El problema de la droga en América es indisociable de la degradación del sistema social que sostiene el capitalismo senil”*. (EL.3).

Una vez más la defensa al periodismo como profesión y a la búsqueda como un horizonte se expresan en frases como: *“Hay que resguardar, más allá de cualquier especulación política, la libertad de los hombres de prensa para develar, con fundamentos, las tramas ocultas del narcotráfico y sus redes de influencia...”*

4.2.3. *Êthos* Experto en Claudio Fantini

En este blog predomina la imagen de un periodista clásico, sostenido en los tópicos clásicos del periodismo de los medios masivos de comunicación: en un vínculo interdiscursivo intenso, el blog replica las mismas temáticas, configura las mismas agendas, viraliza los mismos textos que aparecen en otros medios de comunicación en sus plataformas. Es decir, más que un soporte novedoso aparece como una mera transposición (hacia los lenguajes digitales) de sus producciones en la prensa escrita. El enunciador proyecta la imagen de un analista político ecuánime, por ejemplo, en “La gravedad del silencio” (CF.1) cuando se imparte una crítica a la argentina gobernada por el kirchnerismo, pero habiendo considerado todo lo bueno de las medidas de este gobierno:

“Con la particularidad de haber apoyado públicamente las iniciativas más importantes de los gobiernos de Néstor y Cristina Kírchner”

Fantini dice, y antepone el relato sobre el “lado oscuro” que originó los “síntomas más preocupantes de la Argentina actual”. Presenta un *êthos* experto; del que sabe y puede explicar las causas y consecuencias (que trajo aparejado esta etapa política, por ejemplo), y lo hace desde la imparcialidad. La crítica se hace en el marco de una reseña sobre su libro homónimo. Como autor de un libro, como intelectual es poseedor de un saber y un poder que le pertenece, que corresponde a su estatus.

Por carácter transitivo, le habla a un destinatario que podemos reconocer como las “familias y amistades” que los gobiernos de los Kirchner han separado atravesados por “el odio político”. Es decir, construye su auditorio a partir de los bandos que ha dejado la grieta política.

Podemos observar así de qué modo este *êthos* es negociado con el destinatario. La credibilidad se construye, en principio, con las informaciones precisas (las cifras): el periodista aparece ante el público como un especialista que domina el tema, como un experto. Su poder de convencimiento reposa también sobre la explicación y las argumentaciones (discurso didáctico) que tiene también un efecto persuasivo por la demostración de las capacidades de investigar y construir un razonamiento válido.

Por ejemplo, en la publicación CARTA ABIERTA CON LA MISMA LETRA (CF.4) la enunciación se apoya sobre topos subyacentes que suscitan la indignación, por

ejemplo, acusando (de manera implícita) a los actores de Carta Abierta de cómplices de la corrupción del gobierno.

Así el topo del “enriquecimiento ilícito” refuerza un juego de asociaciones en la memoria colectiva y establece relaciones de co-inteligibilidad con enunciados que caracterizaron a las agendas de los medios opositores al kirchnerismo. Lo hace a través de metáforas y aseveraciones sin presentar datos objetivos de lo que afirma, por ejemplo: *“Nada era más visible que ese gigantesco mecanismo de recaudación ilegal”; “esos dineros hurtados a las arcas públicas”; “enriquecimiento ilícito a través de los sobreprecios en la obra pública”*. (CF.4). Detalla las acciones negativas de Carta Abierta a través del uso de subjetivemas peyorativos, configurando negativamente a este colectivo: *suministraron sobredosis de “relato”, culto personalista y demonización de opositores y críticos”; “consideraron que callar era un mal menor”*.

El enunciador se presenta como un proveedor de sensaciones y el maestro de ceremonia de un espectáculo del cual tiene que interesar a un público lo más amplio posible. El periodista asume una identidad de informador, pero su *êthos* no revelado se manifiesta por la selección de referentes que escoge para comprobar su hipótesis: los intelectuales de carta abierta *enarbolan “teorías conspirativas que victimizan a sus líderes y satanizan a quienes denuncian o investigan la corrupción en “la década ganada”*. El uso de comillas marca la distancia ideológica respecto a la palabra kirchnerista, considerada como adversaria. Elude la presentación de pruebas objetivas o resultados judiciales de la supuesta corrupción del gobierno que da por hecho. Su *êthos* parece inscribirse más estrechamente en el estilo (individual, propio del periodismo especializado clásico), que lo hace suyo, en los valores sobre las cuales se apoya y las nociones, -a veces implícitas-, que le permiten poner un cuadro a lo real.

En cambio, cita como referentes que respaldan su argumento a un periodista crítico al gobierno: *“Daniel Gatti”*; También, alude como prueba la denuncia de *Roberto Lavagna (que fue por ello expulsado del gobierno por el propio Néstor Kirchner)*, *Horacio Rosattial*, *Eduardo Arnold* quienes denunciaron a Kirchner y *“pasaron al ostracismo”, “renunciaron” o fueron “expulsados” del gobierno*. Por último, menciona a *Sergio Acevedo*. Éste último es calificado como el *“colaborador decente que había tenido*

Néstor". Por contraposición, los que no renunciaron no son decentes sino cómplices de la corrupción.

Para deslegitimar a los sujetos, desarrollando un proceso de nominaciones que ofician como axiológicos desvalorizantes e injuriosos: *"intelectuales orgánicos están al servicio de sus jefes"*. Los sitúa en paralelo a funcionarios y simpatizantes del gobierno: *"muchos intelectuales orgánicos, muchos artistas cristinistas y muchos funcionarios y legisladores kirchneristas"*. Los adjetivos se contagian axiológicamente y asumen un sema peyorativo que impregna connotativamente a todo su entorno, fundamenta también a un topo despectivo instalado sobre los peronistas, los fanáticos, la patota, que despierta las emociones antiperonistas en los destinatarios.

A su vez, en el posteo "Fantini sobre Notre Dame" (CF.5) encontramos una puesta en narrativa del yo, una tendencia a la autoficción que relata los propios recorridos, la historia de vida, y pensamientos cotidianos como antesala para decir lo que se quiere expresar: *"Me llamó la atención"; "Me sorprendió"*.

El enunciador refuerza la certidumbre de su experticia poniendo en duda la de *"tantos medios"* (a nivel internacionales que cubrieron este caso tan resonante) *"que no se haya mencionado la hipótesis de un sabotaje"*. Esa es su hipótesis (casi obvia pero no para los otros periodistas, para los otros medios de comunicación). Su *êthos* especialista, conocedor de la historia se afianza cuando recupera en el texto los antecedentes que sostienen su conjetura: *«En la última década hubo mucho vandalismo organizado contra las iglesias»* y *«La Inteligencia Criminal francesa» no descartó "la acción de un sabotaje"*.

Asimismo, en las publicaciones de Fantini encontramos que muchas son destinadas a promocionar la presentación del periodista en conferencias, eventos, presentaciones, charlas. Por ejemplo, como analizamos en (CF.6), proyecta su identidad remitiendo a otro texto que habla de sí:

"La mezcla entre lucidez, acierto y acento cordobés de Claudio Fantini hacen que a cualquier charla con le falte tiempo".

Manifiesta exaltación de su yo experto, nos dice que él ha podido avizorar "todo" los que sucede en la política argentina reciente y que esto aparece en el libro que

esta por presentar en esta feria, *“todo lo que ha ocurrido de algún modo ha sido en la dirección de lo que plantea el libro «La tenue Virtud».*

El periodista se presenta ante los destinatarios como un entendido, como una autoridad en política no solo de la “región” (Latinoamérica), también del “mundo”. Su poder de persuasión se sostiene en este caso cuando nos cuenta cómo indaga la realidad *“(Yo) Relato pormenorizadamente”* y la recaba para ofrecernos datos certeros, contrastados *“en el barrio casa por casa voy describiendo las anomalías que caracterizan a la política en este tiempo”*. La acentuación ideológica aparece desde una enunciación objetivizada, con una sucesión de argumentos aparentemente verdaderos y convergentes en su evidencia con otros discursos sociales circulantes en la misma época, apoyados en la prueba y la demostración de la dinámica político-histórica.

En las argumentaciones que despliega sobre la tendencia a casos que alteran lo común en el escenario político, pretende demostrar la presencia de una anomalía, de una nueva constante en donde *“lo extraño ha pasado a ser la regla”*. Para ello apela al ejemplo de los partidos menores en *Gran Bretaña* y establece una comparación con lo que sucede en la Argentina: *“el caso de la fórmula Fernández-Fernández está dentro de esa regla de la anomalía”*.

El mismo recurso de comparación utiliza para argumentar que la fórmula de candidatos presidenciales es un *“testaferro político”* un término que define en el propio texto: *“Cuando quién gobierna es en realidad un testaferro del verdadero dueño del poder”*. Para inferir que se trata de un caso de poder encubierto donde el candidato a presidente será un títere de quien detenta el verdadero poder (Cristina Kirchner), vuelve a usar la comparación como prueba que justifica su tesis: *“Es lo que pasaba cuando el presidente de Rusia era Dmitri Medvédev y todo el mundo sabía que el dueño del poder seguir siendo Vladimir Putin”*. Estas estrategias discursivas pedagógicas (definiciones, ejemplos, comparaciones incontrastables) mitigan su posicionamiento y le permiten mostrarse como un enunciador imparcial, objetivo, experto: analista internacional de grandes acontecimientos mundiales.

Por otra parte, nos resulta interesante considerar que algunos sitios están financiados y cuentan con esponsoreo gubernamental o del sector privado, por lo que

constituyen una fuente de ingresos para el periodista. Pero en otros casos, no hay publicidad de terceros, pero se promocionan charlas, libros, conferencias o eventos públicos donde participa el periodista.

Por ejemplo, en LA GRAVEDAD DEL SILENCIO (CF. 1), aparece un posteo sobre su nuevo libro, y dice:

“Siendo un cuestionador de la clase dirigente en general, Claudio Fantini estuvo entre los primeros en advertir (...) De eso habla “La gravedad del silencio”. (CF.1)

Apela a un enunciador en grado cero (omnisciente) que habla sobre el periodista y su obra reproduciendo la sinopsis de la publicación. Fantini se presenta a sí mismo apelando a la voz objetiva, en tercera persona, de un enunciador sin firma, anónimo, que funciona como legitimante de lo dicho, desde una voz neutral, imparcial, omnipresente y omnisciente. Que tiene toda la información que revela en el discurso a los lectores. Esa voz, caracteriza los rasgos de identidad con que el enunciador se presenta al público, cuando dice: *“Siendo un cuestionador de la clase dirigente en general...”*. El modo de hablar de sí y de su obra también acumula a esa imagen correcta, moderada, experta, unilateral que conforma el *êthos* de periodista y politólogo que proyecta Claudio Fantini.

El enunciador neutral asevera, (como verdad relevada, pero sin aportar datos ni fuentes) que CF *“estuvo entre los primeros en advertir (...) –que- Pudo adelantarse (...)”*, y utiliza una cita directa del propio autor para revelar lo q él solo pudo advertir (nos): *“una serie de rasgos del liderazgo kirchnerista”*. Fantini pudo ser de los primeros y puede advertirnos porque es experto, porque maneja datos, porque es analítico y observador agudo de la realidad: *“Pudo adelantarse porque se concentró desde un primer momento en la observación analítica del “relato” y revelar (nos) lo que está velado, la agenda oculta, lo que inasequible porque no emerge: “La gravedad del silencio”⁹²*.

Podemos observar así de qué modo este *êthos* es negociado en el texto con el lector virtual. La credibilidad se construye, en principio, con las informaciones precisas

⁹²En la misma línea, como vimos anteriormente, otros periodistas como Saravia (MS.3) hacen referencia a la presentación de libros de su autoría. En este sentido, los blogs periodísticos de autor podemos pensarlos como una vidriera de autopromoción de los logros y el expertiz profesional desde donde mostrarse y construirse en nombre propio como una marca.

(las cifras): el periodista aparece ante el público como un especialista que domina el tema, como un experto. Su poder de convicción reposa también sobre la explicación y las argumentaciones que persuaden al lector de la capacidad de Fantini de no dejarse llevar y de construir un razonamiento válido.

4.2.4. *Êthos* Militante en Mariano Saravia

El *êthos* proferido por Saravia defiende explícitamente una postura política, y se muestra como un periodista militante, que promueve una idea de justicia, de sociedad, con una mirada política definida y explicitada, en un tono de intensa refutación y lectura adversativa de la realidad.

Por ejemplo, cuando dice:

“Quien ocupa hoy la Casa Rosada no es un adversario político, es el enemigo, porque es la ideología responsable de mucha sangre y mucha muerte de nuestro pueblo...” (MS.2)

En esta publicación titulada “FRASES” (MS.2) que se renuevan periódicamente, aparece una selección de expresiones, máximas o slogans que componen un texto en collage con frases resonantes que han tenido visibilidad mediática en un período de la actualidad y aluden a la crítica a acontecimientos de la política nacional e internacional.

No aparecen argumentaciones, descripciones ni explicaciones, el discurso se construye a partir de citas textuales que no remiten a ningún autor, pero aluden a estas temáticas. Por ejemplo: *“Macri es la continuidad directa de una línea antinacional y antipopular...”* Se construye el posicionamiento político del enunciador a partir de identificar al adversario: *“Quien ocupa hoy la Casa Rosada no es un adversario político, es el enemigo...”*. En cierta forma, la lectura de los acontecimientos actuales enraíza con la de un pasado (reciente o lejano) en el cual el campo social estaba también escindido y constituido por una sociedad fragmentada y en lucha.

El enunciador aparece como el depositario de este saber que le permite identificar continuidades frente a una aparente variación: los tópicos de un revisionismo de la Historia en clave nacional y popular (la clase agresora, el pueblo víctima, el extranjero invasivo e imperialista) sostienen la inteligibilidad de esta lectura

sobre los tiempos presentes. El discurso periodístico encuentra aquí otro espesor temporal; sobre el presente se proyecta el pasado, en lo profundo: tratándose de poder y política, nada ha cambiado demasiado.

Estos datos se refieren, esencialmente, a hechos de la historia argentina y por su pertenencia genérica portan un fuerte efecto de objetividad. La única intervención editorial es la titulación. Podemos pensar que producen un similar efecto de heterogeneidad compositiva que caracteriza al Anuario, así, la selección de materiales que componen este complejo argumentativo podría entenderse como un gesto de puesta al alcance del lector de “materiales para el debate”. La secuenciación produce un efecto orientador en favor de la interpretación global que se privilegia, y por ello, identificamos la prevalencia de un *êthos* militante, que se ve reforzado en la selección de la frase: “*El que no lucha por su salario es un indigno, pero el que sólo lucha por su salario es un egoísta*”. A la vez emerge el carácter humanista del enunciador quien habla de la dignidad humana en relación al derecho a trabajar y a recibir un salario equivalente.

Explicita su simpatía partidaria estableciendo el límite “*la grieta*” que separa al enunciador y a sus destinatarios (considerados aliados) de los antagonistas: “*La lucha que hay en el mundo de hoy es entre corporaciones y democracia, entre el capitalismo financiero y los Estados, entre los gerentes y los pueblos. Y esta lucha es también entre la vida y la muerte*”. Un conjunto de equivalencias construidas en torno a axiológicos (algunos canónicos...) establecen la condición de estas partes en lucha: por un lado, empresas, corporaciones, ceos, capitalismo financiero, gerentes, la muerte; por el otro, pueblo, líderes populistas, líderes latinoamericanistas, resistencias, es decir, vida.

Los posteos en el blog de Saravia se acercarían al tipo de discurso didáctico (Verón, 1987) proyectando el *êthos* académico, erudito, de periodista histórico del enunciador. Pero también presenta componentes de una discursividad política por su tono adversativo, litigante. El “enemigo” es una categoría estructurante en su relato. En su despliegue injurioso, por momentos se acerca al discurso panfletario⁹³, en el que se

⁹³ Podemos reconocer algunas similitudes discursivas con las encontradas en el estudio del Anuario socialista (Eisner, 2014: 123-152) donde la argumentación se asienta en una operación de montaje, que involucra la selección, recorte, secuenciación y enmarcado de artículos preexistentes, y permite desplegar un tipo de

construye la argumentación mediante una operación de montaje, que involucra la selección, recorte, secuenciación y enmarcado de artículos preexistentes, y permite desplegar un tipo de argumentación didáctica. Despliega una discursividad adversativa, del orden de la refutación más que de la intimidad y coloquialidad, y que se acerca a las modalidades argumentativas de un “discurso panfletario” (Angenot, 1982).

En esta línea se enmarca también la publicación LO QUE “SI SE PUEDE” CAMBIAR EN UNA SEMANA (MS.1) que con el formato de un *flyer* o folleto publicitario on line, apoya su eficacia persuasiva en la puesta en serie de fragmentos de informaciones emitidas por otros medios de comunicación, y el encadenamiento argumentativo se produce por el ordenamiento de estos materiales ya dados. En este proceso emerge la figura del editor-organizador, quien dispone a los diversos enunciadores (entendidos como “puntos de vista” según la propuesta de Ducrot [1984]) para conformar el macroenunciado del que él sería el locutor-responsable. Este modo de argumentación también se acerca al discurso didáctico al que hacíamos referencia.

Así, Saravia proyecta su *êthos* panfletario, su *êthos* militante que deja reconocer el posicionamiento ideológico-político, como un hombre de centro izquierda, progresista, humanista, con mirada latinoamericana, opositor al neoliberalismo: “*un equipo de CEOs asaltara un Estado como el gabinete de Macri, dominado por gerentes de multinacionales*” (MS.2)

Sus tópicos se inscriben en el marco más amplio de una interdiscursividad “nacional y popular” configurada durante la hegemonía kirchnerista, y presente en distintos actores, instituciones y medios de comunicación, también. Al respecto, este enunciador no realiza ninguna atenuación de su acentuación ideológica, no pretende neutralidad ni parcialidad: por el contrario, exhibe constantemente esta posición como fuente de otro saber.

En este discurso prevalece, decíamos, esta construcción de un *êthos* militante y panfletario, que denuncia y se posiciona utilizando tópicos reconocibles y ya admitidos

argumentación didáctica adecuada a los modos de interpelación del Anuario respecto de su destinatario, destinada a instalar y reforzar la tópica socialista de la época (Angenot, 1993, 2010).

en el campo discursivo, a partir de los cuales va “guiando” la lectura del destinatario a partir de operaciones propias del soporte y frecuentes en el discurso periodístico (selección, jerarquización, taxonomías, topografías, etc.), sobre los que se va montando un recorrido “guiado” de lectura a través de la selección y recorte de los materiales, secuenciación, adiciones explicativas que proporcionan una orientación para los destinatarios.

También, en este texto emerge la presentación del yo experto, culto, formado, cuando explica en posición pedagógica y complementaria de hacer saber: *“Hubo dos períodos fundamentales en la historia de nuestra liberación. Los dos duraron 15 años. Uno empezó en 1809 con...”; “que es la siguiente: Rivadavia, Carlos María de Alvear, Lavalle, Bartolomé”; “el asesinato de 50 mil gauchos luego de Pavón, la Guerra de la Triple Alianza, la Campaña del Desierto, la Semana Roja...”* (MS.2), es decir, nuevamente se proyecta el *êthos* de periodista, historiador, docente, ilustrado.

En la enunciación se producen identificaciones a través del empleo de pronombres deícticos en primera y segunda persona (nosotros/ustedes), lo cual divide a los participantes de la comunicación según roles definidos: el colectivo progresista versus los antagonistas/enemigos. Una organización dicotómica de la enunciación caracteriza a este discurso (como a todo discurso populista...).

Esta estructura requiere, cualquiera sea la temática tratada, de la definición constante de un adversario, de la incitación a la simetría ideológica con el destinatario y de la refutación permanente de la palabra del otro. El campo periodístico aparece cruzado por antagonismos, por la lucha por la verdad, en un campo en el cual se pone en juego lo común, y aún más, lo que todos debemos defender como comunidad. Contra la tradicional prensa gráfica, habituada a configurar entidades destinatarias amplias y neutrales (*los ciudadanos, los argentinos*) generando una ficción de universal compartido y de interés común que la institución mediática encarna, aquí se configura un Otro como Yo, y una entidad (*el pueblo*) como dañada.

En este sentido, los enemigos del pueblo son relevantes en los relatos periodísticos, y, de hecho, no han cambiado demasiado a lo largo de la historia, como lo demuestran las construcciones del pasado. Por otro lado, se configura un destinatario como ya adhiriendo a la misma creencia desde un primer instante, o al

menos, dispuesto a la conversión ideológica. Aquí se esboza la figura del “seguidor” (en términos de Verón) antes que la de un destinatario neutral, ascético.

En síntesis, enunciación y destinación se politizan explícitamente. No menos ideológico es el discurso de Fantini o de Leuco: pero en cambio, estos se asientan en una supuesta neutralidad que niega lo ideológico y la política misma.

El enunciador le habla a un destinatario con el que comparte una misma perspectiva ideológica. Se manifiesta en valores nacionales, populares y determinadas creencias sobre la lucha por la justicia social, la independencia económica y la soberanía política (pilares del movimiento peronista argentino).

Por ejemplo, en el posteo EL ESPEJO CHILENO QUE NOS IMPONEN (MS.4), el enunciador construye su *êthos* de periodista militante manifestando una posición crítica al modelo político-económico chileno (aquel que la “derecha argentina” añora); se pone en tensión la idea de *estabilidad* y se relaciona con una finalidad: que todo permanezca estable “*para que nada cambie*”.

Los ejes temáticos estructuran un discurso muy cercano al político, donde la enunciación plantea la dicotomía entre el sistema neoliberal afianzado y la apatía política de los de la mayoría de los chilenos: el voto en blanco. Nos dice que el *chileno común* termina teniendo razón cuando se abstiene de participar en los comicios. De manera general sentencia que “*la frase más escuchada es que votar o no votar no cambia nada*”. Cuando se expresa que en Chile se ha roto “*la tradición de lucha y de sindicalización*”, como contrapartida se está poniendo en valor la participación popular, - cuestiones que aún son fuertes en la Argentina como la participación obligatoria en las elecciones de representantes, la organización y lucha gremial, la movilización popular argentina etc.-, ante una realidad chilena en que el “*nivel de sindicalización no llega al 10 por ciento de los trabajadores y la huelga es una palabra desconocida*”).

Pero nuestros enemigos vernáculos nos refriegan *los méritos de ese sistema (...)* en ese espejo quieren que nos miremos (...) y allí ni siquiera existe la educación y salud universal y gratuita (valores que destaca en contraposición como derechos ganados en Argentina). El enunciador construye su identidad militante asociada a la defensa de los derechos humanos. Salud y educación, justicia e inclusión como parte de éstos.

Desmitifica ciertos valores como la estabilidad (igual a estancamiento, desigualdad, sin educación ni salud gratuita y publica) y la anticorrupción chilena (“*en*

una semana no me dieron un ticket ni una factura fiscal en ningún lado). Construye su identidad de *yo viajador*, el “antit turista” que conoce la América profunda, que accede a saberes y perspectivas que de otra manera hubieran sido inasequibles: “Ser ‘viajador’ te permite conocer cosas que como turista no conocerías nunca”, dice. Esta idea también es expresada en la presentación de sí como autor del sitio/blog.

El autor se presenta como una persona que se sale de los estándares y de las prácticas tradicionales, (aquí también promociona otra de sus actividades que consiste en ser el guía y coordinador de “*viajes culturales, históricos y políticos que se han dado en llamar viajeros*”). Enumera los recorridos, y el estatus de las personas con que intercambiaron en Chile acompañado de “*un grupo maravilloso de 20 cordobeses y cordobesas*”. Al mencionar a los viajeros lo hace usando el masculino y el femenino, posicionándose como un hombre a la altura de los cambios culturales y sociales sobre igualdad de género.

Habla de su *êthos* combativo cuando alude a referentes de la lucha por los valores que redime, tales como *Manuel Rodríguez*; “*grandes artistas como el recordado Patricio Manns*”, “*con políticos como los alcaldes de Valparaíso y Recoleta, y con dirigentes sociales*” (del “otro” Chile, con los que el comparte la mirada del mundo) y que podemos conocerlos siendo viajeros con él. Sin embargo, a pesar de que involucra en complicidad al lector en un “nosotros”⁹⁴ contra ellos los enemigos nuestros; también su fuerte ego se erige en las relaciones entre el *yo* y el *vosotros/ustedes*, entre la imagen de sí y la imagen del otro (lector). Así, Saravia como especialista en periodismo histórico y en derechos humanos, nos sigue aleccionando sobre los escenarios políticos posibles y además nos invita a acompañarlo para que nos guíe en el viaje, para hacer el recorrido correcto, transitar el camino adecuado que nos permitirá conocer lo profundo y no el decorado para turistas. Porque él además es “principalmente es un gran conocedor de Suramérica y de los procesos políticos actuales” tal como lo expresa en la presentación del sitio.

Por tanto, el autor robustece la proyección de esa imagen de militante, al posicionar su *êthos* de periodista comprometido, historiador, crítico, que denuncia;

⁹⁴ Semánticamente, el “nosotros” implica el acoplamiento de ese “yo” locutor con parte de la instancia enunciativa: el “ustedes” hacia el cual la destinación del mensaje político pretende agradar o convencer. A esta categoría de conjunción entre el locutor y el enunciatario directo se la denomina “nosotros inclusivo”.

Saravia nos dice de sí que es capaz de desmitificar los valores que la derecha esgrime como bondades del sistema neoliberal, del consumismo, de los circuitos turísticos trazados con fines mercantiles.

Además, con actitud paternalista, de educador, de líder visionario nos regala en sus giras culturales (a los aún enajenados por el ocio del capitalismo), la posibilidad de *“salir un poco de los malls y los shoppings, esos “no lugares” que no habilitan para decir que uno conoce Chile. O cualquier lugar.”*

En estas afirmaciones encontramos algunos supuestos que toma como propios y nos habla de su proyección identitaria en el texto. El enunciador es interpelado y se identifica con una formación discursiva que lo constituye como sujeto del discurso aportándole rasgos a su identidad que toma de otros. Por ejemplo, apela al intertexto con Marc Augé (1993), quien a principios de los noventa teoriza sobre el concepto de “no lugares” como los espacios de tránsito, de flujo, dominante en las sociedades “sobremodernas”, que desplaza la hegemonía del “lugar antropológico”, fijo y estable, sede de la identidad y la subjetividad tradicional moderna.

Saravia al recuperar este supuesto se identifica con la perspectiva antropológica de Augé, y encarna la posición enunciativa del otro cultural o étnico, desde su *êthos* patriótico y militante. Habla desde un nosotros inclusivo (desde el cual arenga a su auditorio virtual) y opone el *nosotros* a un *ellos* que construye como los enemigos (la derecha, el neoliberalismo, *“los políticos y periodistas de la derecha argentina”*), por ejemplo, cuando dice: *“Que esto quede bien clarito, quieren que nos parezcamos a Chile en todo esto...”*; también, se expresa desde un lado de la idea de “grieta” que nace en la década del gobierno kirchnerista. Para construir su posicionamiento sobre el modelo chileno como *un “sistema que oprime al pueblo (...) por la razón o la fuerza”* se desarrollan argumentos que ponen en valor los propios antecedentes de las opiniones vertidas (*“por todo lo que he venido contando...”*).

Asimismo, en el post LAS FUERZAS ARMADAS Y DE SEGURIDAD MATARON EN 200 AÑOS A 98.536 CIUDADANOS ARGENTINOS 1.768 ENEMIGOS EXTRANJEROS (MS.5), la enunciación proferida por Saravia construye una posición discursiva vinculada a una imagen de periodista combativo que lucha en defensa de la justicia y de los oprimidos, inspirada en el modelo del denunciante que dice todo lo que los “otros” nos ocultan.

El enunciador interpela al destinatario con la verdad de los datos históricos, y con explicación de procesos en la historia. Por ejemplo, se explica que este asesinato es un síntoma de un proceso constante en la política del país: *“El asesinato de Rafael Nahuel no es un hecho aislado. Es parte de una constante”*.

El periodista proyecta, ante su público virtual, una imagen de sí que considera verosímil y contundente. Su *êthos* de militante (*“Aquí les muestro números objetivos, y desafío a cualquiera a que los refute”*) está reforzado por afirmaciones de fuerte valor axiológico, amparadas en el suministro de cifras (que resalta como datos objetivos) que él nos da como prueba irrefutable de los que sostiene. Su imagen de militante también aparece cuando arenga al auditorio imaginario y los desafía a que refuten sus posiciones amparadas en sucesos y datos históricos.

En el discurso aparecen isotopías en tensión que dan sentido a los argumentos sobre los que se basan las aseveraciones; se presenta la concatenación de ideas en un razonamiento lógico que permite sostener una tesis: que en los últimos 200 años de historia argentina las fuerzas armadas y de seguridad han asesinado *98.536 ciudadanos* mientras que solo mataron *1.768 enemigos extranjeros*. Para ello, se realiza una comparación y desglose de las batallas/situaciones de enfrentamiento y el número de víctimas en cada caso.

Estas huellas tienen un efecto de sentido que va hacia la legitimación de un discurso verdadero, sociohistórico, tan verdadero como el científico. En la enunciación se aportan datos, cifras y un determinado orden discursivo para lograr ese estatus de discurso verdadero, de discurso portador de verdad histórica. El enunciador despliega su *êthos* de periodista, historiador, militante.

Aquí, aparece con fuerza el yo historiador, su *êthos* de patriota que sostiene los valores de la independencia y la justicia. Establece la dicotomía entre *enemigos extranjeros* versus *compatriotas argentinos*. El enunciador se coloca en una posición determinada, en una formación social dada. Su discurso con pretensión de objetividad histórica esconde las huellas que dan cuenta de una mirada del mundo, de una posición ideológico-discursiva.

Los rasgos que definen al enunciador se manifiestan en la manera en que se discrimina lo que merece ser contado, la selección de hechos que se consideran dignificables para ordenar la argumentación. Como todo texto se centra en hechos

limitados, por tanto, identificamos el proceso de selección de sucesos considerados relevantes que dan cuenta de su perspectiva particular.

El discurso construye estas posiciones como formaciones imaginarias. La perspectiva y posicionamiento político queda de manifiesto en la retrospectiva que se hace de la historia. Por ejemplo, se enumeran los asesinatos perpetrados por las fuerzas represivas del Estado en diversas épocas, responsabiliza a Rosas, Mitre, Roca, Victorica, Quintana, Figueroa Alcorta, Yrigoyen, Alvear, Justo, Perón, militares que perpetraron el golpe de Estado de 1955, la dictadura de Lanusse, la dictadura cívico militar de 1976, De La Rúa, Macri- Durán Barba.

Estos gobiernos quedan del lado de los intereses de los *“terratenientes”* que aparecen nombrados en el texto, en oposición a la categoría de los *“ciudadanos y compatriotas argentinos”* que engloba el resto de los actores mencionados. Por ello, el sistema de oposiciones que establece no sirve para evidenciar las marcas subjetivas que de su ideología y su manera de entender el mundo.

El enunciador se muestra como un hombre indignado por la gravedad del hecho sucedido, pero en su rol de periodista militante no solo está conducido por la pasión, se muestra también como un intelectual, bien informado, capaz de re significar los acontecimientos y desnudar la trama oculta de los poderes en la historia. Expone con rigurosidad cada uno de los hechos que justifican su emoción, su denuncia.

De esta manera, se proyecta esta imagen de racionalidad y experticia en un *êthos* que proclama con fuertes aseveraciones (*“las fuerzas armadas y de seguridad mataron en 200 años a 98.536 ciudadanos argentinos”*). Considerando los sustantivos utilizados para nominar las acciones, vemos la intervención axiológica en términos de bueno y malo sin explicitarlo.

En el discurso se divide a los personajes referidos en buenos y malos; se contraponen los héroes/víctimas (indios Mapuches, Pampas, Onas, gauchos, montoneros, indígenas, obreros anarquistas, Pilagás y Quom, peones rurales, tobas y mocovíes, colonos rusos y ucranianos, civiles argentinos, presos políticos, ciudadanos argentinos, Santiago Maldonado y Rafael Nahuel) a los adversarios/enemigos extranjeros (realistas, portugueses, invasores ingleses-franceses).

Cuando se hace referencia a los caídos (enemigos extranjeros) en las batallas y guerras independentistas se habla de “muertos”; mientras que, del otro lado, se habla de “asesinados”, “masacrados”, “fusilados”, “exterminados”.

Asimismo, en la dimensión *pathémica* del discurso de Saravia, se apela a los sentimientos y emociones como resortes de valores compartidos: compasión hacia las víctimas (siempre ciudadanos asesinados) y denuncia e indignación para los responsables de la crueldad (las fuerzas armadas, los dictadores).

El enunciador se dirige a un enunciatario sensible a los argumentos racionales y a los juicios fundamentados en cifras; apela a un destinatario (que se identifica como el pueblo) inclinado a ciertos valores éticos y capaz de conmoverse ante la enumeración de actos de violencia, abuso y exterminio a los sectores populares y las minorías, por ejemplo, cuando se expresa: *“las Fuerzas Armadas y de Seguridad de la Argentina contra su propio pueblo, contra sus propios ciudadanos”*.

También, encontramos en el texto que anuncia PRESENTAMOS MI NUEVO LIBRO: CUADERNOS DE UN VIAJADOR (MS.3), en voz pasiva hace referencia a un evento convocado por el periodista Mariano Saravia para la presentación de un libro de su autoría. El uso de esta manera de decir produce un efecto de verdad dado que distancia la mirada sobre el objeto del que se habla, y la enunciación en tercera persona le otorga objetividad y legitimidad a lo dicho. El enunciador no se posiciona como autor de la publicación sino como autor del libro del que se habla, por lo que la enunciación parafrasea la solapa de un libro donde se encuentra la crítica sobre la obra y el autor.

No obstante, el título del post se enuncia en primera persona plural “PRESENTAMOS MI NUEVO LIBRO: CUADERNOS DE UN VIAJADOR”, aludiendo a un nosotros exclusivo, que incorpora a los referentes de la cultura que estarán presentes con los que el enunciador comparte un mismo estatus (*“contará con la presencia de reconocidos protagonistas de la cultura, la política y el sindicalismo de Córdoba”*), y Sigue... *“Teníamos muchos viajes y vivencias para contar”; “Nos pareció que...”*

En la enunciación se construye la pertenencia a un colectivo de pertenencia cultural, política y militante. Se Revela la posición del enunciador como versado, viajero, cultivado: *“Este es un viaje por el Mundo, pero hacia el ser humano. Y por eso es colectivo, porque somos siempre colectivos”*.

Se proyecta un *êthos* humanista acompañado de miembros del colectivo que comparte: *“reconocidos protagonistas de la cultura, la política y el sindicalismo de Córdoba”*. Se presenta a sí mismo como quien se preocupa de la condición humana y ostenta los valores de la generosidad, la compasión y la lucha por las relaciones humanas justas.

Nuevamente, el *êthos* experto, ilustrado, cultivado, erudito cuando se define al enunciador como *“Periodista de Política Internacional y autor de más de 10 libros”*. También, se construye un destinatario que comparte afinidades culturales y políticas y que encuentra en el periodista y en los personajes mencionados ciertos referentes de identificación. Así se apela a un destinatario desde la dimensión de las emociones en el discurso *“un viaje colectivo. En él no vas a encontrar paisajes desolados ni atracciones atestadas de lugares turísticos.”* El enunciador es cómplice, es un par, es parte del colectivo, se identifica con el destinatario, y lo interpela para despertar la reciprocidad, cuando dice, por ejemplo, *“para que no termines saturado y pueda quedarte un gusto a poco...”*

El blog funciona como una materialidad que vehiculiza y proyecta una personalidad, un nombre, un *êthos* que hace y emerge en otras materias significantes como los libros, las conferencias, las charlas, los eventos culturales.

Por lo expuesto, podemos decir que Saravia profiere un *êthos* de periodista de denuncia histórica, valiente, indignado que produce su efecto en un auditorio receptivo capaz de repudiar cualquier hecho que vulnere el derecho a la vida humana y que pueda comprender que estas masacres se deben a intereses de sectores que permanecen constantes en la vida del país.

4.2.5. *Êthos* Nacionalista en Alfredo Leuco

El *êthos* que proyecta Alfredo Leuco es el de un periodista que se presenta como antiperonista y anti kirchnerista. Construye un *êthos* de justiciero, que brega por correr el velo y mostrar la “agenda oculta” de la política del peronismo. De la imagen de sí se desprenden las huellas que el enunciador deja en el discurso. Es en la materialidad del lenguaje donde se establece la articulación entre la inscripción de la subjetividad y la construcción del *êthos*.

Así, construye la imagen de un patriota paternalista que instruye a sus lectores, pero incluyéndolos en un “nosotros”, un nosotros los argentinos, los verdaderamente devotos de la patria: *“Tras un manto de neblina no los hemos de olvidar. Ni a nuestras Malvinas ni a nuestros héroes”*.

Leuco despliega un *êthos* con fuertes connotaciones nacionalistas. Habla de “la patria”, la “verdadera patria”: fetiche discursivo de las doxas de derecha... Él es un patriota. Igual que los soldados, los “colimbas” que lucharon en Malvinas y lo hace en primera persona:

“Yo recuerdo a los que lucharon con dignidad. Los ex combatientes son la contracara de los terroristas de estado. Los pibes murieron por la patria y los dictadores mataron a la patria”.

Él los recuerda, los otros olvidaron. Habla en nombre propio asumiendo el yo enunciador del relato: *“...no puedo olvidar aquella fotografía, más negra que blanca...”*, manifiesta a sus alocutores las virtudes que hay que esgrimir, como la dignidad, el homenaje, la memoria:

“Nosotros necesitamos por lo menos un día para pensar en ellos. En esos muchachos que fueron sin entrenamiento y sin el armamento necesario. En esos chicos estaqueados por robar la comida que les habían robado a ellos”
(...) *“A ellos debemos pedirles perdón...”*.

El enunciador profiere un *êthos* de hombre nacionalista. Su argentinidad aparece en las expresiones que recuperan los estereotipos del patriotismo como los emblemas patrios o los himnos: *“Las escarapelas en el pecho sobre un guardapolvo duro de almidón*

tembloroso”, “la celeste y blanca” (por los colores de la bandera nacional), “Tras un manto de neblina” (parte de la estrofa del himno a la bandera argentina), “Las dos islas que son un solo corazón” (en alusión a las Malvinas usurpadas). Pone en valor las figuras de los “héroes” de la patria, los soldados valientes, las “buenas” fuerzas armadas argentinas. Coloca como enemigo del “nosotros” a los que se rindieron, a los cobardes de la guerra:

“los viejos fusiles FAL amontonados y cruzados como símbolo de la rendición en Malvinas”; “el lagarto cobarde que se rindió al primer amague. Las propias fuerzas armadas argentina recomendaron la pena de muerte para esos jefes despreciables”.

Leuco se presenta a sí mismo revelando en el personaje de la historia narrada los valores a los que suscribe – que además los da por universales y compartidos por el “nosotros” (el yo enunciator y el tu alocutor).

Por ejemplo, en el relato del soldado, el que “*entregó su vida por la patria*”; y en los fragmentos de voces y textos a los que se suscribe (como el diálogo entre el soldado Julio y su madre y la epístola del maestro Julio a sus alumnos), encontramos huellas que remiten a su *êthos* discursivo asociado a la valentía, el coraje, la solidaridad, la protección, la entrega, el patriotismo, el compromiso.

A lo largo de la narración establece isotopías en oposición o contraste entre: héroes y traidores; dictadores y combatientes; cobardes y valientes/ patriotas y desertores. Como demostramos, estas antinomias que plantea en el texto nos hablan del *êthos* de Leuco y de su identidad proyectada en asociación con los rasgos del polo positivo de las oposiciones en tensión.

Aquí emerge también un aspecto paternalista de su *êthos* cuando, en ocasiones, él se diferencia en un “yo” que explica, que alecciona, que despabila con sus razones a un “tú” (o a un ustedes mis lectores). Por ejemplo, en el texto “MALVINAS, A 35 AÑOS” (AL.5), apela directamente al lector, casi como en un diálogo cara a cara en una mesa de café: “*y si usted me permite quiero contarle nuevamente una de las historias más conmovedoras*” ... Él nos dice: quiero contarle algo que ya le conté, pero es importante que lo repita, que lo resignifique, “*Justo ahora que hay un debate muy grande respecto del rol y del futuro de los docentes*”.

En el texto incorpora una carta del ex combatiente muerto dirigida a sus alumnos. Con este recurso apela a la emocionalidad y el ismo funciona como una estrategia de inmediata adhesión emotiva del lector, por ejemplo, cuando expresa *“Quiero que se pongan muy contentos porque su maestro es un soldado que los quiere y los extraña. Ahora sólo le pido a Dios volver pronto con ustedes”*. Insiste en esta construcción dramática y fuertemente emocional cuando explicita: *“Es desgarrador comprobar que solo le pidió a Dios volver y fue lo único que no pudo lograr”*. O cuando concluye: *“En el cementerio de Darwin adoptaron una tumba y le dejaron una flor y muchas lágrimas”*.

Leuco despliega un *êthos* con fuertes connotaciones nacionalistas. Habla de “la patria” la “verdadera patria”. Él es un patriota. Igual que los soldados, los “colimbas” que lucharon en Malvinas y lo hace en primera persona:

“Yo recuerdo a los que lucharon con dignidad. Los ex combatientes son la contracara de los terroristas de estado. Los pibes murieron por la patria y los dictadores mataron a la patria”. (AL.5)

Él los recuerda, los otros olvidaron. Habla en nombre propio asumiendo el yo enunciador del relato: *“...no puedo olvidar aquella fotografía, más negra que blanca...”*, manifiesta a sus alocutores las virtudes que hay que esgrimir, como la dignidad, el homenaje, la memoria:

“Nosotros necesitamos por lo menos un día para pensar en ellos. En esos muchachos que fueron sin entrenamiento y sin el armamento necesario. En esos chicos estaqueados por robar la comida que les habían robado a ellos”
(...) *“A ellos debemos pedirles perdón...”*. (AL.5)

El enunciador profiere un *êthos* de hombre nacionalista. Su argentinidad aparece en las expresiones que recuperan los estereotipos del patriotismo como los emblemas patrios o los himnos: *“Las escarapelas en el pecho sobre un guardapolvo duro de almidón tembloroso”*, *“la celeste y blanca”* (por los colores de la bandera nacional), *“Tras un manto de neblina”* (parte de la estrofa del himno a la bandera argentina), *“Las dos islas que son un solo corazón”* (en alusión a las Malvinas usurpadas). Pone en valor las figuras de los “héroes” de la patria, los soldados valientes, las “buenas” fuerzas armadas argentinas. Coloca como enemigo del “nosotros” a los que se rindieron, a los cobardes de la guerra:

“los viejos fusiles FAL amontonados y cruzados como símbolo de la rendición en Malvinas”; “el lagarto cobarde que se rindió al primer amague. Las propias fuerzas armadas argentina recomendaron la pena de muerte para esos jefes despreciables”. (AL.5)

Leuco se presenta a sí mismo revelando en el personaje de la historia narrada los valores a los que suscribe – que además los da por universales y compartidos por el “nosotros” (el yo enunciator y el tu alocutor).

En el relato del soldado, el que “entregó su vida por la patria; y en los fragmentos de voces y textos a los que suscribe (como el diálogo entre el soldado Julio y su madre y la epístola del maestro Julio a sus alumnos), encontramos huellas que remiten a su êthos discursivo asociado a la valentía, el coraje, la solidaridad, la protección, la entrega, el patriotismo, el compromiso.

En el personaje de Julio, el soldado maestro, el voluntario que fue a la guerra, quien respondió como un valiente, como “un maestro de la patria” siempre ayudando, alegre, optimista, solidario; que admiraba a Serrat y a Gandhi (a la literatura, a la poesía, a la paz).

De ahí que, erige una imagen de sí en estrecha interrelación con la que proyecta de su lector. Ese “yo” le habla llanamente a ese “tu”, le transmite su vivencia, su perspectiva del tema:

“Mucho después, asocié políticamente ese momento a la capitulación que el general Mario Benjamín Menéndez firmó frente a su par británico, Jeremy Moore. Y mucho más tarde aprendí a mirar la guerra de Malvinas a través de los ojos de los héroes” (AL.5)

Vemos que utiliza términos del lenguaje común como “colimbas”, y metáforas populares para describir su posición frente a lo que está contando: “es la cara y cruz de lo que somos”, “le puso el pecho a las balas para proteger a sus compañeros” o “el hilo siempre se corta por lo más delgado”. En esta apelación a la cultura popular, también remite a términos religiosos con reminiscencias cristianas como “La cara que mostramos y la cruz que llevamos” (por la cruz de Cristo). Julio también se construye como un mártir que “dio la vida por nosotros y al que le debemos pedir perdón. Es nuestro cristo de Malvinas”.

Otro ejemplo lo encontramos en la publicación “EL NUEVO BILLIKEN DE FORSTER” (AL.2), El disparador del tema que trata la publicación es que el filósofo Ricardo Forster, designado al frente de la Secretaría de Coordinación Estratégica del Pensamiento Nacional, propuso una relectura de la historia emancipadora nacional, recuperando el gobierno de los Kirchner como una nueva etapa en la independencia nacional.

El enunciador haciendo uso de la ironía en las afirmaciones, particulariza con el caso de Ricardo Forster, quien es nominado en el texto como: “El inspector de ideología”. Esta categorización conlleva un sema valorativo desfavorable respecto a la figura del funcionario y de sus funciones, relacionándolo con un custodio de la moral y la capacidad de razonar de los argentinos.

También, el hecho de que un ministerio público pueda establecer los parámetros de una ideología nacional -y considerando el marco del análisis general de otras aseveraciones y juicios que aparecen en el discurso-, puede entenderse que Leuco muestra al gobierno como autoritario y déspota remitiéndose al imaginario que existe sobre los regímenes del nacional socialismo europeo de mediados del siglo XX.

Con la finalidad de reafirmar el propio punto de vista, el periodista apela a preguntas retóricas: ¿Dónde habremos estado los argentinos que no nos dimos cuenta? ¿En que estábamos pensando nosotros, humildes mortales, mientras los próceres de Néstor y Cristina nos condujeron a la libertad y la igualdad?

Aquí une su voz a los destinatarios en un nosotros inclusivo que homologa al nosotros “los argentinos, humildes mortales”, incentivando al destinatario a reflexionar y tomar partido.

El mismo recurso es utilizado al final de texto, cuando dice: “¿Sabrá Forster que Perón sentenció que de todos lados se puede volver menos del ridículo?”, dando pie a sus afirmaciones sobre las consecuencias (negativas) de este gobierno para la sociedad argentina. La pregunta retórica como estrategia, direcciona la interpretación que busca despertar en el lector: deja ver sus emociones y nos remite a la indignación por lo

ridículo del hecho, la molestia por lo grotesco, la oposición por lo absurdo. Ni siquiera Perón estaría de acuerdo con lo (ridículo) que proclama Forster.

Para profundizar la perspectiva risible y caricaturesca, trae a colación la revista infantil Billiken, y declara: “en una muestra de mi colaboración me gustaría contribuir a escribir esa parte de la historia. Propongo que sea similar a la que leímos en Billiken pero que esta vez la letra “Ka” sea resaltada en celeste y blanco”.

Remite al cliché de la letra Ka como símbolo del gobierno y de la ideología “nacional y popular” que reinstauraron en este periodo. Los colores celeste y blanco remiten a la bandera nacional y a los colores representativos del partido justicialista (peronismo). Leuco apela a estos íconos e invita al lector a ver la escena de manera burlesca.

En la misma línea de su *êthos* de hombre común, asimilándose al conjunto que denomina los ciudadanos de a pie, utiliza el sarcasmo para aludir al “sencillo cargo de secretario...” de Forster, con un remate popular relacionado a Gorosito, un personaje inocente con delirios de grandeza: “Tomá para vos. No tenés títulos, Gorosito”.

Así, el locutor interviene axiológicamente, también a través de la expresión “sin que se le caiga la cara de vergüenza”. Con esta expresión enjuicia la insensatez de Foster, como la posición de un caradura (por qué no se le cae la cara). De este modo, en contraposición a lo que manifiesta, nos habla de sí de modo tácito fortaleciendo la imagen de su Yo sensato, su yo honesto, pero también se evidencia como un sujeto emocionalmente afectado, indignado por los que se erigen con la autoridad de instaurar lo que es bueno o malo en la cultura.

Como efecto de la corrupción del Estado que genera el enriquecimiento ilícito de los gobernantes, destaca las propiedades de la presidenta: “El Calafate o en el departamento de Puerto Madero, ambos pertenecientes a la señora Cristina Elizabet Fernández de Kirchner”. Estos lugares son íconos de espacios pertenecientes a sectores ricos y exclusivos. Puerto Maderos y El Calafate son estereotipos de la exclusividad, de la clase con privilegios, del estatus económico.

Leuco no proporciona datos ni pruebas sobre la supuesta corrupción que habría generado la adquisición de estos activos, sino que alude a estos símbolos que nos envían a un imaginario social (los políticos son todos ladrones) y sirven para una interpretación lineal por reducción: si la señora es propietaria, lo obtuvo gracias a la megacorrupción instalada en su vicepresidente y los empresarios que apoyan al gobierno y se benefician de él (Ciccone, Báez).

En este texto podemos observar que el autor interviene en la interpretación del hecho que relata, estableciendo un paralelismo entre los sucesos de la independencia del 9 de julio de 1816 y la (supuesta) nueva independencia nacional de 2003 que plantea Forster con el comienzo del gobierno de Néstor Kirchner.

Esta propuesta que le atribuye por “decreto” es evaluada negativamente, pero desde la parodia, el sarcasmo: “No anda con chiquitas. Según el intelectual a la Carta, semejante acontecimiento, también se produjo el 9 de julio, pero del 2003, gracias a Néstor Kirchner”. Así, el enunciador cita textualmente el acta de la independencia (“el Acta decía textualmente:”) para luego establecer un paralelismo proponiendo lo que cree que “debería decir” en 2003 el Acta de la Segunda Independencia.

Aquí el sujeto interviene con un modo de aserción hipotética: “En la benemérita y muy digna ciudad de Calafate (se podría reemplazar por el Barrio de Puerto Madero), etc. etc., el Congreso del Frente para la Victoria resolvió sobre el grande, augusto y sagrado objeto de la independencia de los pueblos que lo forman”.

Organiza una comparación, por el contrario, por oposición, en donde presenta emblemas patrios que pone en tensión con personajes y lugares de la política contemporánea; los primeros como componentes positivos versus los segundos como componentes negativos. Pone en jaque valores de la patria, los universales del imaginario social en oposición a valores particulares de un gobierno, valiéndose del grotesco como tono de la comunicación.

La Casa de Tucumán vs la Casa de Santa Cruz; Laprida vs Carlos Zannini; Congreso de las Provincias Unidas vs Congreso del Frente para la Victoria;

Emancipación del poder despótico de los reyes de España vs Emancipación del poder despótico de los reyes de la derecha cavernícola, retrógrada y oscurantista y del virreinato de los medios y las corporaciones (...) Representantes de las provincias (que luego serían calles y avenidas) como Laprida, Álvarez Thomas, Balcarce, Sánchez de Bustamante, Medrano, Paso, Anchorena, Malabia y Castro Barros vs. quienes hoy están en el Foro de Forster, los poco representativos José Pablo Feinmann, Víctor Hugo Morales, Hebe Bonafini, Milagro Sala, Hugo Yasky y Javier Grossman; El pueblo en las calles vs. Los pibes para liberación en el patio de las Palmeras.

En dicho texto refiere a La Casa de Tucumán (Casa Histórica) que moviliza estos valores patrios y nuestro vínculo emocional con la historia de la independencia argentina, y la contrasta con la Casa de Santa Cruz (de los Kirchner). Del mismo modo, da existencia en el enunciado a los representantes de las provincias versus los poco representativos... para demostrar esta cualidad de “la representatividad” apela al sentido común que dice que son importantes y patriotas aquellos cuyos nombres designaran calles y avenidas. Al enumerar los no-representantes, los que no son “nosotros”, escoge aquellos periodistas o intelectuales de la televisión pública (José Pablo Feinmann, Víctor Hugo Morales) o personajes polémicos que han estado enjuiciados por los medios de comunicación hegemónicos contrarios al gobierno (Hebe Bonafini, Milagro Sala, Hugo Yasky y Javier Grossman).

Finalmente enfrenta nuevamente al pueblo y lo separa de Los pibes para liberación, que no pertenecen al pueblo, a los ciudadanos, al nosotros al que le habla, sino a los convencidos, a los fanáticos, a los que creen haber bajado de “*Sierra Maestra*”. Así, presenta como el problema de los argentinos: “*las enfermedades de los unicatos*” y establece relaciones entre los hechos que resignifica.

Hipotetiza como una “solución” el convertirnos en una verdadera “República”. Con estas aseveraciones Leuco construye su identidad y se presenta como republicano, anti personalista, como defensor del ejercicio del gobierno representativo de los intereses de los ciudadanos. En oposición utiliza el término unicato que se trata de un concepto que suele emplearse en Argentina con referencia al abuso de poder que ejerce una autoridad. Es decir, direcciona el sentido del discurso empleando subjetivemas con

alta carga axiológica e instala la siguiente relación entre las causales y los efectos (negativos) resultantes en la evaluación enunciada:

CAUSAS: autoritarismo, delirios de grandeza, unicato, mega corrupción, re lectura de la historia.

CONSECUENCIAS: fractura de la sociedad, atraso, pobreza, enriquecimiento ilícito.

Sin aportar datos ni pruebas de su denuncia, generaliza oponiendo a esta idea de “*nueva y gloriosa nación*”, los supuestos hechos de mega corrupción del gobierno (casos Ciccone y Lázaro Báez), cuando caricaturiza sobre que: “*La impresión de los millones de Billiken quedará en manos de la empresa Ciccone y no se descarta que tengan un poster de Amado Boudou ni de Lázaro Báez*”.

Opone el *nosotros* inclusivo (los humildes mortales, los ciudadanos patriotas) a *ellos* (los *próceres Néstor y Cristina*, sumados a los *convencidos y fanáticos* seguidores del gobierno). Crea una tensión por oposición entre sus lectores y los *fanáticos* del gobierno. Para ello, remite a los estereotipos en que se basa el antiperonismo, pero actualizándolos a la etapa kirchnerista.

Podemos ver que: aparece la remisión a la demagogia peronista en los anunciados “*Gracias Cristina*”, “*gracias a Néstor Kirchner*”; los peronistas que sufren la *ideologitis* de los fanáticos, y ahora se creen “*recién bajados de Sierra Maestra*”. Esta valoración sarcástica remite a los jóvenes cubanos del Ejército Rebelde que instalaron una base guerrillera en la Sierra Maestra y bajaron a La Habana tras el triunfo de la Revolución en enero de 1959 contra la dictadura de Fulgencio Batista. Entre los comandantes estaba el Che Guevara, ícono de los movimientos revolucionarios de América Latina desde ese entonces.

El paralelismo ridiculiza a los jóvenes que apoyan al gobierno, dado que sufren *ideologitis* (un término inventado que denota una inflamación de la ideología, por tanto, una enfermedad, una exageración, un fanatismo, con delirios de iluminados, de revolucionarios en la misma línea que le endilga a Forster).

Por otro lado, la instauración de la épica peronista, de líderes-próceres como Perón y Evita, hoy “*Néstor el eterno*” y Cristina el “*símbolo femenino de la libertad*”.

La idea de la patota organizada (antes la JP, los montoneros, la CGT) que apoya al régimen sin cuestionarlo y hoy se corporiza en “*La Cámpora*”.

En la enunciación se ironiza sobre el discurso oficial del poder, aludiendo a que se trata de una lengua de madera, con los *clichés* propios de las democracias populares, desmitificando a los adversarios del gobierno: la *"derecha cavernícola, retrógrada y oscurantista"*, *"los medios y las corporaciones"*. Usando este discurso satírico rebautiza como *"Radio Buitre"* el nombre de la emisora Radio Mitre perteneciente al grupo mediático Clarín para el que Leuco trabaja.

La intervención modalizante en el enunciado es constatativa cuando asevera: *"Quieren hacer historia y hacen papelones"*. Una vez más el juicio negativo a través del término papelón. Hacer el papelón en lenguaje coloquial y familiar refiere a la actuación ridícula o deslucida de alguien, al papel desafortunado que desenvuelve una persona por culpa, en general, de otra persona. En este sentido Forster hace papelones por culpa de Cristina, ya que existiría un acuerdo entre ambos, que constata cuando dice: *"ya tenemos todo pipí cucú como quieren Forster y Cristina"*. Nuevamente cercano al lector masivo, apela a términos de uso popular como *pipí cucú*⁹⁵, una expresión típicamente argentina que se aplica en una situación digna de elogio, cuando todo sale a la perfección.

El enunciador alude a los resultados del gobierno kirchnerista y sentencia explícitamente: *"un país atravesado por el atraso, la pobreza, y la megacorrupción de estado, y el autoritarismo que fracturó a la sociedad y la llenó de odio"* (AL. 2). Remite a ideologemas expresando supuestas evidencias compartidas que tipifican al gobierno como autoritario y lleno de odio, usando el cliché: *"fracturó a la sociedad"*.

Cuando lo compara con el unicato, orienta el discurso hacia una dirección determinada, para que el lector active el estereotipo sobre que la autoridad suprema se vale de prebendas y sanciones, premiando a aquellos que le obedecen sin cuestionamientos (*los convencidos y fanáticos*) y castigando a quienes intentan mantener una cierta autonomía (*nosotros los ciudadanos*). Recupera la oposición entre los *humildes mortales* y los gobernantes *héroes, nuevos próceres* (autoerigidos).

Se usan denominaciones irónicamente despectivas para referirse a ellos (el adversario construido): *"matrimonio Kirchner"*; *"la señora"* *"el eterno"*. A través de

⁹⁵ Fue el boxeador Carlos Monzón quien lanzó "pipí cucú" a la hora de tener que agradecer un premio en francés en el año 1974. Cuando le tocó hablar estaba tan nervioso que en vez de decir "Mercibeaucoup" solo pudo repetir "pipí cucú". Así se le dio origen a la famosa frase. El galicismo acriollado fue instalado luego por el actor Alberto Olmedo, que comenzó a calificar de pipí cucú a personas, objetos o situaciones dignos de elogio. Este parece ser el origen de la locución coloquial que con el valor adjetivo y adverbial de 'muy lindo' o 'finísimo' usamos frecuentemente.

estos epítetos el enunciador emite valoraciones negativas, califica, siguiendo el tono de atribuirles una auto-imposición de grandiosidad, magnificencia y autoritarismo. Así, puede observarse cómo toma posición como “antikirchnerista” a través de los términos negativos con los que asocia a este gobierno: “*sin límites*”, con “*delirios de grandeza*”, etc. Vuelve sobre la ostentación, el lucimiento y esplendor de Cristina y sus delirios sin límites, connotando enriquecimiento y corrupción para lograr ese estatus social. Por oposición a los anhelos que explicita “*sembrar más ciudadanos patriotas y cosechar gobernantes más ciudadanos*”, dice que éstos son gobernantes que no se parecen a los ciudadanos.

De este modo, lanza su ataque sin preocuparse demasiado por aquellos que podrían despreciar sus aseveraciones. En este sentido, Leuco se acerca a la conformación de un *êthos* panfletario, cuando atribuye la calificación de gobierno corrupto (en alusión al de Cristina Kirchner) homologándolo a los gobiernos de facto (golpistas): “*Recién ese día amanecerá una nueva y gloriosa Nación. Sin golpistas ni corruptos*”⁹⁶. En esta aseveración plagada de frases hechas y expresiones estereotipadas (como *gloriosa nación*) asociada el *amanecer* a un renacimiento de la verdadera Nación.

Asimismo, el enunciador ostenta un *êthos* de periodista honesto, imparcial y dotado de valores que le otorgan “*credibilidad y honradez*”. Se muestra como un justiciero cuya misión es “*destapar ollas, descubrir en lugar de encubrir... poner los huevos sobre la mesa y bancarse la que se venga*” (AL.4). En esta nota de opinión que se titula “PARA PERIODISMO K” se realiza un análisis sobre lo sucedido en los medios de comunicación tradicionales de capital federal y los posicionamientos de los periodistas, durante los gobiernos kirchneristas (2003-2015).

El enunciador se muestra como un hombre que sostiene el valor de la justicia al develar lo que sucede y denunciar a los corruptos y a los que serían periodistas cómplices. Así, Leuco se manifiesta asumiendo la rectitud y la valentía como virtudes inherentes a un periodista ético, donde la moralidad se expresa por ejemplo al aseverar que la profesión “*Se trata de decir la verdad si querés que te crean*”; “*Yo lo denuncié en el último programa. Pero la demostración de que eso fue cierto es que nunca más trabajamos en ese canal*”.

⁹⁶ En la publicación Juicio y Castigo a Cristina, que analizamos en el punto AL.2 vuelve sobre esta misma relación de correspondencia.

De este modo, se construye la figura del testigo, de haber vivido los acontecimientos que refiere, lo que le otorga credibilidad a los que dice, para lo que presenta las pruebas que lo avalan: *“nunca más trabajamos en ese canal. Me despidieron de radio La Red”*; y apoya la legitimidad de lo dicho en la resolución de la justicia (otro de los discursos portadores de verdad): *“luego les gané el juicio laboral correspondiente”*.

La construcción del *êthos* discursivo descansa en una serie de oposiciones presentadas que construyen a su adversario discursivo: los periodistas comprados por *“Los Kirchner”*. Así, aparecen los antagonistas identificados como *“una parte del periodismo argentino”*, es decir los *periodistas* que se posicionaron favor de las políticas gubernamentales, quienes son valorados como cómplices y corruptos. Se los nomina: *“perritos falderos, chupamedias seriales y defensores mediáticos de los corruptos y patoteros de estado”*; *“Los dos más grandes encubridores”*; *“periodistas de estado”* los que se *“hicieron millonarios siendo los escudos protectores”*. Se vuelve a reforzar el *êthos* de periodista anti kirchnerista cuando se refiere al gobierno como *“los delincuentes que saquearon este país”*; los que otorgaban las *“pautas publicitarias extorsivas”* a los medios y periodistas. La única posición de decir verdad admitida es aquella que es completamente ajena a los lenguajes kirchneristas y/o populistas, incluso, si es polémica, es más valiosa aún.

De este modo, en el discurso plasmado en diferentes publicaciones como ésta, se plantea un campo de batalla entre periodistas. En *“Para periodismo K”* (A.L.4) se construyen como enemigos a los periodistas Víctor Hugo Morales y Horacio Verbitsky (*“encubridores de los delincuentes”*), a Roberto Navarro (*“un periodista del montón que se convirtió en jefe de operaciones anti Macri”*), a Mona Moncalvillo. Las apreciaciones para la construcción de los periodistas enemigos van desde la denuncia como cómplices, corruptos y enriquecimiento ilícito hasta, en el mejor de los casos, ser considerados como parte del *“periodismo militonto”*.

Las nominaciones, acciones y adjetivos atribuidos a estos actores son siempre subjetivemas desvalorizantes, intensamente peyorativos. La figura del periodista se adhiere a estos antivalores, acerca de los que se puede suponer una amplia desaprobación: ¿quién defendería el engaño, la corrupción, la ineficiencia, el autoritarismo. Así, el discurso realiza un movimiento argumentativo constante por

el cual aproxima al actor a un segundo objeto desacreditado, provocando entonces una contaminación axiológica negativa y metonímica.

En este sentido, no aparecen pruebas ni datos que sostengan lo argumentado en el discurso, por ejemplo: *“la gente que votó a Cristina alguna vez y que ahora tiene tanta bronca que dejó de votarla en 2013”*; *“muchos de los que hoy protestaron son votos que eran de Cristina y que ahora miran para otro lado”*. Es decir, en los términos *“la gente”*, *“muchos de los que protestaron”*, o también, *“Es su propio electorado el que está enojado”*; las aseveraciones se basan en generalizaciones que no remiten más que a imprecisiones dando por sentado la veracidad de lo dicho.

Por ello, podemos decir que prevalecen las opiniones fundadas en el sentido común y con guiños coloquiales centrados en las emociones y pasiones (*pathos*) de los destinatarios: *“Así le va”* *“Es tan mandona, se siente tan patrona (...)”* sentencia el enunciador; o cuando apela a la metáfora popular: *“Se equivoca tanto el gobierno que se dispara tiros en sus pies”*.

La figura de Alfredo Leuco se presenta como la de un hombre común, de pueblo, campechano, que aprecia la sencillez de las palabras que todos entienden: *“Encima con soberbia y altanería no les quiso tirar ni un hueso a...”*; (a los que) *“se sacaron callos en las manos de tanto aplaudirla. Los dejó colgados del pincel”*. Les habla a sus destinatarios como seguidores, como en la mesa de café: *“Insisto, muchos de los que hoy protestaron son...”*. Se dirige en primera persona (Yo *“insisto”*) a receptores con los que comparte una visión coincidente con el sentido común, popular coincidente con el de la llamada clase media argentina: *“¿Porque no modifican la escala impositiva?; ¿Como demoran tanto?”*. Lo que en la doxa se conoce como hablarle a “doña Rosa”, a una vecina típica de barrio.

La simetría con el hombre común es una estrategia fundamental en la configuración de la imagen de este enunciador. La identificación ideológica propuesta al destinatario se da, en este caso, a través del antikirchnerismo: tanto en la visión de mundo del enunciador como la del destinatario, la configuración del kirchnerismo es intensamente negativa.

El tópico central de los discursos es de esta clase: desacreditar al kirchnerismo, callarlo para siempre (o como diría Verón, matarlo simbólicamente, en una operación muy cercana a la que hacen los discursos políticos). En síntesis, el

kirchnerismo es un adversario, un contradestinatario, constantemente presente en este blog.

El enunciador se presenta como un hombre de bien, de justicia, honesto que denuncia. Su figura se perfila en oposición a la construcción de su antagonista (la presidenta Cristina Kirchner, su gobierno, sus funcionarios) a quien asocia con el mal a través de las apelaciones siguientes: el autoritarismo (“su actitud caprichosa, con esa concepción antidemocrática”, “no quiere ni siquiera hablar”, “y se niega a reconocer...”, “Cristina tozuda se encierra en su propia certeza y no quiere hablar ni siquiera de...” “Es tan mandona, se siente tan patrona”; “carece de flexibilidad para negociar y no negocia”, “cree que dialogar es un signo de debilidad”).

El *êthos* anti kirchnerista proferido por el enunciador se construye en expresiones recurrentes y valoraciones negativas hacia la mandataria, a quien nomina como “*Cristina*” despojándola de su rol y su apellido (mientras que al ministro de economía lo refiere con nombre completo “*Axel Kicillof*”) quizás aquí intervenga una desvalorización de género más que ideológica, dado que ambos políticos son aliados.

El enunciador se presenta/se construye discursivamente en función de su destinatario al que interpela emocionalmente y configura como un aliado en la crítica hacia el gobierno. En este sentido, parece hablarle a un enunciatario que le concedería la potestad de ser un portador de verdades, un periodista que conoce la trastienda de la política oficial y su misión es explicar, ser portavoz, develar lo oculto. En relación a ello, apela a los destinatarios con preguntas retóricas tales como: “¿Esto que significa?”, “¿Dónde está la equidad y el progresismo?”, “¿De qué ganancia hablan?”.

En la enunciación aparecen recursos persuasivos que lo muestran como un hombre común, que le habla de igual a igual a sus lectores, y que proyectan una imagen de sí capaz de despertar simpatías y afinidades con la doxa, por ejemplo: “*Axel Kicillof le dice a Cristina que es un tema de minorías y no es verdad*”.

Aquí la imagen de sí se proyecta como la de una persona que conoce los rodeos, las tergiversaciones vinculadas a los personajes del poder a los que hace referencia, como también cuando expresa que (Cristina) “*mandó a Axel Kicillof a mojarle la oreja a los dirigentes sindicales*”. El periodista Alfredo Leuco se presenta como el hombre capaz de hacer justicia en un mundo opacado por la corrupción. Allí

reside la razón de ser de su *êthos* justiciero, dotado de valores nacionalistas, patriotas.

4.3. EL ESTEREOTIPO DE “SER PERIODISTA” Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO ENUNCIADOR EN PRIMERA PERSONA

En el análisis discursivo de los blogs estudiados, paralelamente al acto de intervenir en el espacio público con posteos donde los enunciadores toman posición a través de la opinión sobre determinados temas de actualidad, asoma esta operación de darse a conocer y ser valorado por su estatus profesional de periodista.

El enunciador se configura como un periodista profesional. Además del yo que se construye y se expresa para proyectarse como imagen, es identificable un aspecto común en la enunciación que pone el acento en la autopromoción del *êthos* profesional fortaleciendo el *êthos* de periodista.

Ser periodista es un estereotipo en sí mismo. Esa idea del cazador furtivo capaz de perforar la realidad hasta volverla transparente. El periodista mantiene la idea de un discurso ético donde la referencia al tema de la objetividad, de la transparencia de la propia mirada es una constante tácita para hablarle a su público.

Como vimos en la interpelación al corpus, el periodista 2.0 postea frases con alto contenido ético, que muestran “lo mejor de sí”, de la personalidad. Este alter ego público se apoya en una supuesta ética latente asociada al periodista que denuncia, el portavoz de la verdad velada. El enunciador es quien acusa y se coloca a sí mismo en un lugar de autoridad, de legitimidad, de autenticidad. Crea una imagen que es un simulacro de sí mismo. Imagen muy alejada de las miserias y las flaquezas humanas. El enunciador profiere su *êthos* de periodista dirigiéndose a sus seguidores/lectores desde un discurso donde subyace el tamiz de la ética periodística como un valor intrínseco a la profesión.

Como vimos, estos estereotipos nacen de modelos culturales y en cierto modo se usan para proyectar las propias aspiraciones subjetivas. Los enunciadores se valen de las herramientas del discurso periodístico para practicar la borradora enunciativa de la que hablamos anteriormente.

Por ejemplo, en algunos casos vemos la estrategia de tomar la palabra en nombre de la opinión pública, de los argentinos, de las víctimas; creando un nosotros inclusivo, cómplice:

“¿Dónde habremos estado los argentinos que no nos dimos cuenta? ¿En que estábamos pensando nosotros, humildes mortales, mientras los próceres de Néstor y Cristina nos condujeron a la libertad y la igualdad?” (AL.2)

Presentando los relatos como un reflejo de lo real, se crean los efectos de objetividad, de verosimilitud que forman parte del pacto implícito en el contrato fiduciario con los destinatarios, por lo cual no se cuestionarían estas estrategias. Las reflexiones sobre sí mismo también forman parte de la construcción del *êthos* de periodista-autor, que recurre a la autorreferencialidad en los relatos, y se ubica como protagonista del acontecer. Por ejemplo, como vimos en el análisis del corpus cuando Leuco interviene en primera persona, apelando al enunciatario a quien alude como a un confidente:

“No lo cuento para reabrir viejas heridas porque no me interesa. Lo conté en su momento, con Cristina presidenta, en dos libros que se escribieron sobre el tema de la censura K. Pero quiero demostrar que...” (AL.4)

Por caso, Fantini dice:

“«Me llamó la atención que tantos medios se sorprendieran cuando Macron afirmó...” (CF.5)

o cuando Lacolla expresa:

“No creo que la presidenta en ningún momento haya sentido un deseo de bajar los brazos como consecuencia de la pérdida de su lado de toda la vida...” (EL.2)

Pero también el enunciador se construye como experto, como mediador en un discurso didáctico que explica las causas y consecuencias de acontecimientos de la actualidad. Por ejemplo, en el sitio de Lacolla, cuando explica:

“El papel de estos sectores es servir de ariete pseudo popular para exteriorizar una protesta que, en el fondo, deviene del modelo sistémico impuesto por el neoliberalismo...” (EL.1)

En el plano enunciativo observamos que se refuerza el vínculo entre el locutor y el alocutor a través de la construcción de un *êthos* negociado con el destinatario. El enunciador delimita a su destinatario a través de sus premisas y afirmaciones. De ahí que la construcción de su identidad está en relación con un vosotros/ustedes

frente a los que construye una imagen de sí a partir de lo que muestra y argumenta como una estrategia para convencer/persuadir a que los destinatarios compartan su punto de vista.

En este sentido asistimos a la construcción de una identidad negociada con sus destinatarios que comparten el mismo posicionamiento ideológico expresado a través de los valores, relaciones y creencias. Así, el *êthos* del periodista y sus rasgos dan cuenta de la posición que asume enunciador y el vínculo que construye con el destinatario tal como sucede en el discurso político (Verón, 1985).

Por ejemplo, Enrique Lacolla se dirige a un destinatario al que proyecta una imagen de sí creíble y convincente a través de afirmaciones de fuerte valor deóntico tales como:

*"El resultado del referéndum griego es un bofetón a la arrogancia neoliberal que, tras devastar a las economías de los países del mundo dependiente, se ha lanzado ahora a apretarle las clavijas a la población de las sociedades más débiles de la Unión Europea"*⁹⁷

A partir de aserciones pronunciadas con firmeza Lacolla construye una imagen de intelectual crítico e incisivo, quizás inspirado en el modelo del periodista comprometido, que denuncia y somete a prueba a través de la presentación de cifras, argumentaciones, revisión histórica. La credibilidad la construye, en principio, apoyando sus argumentaciones con datos; el autor aparece en el discurso como quien domina el tema, como un experto. Su poder de convencimiento reposa en sus razonamientos y en la contextualización que hace del tema sobre el que editorializa. Por ejemplo,

"La sociedad de bienestar que alumbró después de la segunda guerra mundial fue el expediente que el capitalismo tuvo para sobrevivir como esquema económico, después de las crisis que habían llevado a la catástrofe. La desaparición de la amenaza comunista implicó..."

⁹⁷En: <http://www.enriquelacolla.com/sitio/notas.php?id=429> 08/07/2015

Apelando a otros recursos, observamos esta característica en la presentación de sí que hace Sergio Carreras cuando interpela en forma directa al destinatario desde un "nosotros (los periodistas) /ustedes (los lectores)". A través de estos colectivos de identificación asociados al para o al prodestinatario, el enunciador invita a fundirse en un "*todos nosotros*"; "*entre todos ayudamos*" y hace co-enunciar al destinatario, interpelándolo a que selle su aceptación con un *me gusta*:

*"Los invito a entrar a la página en la que seguimos la evolución del asesinato del ingeniero mendocino Marcelo Arias y dar un "Me gusta". Así entre todos ayudamos a que no se olvide el caso y presionamos para que se investigue. En la página hay fotos de los protagonistas y un seguimiento de las notas que continúan apareciendo en los medios sobre el caso"*⁹⁸.

⁹⁸En: <http://sergiocarreras.blogspot.com.ar/search/label/Investigaciones?view=sidebar>20/03/2014.

4.4. EL VEROSÍMIL EN EL DISCURSO INFORMATIVO 2.0

Como explicamos cuando abordamos el tema de la borradura enunciativa en desarrollado en el marco teórico punto 2.3.2., si bien es difícil encontrar un estilo único en la prensa tradicional, en general el discurso informativo aparece como impersonal, no como producto de un individuo único sino de organizaciones institucionalizadas y remite al verosímil de la objetividad. La primera persona solo se usa en las menciones a las fuentes, en forma de estilo referido⁹⁹.

También encontramos textos narrativos que apelan a las descripciones para contribuir a la verosimilitud y subrayan la fuerza del referente para acercarse más al receptor; o los argumentativos que buscan persuadir y apelar a la capacidad de razonamiento del lector para convencerlo conmoverlo desde la razón o las emociones.

En este punto cabe destacar que el discurso informativo se sostiene sobre una pretensión de verdad, se construye como un discurso verdadero que da cuenta de la actualidad, por ende, el sujeto discursivo constituido como enunciador es el portavoz de la verdad, Y es precisamente en la génesis de esta pretensión en donde se erige el *êthos* del periodista con las características antes descriptas.

Ya en el origen de la profesión, en la prensa gráfica, por ejemplo, la firma del periodista se exponía como garantía de credibilidad. El nombre propio del periodista sellaba ese pacto tácito con el lector. Quien tiene firma pone en juego su nombre, su reputación, su legitimidad. Heredada de la tradición del periodismo canónico, la construcción de la identidad como periodista pasa por la instalación del nombre propio en el espacio público.

En relación a la producción de discursos verdaderos, Foucault nos aporta una perspectiva crítica si asumimos que "el poder nos obliga a producir la verdad, dado que la exige y la necesita para funcionar; tenemos que decir la verdad, estamos forzados, condenados a confesar la verdad o a encontrarla". El poder institucionaliza la búsqueda de la verdad, "tenemos que producir la verdad del mismo modo que tenemos que producir riquezas, y tenemos que producir una para poder producir las otras" (1976:34)

⁹⁹ El uso de las deixis contextualiza dan sensación de verdad. La deixis espacio-temporal permite la crónica y remite al mundo real a través de la explicación del lugar y la datación (Martini, 2000: 108-111)

Esta mirada sobre el problema de la verdad en los discursos, es muy fértil a la hora de analizar el discurso en los blogs. El discurso periodístico es un discurso que se considera verdadero en sí mismo y es avalado por un corpus institucional y de saber. Es un discurso descriptivo de la acción en la práctica informativa, que posee además una pretensión de verdad (como el de la ciencia, la historiografía o la justicia) y en su instancia mediática, apunta a lograr también un efecto de verdad. No hay, para Foucault, verdades sin tiempo idénticamente presentes en todas las formas de actividad humana. Antes de la aparición de fenómenos contemporáneos como las *fake news* en las redes sociales, con lucidez el filósofo sostenía que "la verdad se desplazó del acto ritualizado, eficaz y justo de enunciación, hacia el enunciado mismo: hacia su sentido, su forma, su objeto, su relación con su referencia" (Foucault, 1980b:20).

Lo importante desde este punto de vista en referencia al discurso informativo en los medios y en los blogs, es que la verdad está centrada en la forma de este discurso y en las instituciones que lo construyen; está ligada a los sistemas de poder que la producen y la mantienen y a los efectos de poder que induce y que acompaña.

Tomando las dimensiones que desarrolló Foucault en el orden del discurso, podemos pensar que la institución periodística coacciona y limita marcando el rumbo que puede seguir el discurso y señalando los riesgos de romper las reglas. He aquí los condicionamientos inherentes al trabajador de prensa en un medio institucional. La producción de la palabra está "controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y terrible materialidad". Estos procedimientos son los que Foucault denomina Sistemas de exclusión.

En los últimos años, surgieron los soportes digitales y recientemente la instalación de las *fake news* como modos de manipulación eficiente ante el caos y la saturación de contenidos mediáticos. En este contexto, emerge un nuevo fenómeno de época: la posverdad, que viene a oscurecer aún más aquel "espejo" que eran los medios reflejando la realidad "tal cual es".

En este sentido, el *êthos* de periodista es el agente salvador. El periodista-autor adquiere identidad, es parte de "las vidas 'reales' que proveen un suplemento

de sentido para la identificación. En el espacio biográfico tienden a desplegarse modelos sociales identificatorios”.

La mítica figura del periodista-autor proporciona seguridad en tiempos de incertezas. La certificación, el testimonio, el efecto “vida real” y lo “verdaderamente” ocurrido y experimentado se articulan con la preeminencia de lo vivencial, en tanto comprensión inmediata de algo real y contenido permanente de lo que se ha vivido” (Arfuch, 2010: 66).

Aquí nos remitimos al concepto de *atestación* de Arfuch (2010) como testimonio, atestiguación, como declaración de un testigo que afirma una cosa. El periodista-autor 2.0 se configura como un testigo de su tiempo y en esa configuración identitaria reside la pretensión de verdad de su palabra.

Así, vemos que en los casos de estudio sucede lo que observa Samela (2018) sobre la construcción de subjetividades virtuales y narrativas del yo. El periodista 2.0 construye su *êthos* en el mismo acto que en que emerge su yo enunciator en los blogs en los que, además, “cuenta su vida y se cuenta a sí mismo” funcionando como fuente de autenticidad. “Como en los géneros autobiográficos, y los blogs, de manera híbrida, lo son, la inmediatez de “lo vivido” se traduce en una voz que testimonia algo que sólo ella conoce, apoyada en la garantía de una existencia real, un rol marcado por una peculiar inscripción lingüística (el yo, el nombre propio, la atestación)” (Samela, 2018:307).

Ante el problema de cómo ordenar las formas diversas que adopta el creciente proceso de subjetivación, Arfuch recupera la noción de “espacio biográfico”¹⁰⁰ como horizonte de inteligibilidad, como un escenario que permite identificar con qué estrategias se construyen los sujetos. La historia personal otorga valor de Realidad. El testimonio del narrador da legitimidad, imprime veracidad, autentifica lo dicho. El espacio biográfico talla un escenario de cruces genéricos y discursivos, donde se juega la construcción compleja de la subjetividad posmoderna -plural, polifónica, multicultural, fragmentaria-. Construcción que no sólo supone

¹⁰⁰Arfuch (2010) parte de la observación de una presencia obsesiva en la escena contemporánea de narraciones acerca de la propia vida. Inspirada en el concepto de Espacio Biográfico de Lejeune (1975) advierte que en el actual retorno al sujeto vivencial aparece la densa gravitación ética del “valor biográfico”: la resignificación de la vida como cronotopo, en una múltiple búsqueda identitaria, individual y colectiva, de orientación y de sentido.

formas reguladas y establecidas, sino "momentos biográficos" en un vasto campo que excede a la textualidad escrita.

Este concepto ha sido muy productivo para nuestro objetivo de caracterizar la construcción del *êthos* periodístico en los blogs personales. La función autor en relación a la presentación de sí, nos permitió examinar las estrategias a partir de las cuales se construyen las imágenes públicas de las personas en los sitios periodísticos de Internet. "La nueva subjetividad se expresa sobre todo en la relación con el consumo" (Arfuch, 2005: 13).

Entonces podemos decir que en las publicaciones que categorizamos como *periodismo de autor 2.0* las modalidades que se usan y reconocen como adecuadas y legítimas para hablar y dar cuenta de la realidad no solo responden a la visión del mundo del enunciador, sino, sobre todo, el efecto de verdad está condicionado por la proyección del *êthos* del periodista que valida lo dicho a través de la presentación de sí mismo en el discurso.

Para construir su *êthos*, el enunciador puede aparecer como un personaje dentro de su texto, interviniendo en el relato de una experiencia cotidiana o exponiendo sus emociones, compartiendo su vida privada o su mirada del mundo. Por ejemplo, en la publicación que narra la visita que realiza el periodista Sergio Carreras (SC.7) a un amigo en el hospital o cuando Claudio Fantini (SF.6) postea la entrevista donde él mismo es el entrevistado por otro colega.

La figura del periodista funciona como garante del enunciado, pero para ello no solo recurre al uso de la primera persona, de las fotografías propias y la descripción de impresiones personales, (rasgos que ya pudimos ver en las narrativas del nuevo periodismo de los años '60), también el enunciador se asume desde un *êthos* que construye y sostiene, desde una imagen coherente al estilo que proyecta en cada posteo.

En este sentido, las narrativas del yo son parte esencial del proceso de subjetivación que procura olvidar el vacío constitutivo del sujeto. "Sólo se piensa en la identidad cuando se la pierde, cuando su tranquilo discurrir está amenazado por algún factor, externo o interno, en el despliegue que va del autorreconocimiento a las identificaciones grupales" (Arfuch, 2005:13).

El blog o sitio en primera persona posibilita al enunciador ubicarse en una posición de cierta autonomía, poniendo a disposición opiniones e información de

fuentes que están circulando por fuera de los medios tradicionales, como es el caso de Enrique Lacolla o Mariano Saravia. En otros casos, refuerzan su posición expresada en medios institucionales con la pátina actualizada que le otorga el “yo digital” y el sello de la marca personal, sin aportar diferencias significativas en el relato ni en la agenda mediática, como es el caso de Alfredo Leuco, Sergio Carreras o Claudio Fantini.

Hasta aquí pudimos observar en el análisis del corpus que existen tendencias y divergencias en la dimensión enunciativa y en la presentación de sí de los enunciadores. Sin embargo, hemos demostrado que existe un denominador común en la construcción discursiva en la que el *êthos* de periodista-autor emerge como un nuevo enunciador desde los blogs personales en una aparente emancipación de los medios tradicionales. Con el objetivo de definir esta modalidad enunciativa como un nuevo género periodístico, a continuación, indagaremos las particularidades que le imprime a lo dicho el soporte digital y sus nuevas materialidades, en la construcción del discurso periodístico.

CAPÍTULO 5

EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0

CAPÍTULO 5 - EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0

En el contexto de transformación en los modos de producir y consumir informaciones y contenidos sufrido en las últimas dos décadas, para poner a prueba las hipótesis que guían este trabajo -pensar la posibilidad de un nuevo género periodístico en Internet-, analizamos los discursos en los blogs o sitios personales que integran el corpus, donde los enunciadores posicionados como periodistas proporcionan una presentación de sí mismos a través de la cual se proyectan como sujetos discursivos desde su hacer profesional.

En la indagación caracterizamos las formas que asume el *êthos* construido en el discurso de los periodistas estudiados, y -como vimos en el capítulo anterior-, estas configuraciones específicas en la escritura y puesta en escena del yo, están pregnadas de un paroxismo y espectacularización del *êthos* de periodista, con permanentes guiños autobiográficos y la recurrente exhibición de la extimidad, en consonancia con lo planteado por Arfuch (2010).

Para plantear la emergencia de un nuevo género periodístico, retomaremos la idea de géneros discursivo propuesta por Mijaíl Bajtín (1982), en relación a la noción de formación discursiva planteada posteriormente por Michael Foucault (1970), para luego hacer un breve recorrido sobre los géneros periodísticos en Argentina y las condiciones de producción que posibilitaron, lo que proponemos en esta tesis como el surgimiento del *periodismo de autor 2.0*.

Por último, precisaremos las particularidades y rasgos distintivos que caracterizarían este nuevo modo de escritura en la web 2.0, destacando cómo se configura el enunciador, que funciones cumple y cuáles son los efectos de sentido que produce en el discurso este nuevo género periodístico.

5.1. GÉNEROS DISCURSIVOS, GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Ante la necesidad de encontrar un concepto que describa de un modo dinámico los esfuerzos estructuradores del lenguaje, Bajtín propone la idea de géneros discursivos como tipos estables de enunciados. Las múltiples esferas de la comunicación se vinculan con las actividades del uso de la lengua y los géneros se recrean según las necesidades de comunicación en una esfera dada.

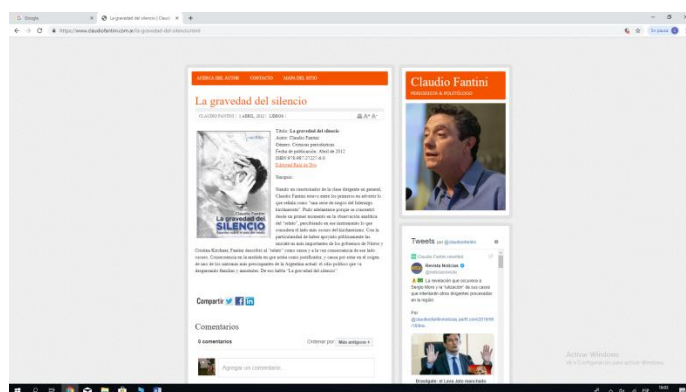
Por ejemplo, los géneros discursivos plantean relaciones ideológicas y se desarrollan en la propaganda, la escuela, etc. o sea, en diferentes esferas de actividades en los que se desenvuelve una interacción discursiva. Es decir, el género es un modo de tomar posesión de la realidad para comprenderla, y así “interroga lo real desde un modo de tomar posición frente a lo real, un modo de evaluar lo real” (Bajtín, 1982: 250).

Cada género discursivo posee sus modos y recursos de ver y concebir la realidad que solo a él le son accesibles. Es una creación colectiva. Un prototipo de ello son los artistas que atraviesan la vida del género en un momento de su desarrollo, aprovechan lo existente, lo artistizan y muestran una manera de lo existente. En este sentido, vemos que el género tiene sus propios moldes creativos, que no son propiedad de ningún sujeto particular. No hay género puro, se recrean, son organismos cuasi vivos, culturales que tienen su proceso de desarrollo en el colectivo hablante (como, por ejemplo. el caso del uso del *humor cordobés*).

Si consideramos que “cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados a los que denominamos géneros discursivos” (Bajtín, 1982:267) y que no hay cambio social que antes no pase por el cambio en la comunicación discursiva, podemos pensar que la instauración de un nuevo género periodístico desarrollado en las comunicaciones periodísticas en sitios Web estaría dando cuenta de las transformaciones ocurridas en el campo como consecuencia de la irrupción de las tecnologías y los nuevos modos que adoptó el discurso periodístico en los entornos virtuales.

Pensamos, como Sal Paz (2016), que una de las consecuencias de la aplicación de las tecnologías digitales al ámbito periodístico es el surgimiento de nuevos géneros discursivos que se convierten en verdaderos sistemas de organización del comportamiento comunicativo.

Es decir, que los parámetros situacionales y los soportes materiales de transmisión necesariamente modificaron la actividad discursiva, por lo que la comunicación digital, como vimos, presenta características constitutivas (Cuesta y Zelcer, 2002) que la diferencian de la que se establece en otros soportes tradicionales como el papel, por ejemplo. Las nuevas gramáticas de producción propias de la digitalidad son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad que estarán presentes en el soporte Blog con rasgos que implican una enunciación más personalizada y menos institucional.



En el Blog personal de Claudio Fantini¹⁰¹ la opción de lectura es más lineal y la interactividad se abre a través de la activación de los comentarios, la página de contacto con el periodista y los enlaces a sus redes sociales.

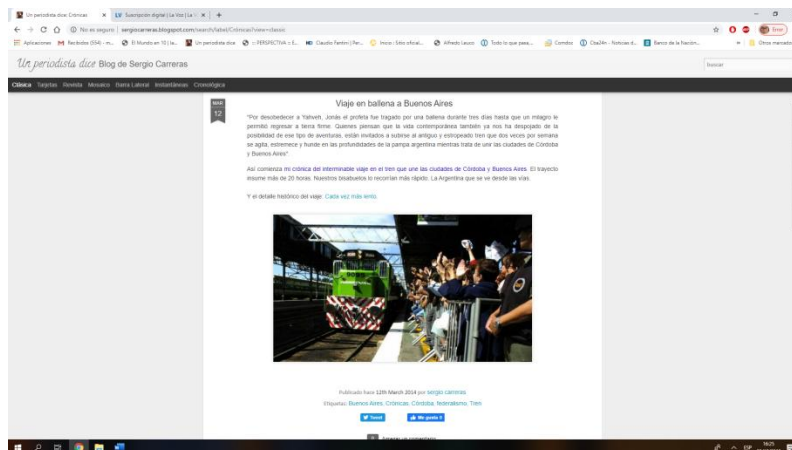
Por ello, el progresivo desarrollo de las TIC¹⁰² y el advenimiento de estos novedosos escenarios comunicativos implica, necesariamente, el nacimiento de nuevos géneros discursivos. En este punto, traspolamos la idea de Bajtín (1982) cuando señala que a cada situación de interacción le corresponde un modelo estable de textos que se instaura como género discursivo particular.

Por ejemplo, en el Blog de Carreras¹⁰³, el soporte en sí, es decir, el *hosting*, trae previamente incluídas una serie de opciones para aprovechar el uso de hipervínculos.

¹⁰¹ En el blog de Fantini, respecto a las posibilidades de Interacción y el carácter conversacional, en el sitio existe la posibilidad de comentar los artículos, pero no se registran conversaciones o debate. Se ofrecen herramientas de interacción y colaboración (*socialware*): dado que se puede compartir fácilmente el artículo en cuestión. Aparecen las redes de Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn. Otra forma de interactuar con el periodista es a través del correo en la casilla de "contacto". En el uso del multimedia solamente se registran posteos de texto, radiofónicos y algunos audiovisuales.

¹⁰² TIC es la sigla que refiere a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

¹⁰³ También, vemos en Blog de Carreras que apela a otros formatos multimedia como audio o vídeo (Ver: "Chantas y artes marciales" (10/03/2014). También en ocasiones enlaza a un blog de EEUU y sube videos de *You Tube*. La construcción de un destinatario más dinámico puede pensarse cuando aparece la opción de



En la mayoría de los posts de Carreras se emplea contenido gráfico como Fotografías o ilustraciones referenciales al tema, y vemos la invitación a la nota en otro medio a través de un enlace inserto en el enunciado.

Como ejemplo del uso del hipertexto, en las notas se agregan regularmente hipervínculos o enlaces en ciertas oraciones o palabras que remiten a otros artículos dentro o fuera del mismo sitio.

Para avanzar en la definición del nuevo género periodístico, puntualmente, recuperamos la idea de Oscar Steimberg (1993), sobre que los rasgos de tipo temático –junto con los retóricos y enunciativos– son los que permiten caracterizar a un género discursivo y diferenciarlo de otros.

En los blogs, evidenciamos -igual que lo hicieron Cuesta y Zelcer en los diarios digitales (2002)-, que existen cambios registrados en la temporalidad, variaciones manifestadas en la espacialidad y alteraciones producidas a nivel enunciativo, es decir en la construcción de una escena comunicacional textual.

En este sentido, y como desarrollaremos más adelante, nuestra tesis hipotetiza sobre la idea de que el *Periodismo 2.0* aparece como un novedoso género del discurso de la información que se asienta en nuevos tipos de enunciados que involucran -en mayor o menor grado- la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, y que se caracteriza por la mixtura de textos de opinión, informativos e interpretativos donde prevalece el punto de vista personal del autor, se introducen

suscripción o de ver los “temas” o etiquetas específicas del blog. En cuanto a la intertextualidad en función del hipertexto que posibilita la plataforma virtual, en el blog de Carreras se evidencia un marcado acento autorreferencial en el desarrollo de notas periodísticas o temas de investigación y actualidad, o sea, de acuerdo al tema tratado remite a sus propios artículos y libros. Pero también, como decíamos, dialoga con otros textos publicados por otros periodistas con los que podemos inferir que acuerda sobre la opinión manifestada. Ver "El secreto de Cáritas", nota de Horacio Verbitsky sobre la Iglesia Católica argentina y las colectas de Cáritas en el diario Página 12 (2/06/2013) o "Papa Pop" enlace a nota de Alejandro Frigerio en diario La Nación (09/03/2014).

pinceladas intimistas, licencias léxicas, expresivas y una tendencia a la autorreferencialidad destacando el *êthos* del periodista que legitima y otorga autenticidad a lo dicho.

5.2. NUEVAS GRAMÁTICAS DE PRODUCCIÓN DEL SOPORTE BLOG: RESTRICCIONES Y POSIBILIDADES

Como vimos en el *Capítulo 3*, los blogs como soporte digital vehiculizan materialidades heterogéneas que solapan en una enunciación hipertextual lo icónico e indicial articulando textos lingüísticos, audios, videos, fotos, imágenes, y enlaces a otras materias significantes – a otros enunciadores- que están por fuera del propio blog. Es decir, como resultado de las operaciones de hipermedialidad, multimedialidad e interactividad, detrás del enunciadador del blog encontramos un “*enunciador omnitextual*” (Cuesta y Zelcer, 2002). El dispositivo blog aparece como un híbrido que recupera el estilo del periódico tradicional en acoplamiento con las nuevas capacidades del medio digital. A continuación, presentaremos las características específicas del soporte en cada uno de los casos estudiados.

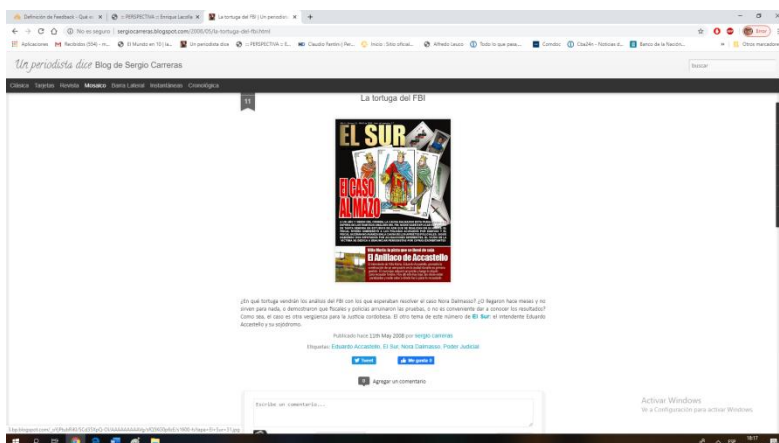
Restricciones y posibilidades del blog

La *hipertextualidad*, la *multimedialidad* y la *interactividad* son categorías inherentes a los dispositivos alojados en Internet y que determinan tanto las restricciones como las potencialidades de las materias significantes.

La *hipertextualidad* tiene diferentes formas de funcionamiento en cada uno de los blogs considerados y apela, en cada caso, a distintos mecanismos de lectura. Si bien el blog tiene una estructura de escritura cronológica, en los blogs de autor estudiados la estructura narrativa es predominantemente clásica con algunos enlaces y posibles recorridos de lectura no lineal que requieren de un destinatario capaz de organizar el trayecto propuesto.

En cuanto al uso de la intertextualidad en función del hipertexto que posibilita la plataforma virtual vemos, por ejemplo, en el blog de Sergio Carreras que remite a sus propias producciones (artículos y libros) de acuerdo al tema tratado. Así, en múltiples posteos el hipertexto orienta la lectura a notas del autor publicadas en la plataforma digital del Diario La Voz, por lo que se utilizan estas herramientas

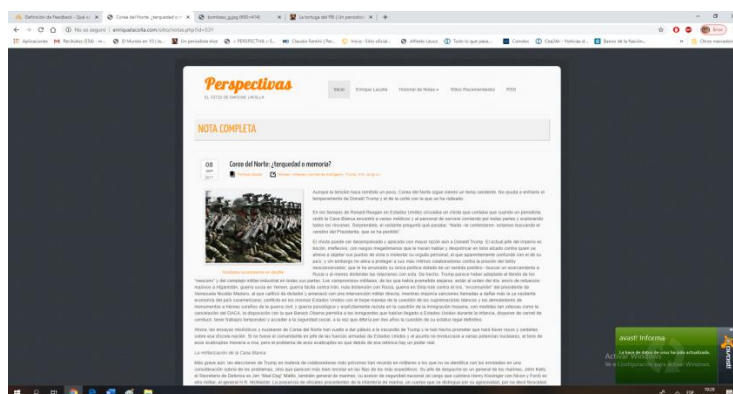
con un marcado acento autorreferencial. Pero también, dialoga con otros textos¹⁰⁴ de otros periodistas con los que acuerda sobre esa opinión manifestada en particular.



Publicación del Blog de Carreras del 11/05/2008 con link a una nota en la Revista El Sur

Aún con una explotación incipiente del hipertexto, en los blogs y sitios periodísticos personales la inclusión de hipervínculos amplía la profundidad y volumen de información y contenidos. Las publicaciones o posteos pueden estar etiquetados con palabras clave, que facilitan el acceso en los buscadores y proporcionan enlaces hipertextuales al interior del sitio.

En el blog *Perspectivas* de Lacolla no se evidencia un impacto importante del hipertexto en la producción periodística ni estrategias para esta nueva forma de lectura. La redacción sigue un estilo tradicional similar al de los textos del periodismo impreso.

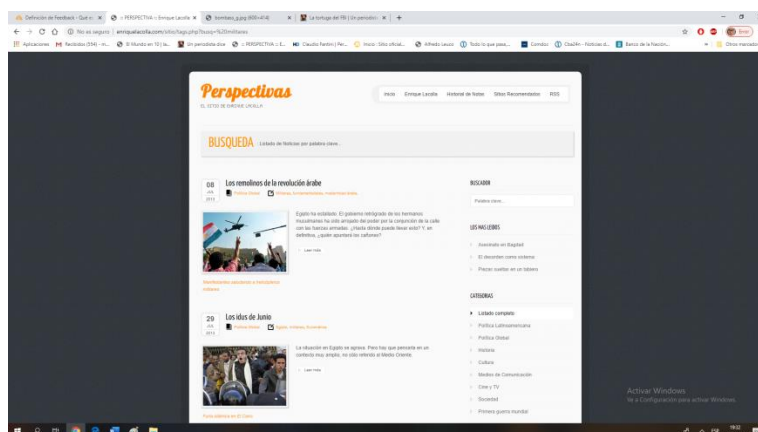


Composición de una entrada clásica en el sitio Perspectivas: Título, fotografía y texto.

¹⁰⁴ Hipervínculo a "El secreto de Cáritas", nota de Horacio Verbitsky sobre la Iglesia Católica argentina y las colectas de Cáritas en el diario Página 12 (2/06/2013); o "Papa Pop" enlace a nota de Alejandro Frigerio en diario La Nación (09/03/2014).

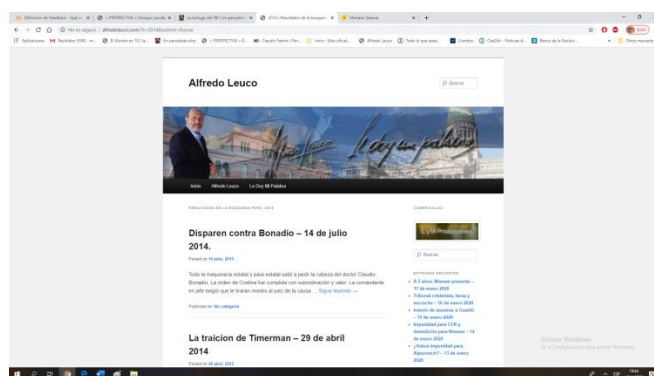
Todos los artículos que aparecen en el sitio *Perspectivas* son de su autoría. Al acceder al texto de una columna, no hay enlaces internos a artículos de la misma sección o a otras del blog. Tampoco se facilitan hipervínculos a otros sitios. La continuidad con la tradición en la escritura del periodismo de investigación clásico, el enunciador coloca a modo de referencia bibliográfica las citas de las fuentes consultadas o sugeridas al final del posteo.

Los recorridos posibles al interior del blog están activados por los *tags* o etiquetas temáticas que aparecen en cada publicación, así como el agrupamiento de artículos por secciones.



Etiquetas y tags en el blog de Enrique Lacolla

El blog de Alfredo Leuco, es el que menos explota las posibilidades hipertextuales del soporte, ni siquiera se colocan *tags*¹⁰⁵ y las entradas que tienen título y fecha de publicación-, están sin categorizar.



Listado de entradas en el Blog de Alfredo Leuco

¹⁰⁵Como dijimos, en la práctica las etiquetas o tags (palabras clave que denominan su tema) permiten indexar la publicación y recuperarla con un buscador.

El sitio “*Le doy mi palabra*” tiene una actualización regular (cada 2 o 3 días aproximadamente) y se publican editoriales y columnas de opinión del autor que, habitualmente, tienen lugar tanto en su programa en Radio Mitre como en el de Canal 26, ambos con el nombre “*Le doy mi palabra*”. La estructura es simple - en la plantilla WordPress- y respeta el orden cronológico de cada entrada, la cual consiste sólo en un título y un cuerpo de texto, sin imágenes, videos ni hipervínculos. La orientación de lectura, direcciona al usuario a seguir en el último texto posteadado. Vemos que se emula la estructura narrativa del periodismo gráfico tradicional.

La plantilla permite hacer *scroll* en la página web hacia abajo donde se encuentran las notas más antiguas. En el margen derecho encontramos enlaces a las “notas recientes” del propio blog. Cuenta con un buscador de archivos de notas del autor por año y mes. También cuenta con un buscador general que remite a notas del sitio al ingresar palabras claves.

El blog de Claudio Fantini, incluye una pestaña con referencias a los medios donde trabaja, pero el enlace no lleva a una página externa sino a una interna con las notas publicadas en ese medio. Tiene referencias a su red de Twitter, con un bloque especial para ver sus últimos twists. Referencia a artículos destacados y los más recientes. También a las etiquetas que predominan en sus publicaciones. Los enlaces son todos al interior de la página.

En cambio, en el blog de Mariano Saravia, se trabajan todas las herramientas 2.0 que aporta la plataforma WordPress.org. En cuanto a la *visibilidad*, la página tiene formato de blog, se pueden leer las entradas en orden cronológico mediante *scroll*.

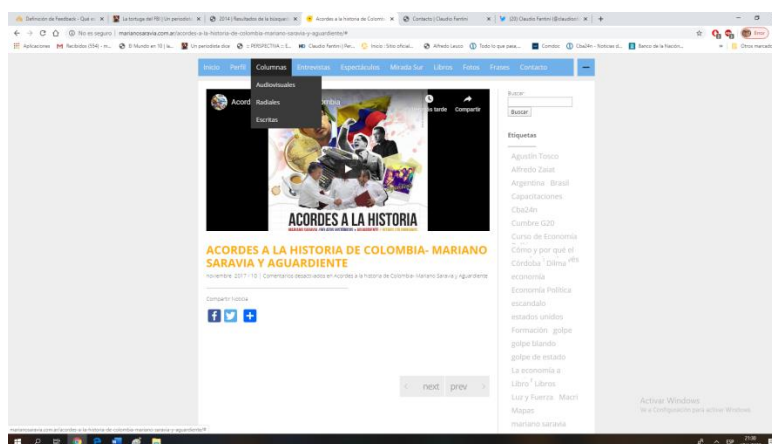
Los textos no ofrecen vinculación entre ellos de forma directa, sino a través de las citas mismas del periodista. En el margen superior se despliegan las opciones de navegación: INICIO PERFIL COLUMNAS ENTREVISTAS ESPECTÁCULOS MIRADA SUR LIBROS FOTOS FRASES CONTACTO. Los contenidos están etiquetados y categorizados por temáticas y palabras clave, lo que facilita la búsqueda y los recorridos de lectura sugeridos por estas clasificaciones.

En todos los casos, el hipertexto electrónico implica un rasgo novedoso en el discurso periodístico en los blogs -tal como sucede en los diarios digitales): el encapsulamiento de la información. Cada título implica el acceso a una entrada independiente, cuyo desarrollo permanece oculto hasta tanto se siga el enlace

correspondiente. En tal caso se están proponiendo nuevas formas de acceder a la lectura que difieren de las que propone el periódico impreso. El recorrido es fundamentalmente indicial en el diario impreso, mientras que en los blogs en la forma de organización textual prima el peso de los componentes simbólicos, que están exacerbados con el uso de múltiples medios y lenguajes de la comunicación.

En este sentido, la *multimedialidad* es una capacidad nueva en el soporte Blog. El complejo de dispositivos técnicos que conforman Internet, junto con sus prácticas sociales asociadas como las redes sociales, hace plausible su uso como un hipermedio que, dada la variedad de materias significantes que articulan pueden introducir las producciones discursivas propias de otros medios tales como la televisión, la radio o los medios gráficos.

En el Blog de Saravia, por ejemplo, se ofrece la opción de la materia significativa en que se presentan las columnas. Como se muestra en la imagen, al clicar el botón de “columnas” éstas están discriminadas según la clasificación: *audiovisuales, radiales o escritas*.



Blog de Mariano Saravia

El botón FOTOS despliega una serie de fotografías que va posteando el autor acorde a las temáticas de la agenda que aborda. Se utilizan herramientas *multimediales*, incorporando textos, imágenes, videos, audios, ilustraciones y diseño gráfico. Así, Saravia sube a la plataforma columnas grabadas en una plataforma de *YouTube*, exclusivas para su blog.

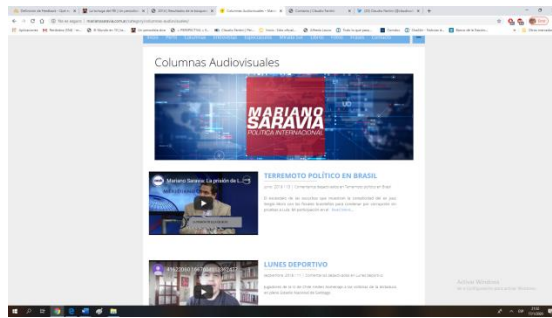
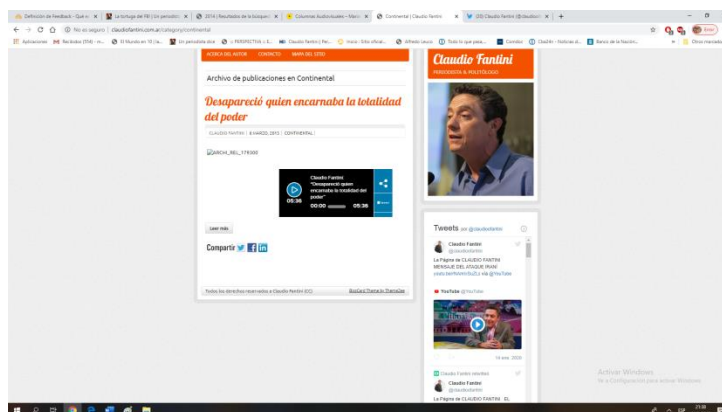


Imagen de las columnas audiovisuales en el Blog de Mariano Saravia

El sitio de Sergio Carreras, cuenta con recursos multimedia sobre todo videos, ilustraciones y fotos. Éstos se aplican en documentos disponibles para descargar, fotos o enlaces a fuentes.

En el mismo sentido, el blog de Claudio Fantini cuenta con herramientas multimedia que se registran en posteos de texto, radiofónicos y audiovisuales. Siempre se realizan de forma separada no conjunta.



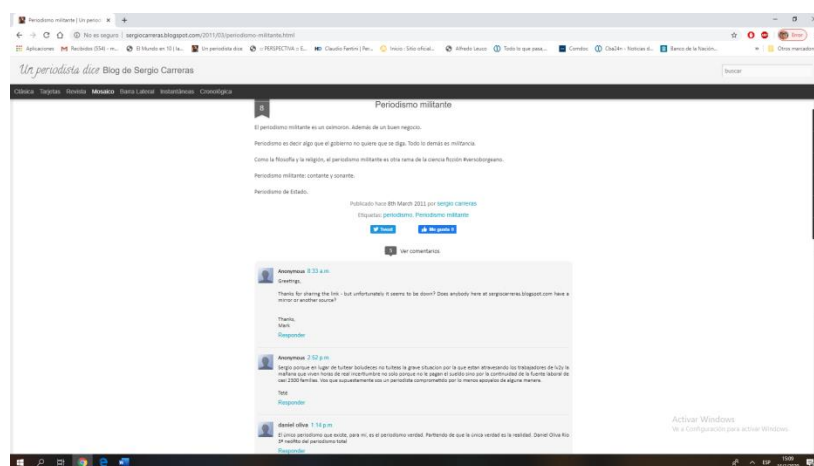
En el gráfico vemos como postea la columna televisiva a través de You Tube en la red Twitter, a la vez que sube el audio de una nota realizada en radio Continental.

Por ejemplo, en el Blog de Claudio Fantini mostramos como el medio puede albergar producciones de otros medios y, a través de un enlace, brindar la posibilidad de ver una nota televisiva o de oír un fragmento de audio radiofónico. De ese modo, el blog de autor se transformaba en una ventana de entrada a determinadas emisoras de radio y canales de televisión, que se transponen en el sitio web. Aparece el “efecto de absorción” (Cuesta y Zelcer, 2002) de los medios gráficos, radio y televisión en el soporte digital.

La producción periodística que antes estaba separada en tres medios, en el blog se hace accesible a través de un solo dispositivo.

Por último, el carácter conversacional esta dado por las posibilidades de interacción, o *interactividad* entre el enunciador y el enunciatario. El Blog cuenta con instancias para interactuar, o sea, el soporte incluye las herramientas interactivas que pueden habilitarse a tal fin, como los comentarios a los posts, el *Tracback* vinculado a las redes sociales en las que participa el autor, desde donde los lectores pueden compartir las publicaciones del periodista; también a través de ranking de notas o la figura del usuario registrado.

Por ejemplo, el blog de Sergio Carreras ofrece la posibilidad de interactuar con sus lectores a través de los comentarios que están activados, lo que contribuye una copiosa participación de los usuarios en el lugar preasignado a los “comentarios” en algunos posts.



Printed de pantalla de los comentarios a un post en el Blog “Un periodista Dice”

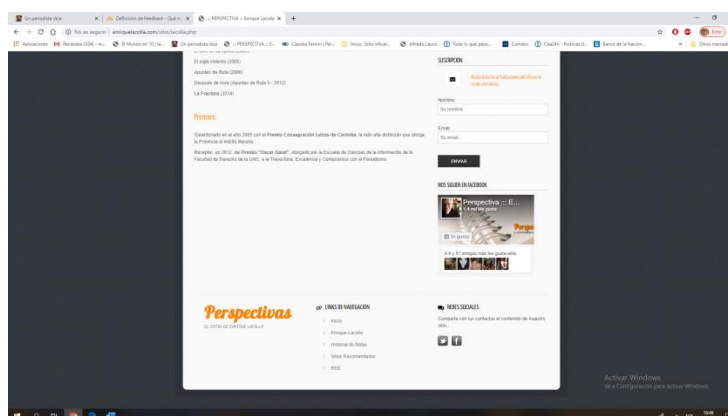
También el blog -que está vinculado a *Twitter*-, permite hacer *Tracback* y compartir un enlace de las publicaciones de Carreras en la red social del usuario. Sin embargo, no se evidencia interacción directa del autor con los usuarios, ni de los usuarios entre sí a través de herramientas como foros de discusión, chats ni wikis. Tampoco la plataforma permite crear un blog a los usuarios dentro de su propio dominio; ni se observan contribuciones de los lectores en los contenidos del Blog. Este blog tiene la posibilidad de suscripción y, por ende, convertirse en un usuario registrado, lo que permite saber qué otras personas visitan el blog y establecer contacto con ellas.

En síntesis, el *feedback* en este blog se puede dar a través de recomendaciones en las redes sociales, a través de comentarios o cliqueando el “Me

gusta” en las publicaciones del mismo enunciador. Además, se puede mandar un mail directamente a la dirección de contacto que está en el perfil del autor.

En el sitio *Perspectivas*, Asimismo, acerca de la *Interacción y Carácter conversacional*, si bien el sitio cuenta con herramientas de interacción, no parece aprovecharse el máximo de las posibilidades que ofrece la plataforma para profundizar el carácter conversacional de la misma. Entre los aspectos que tienden a la interacción vemos que está habilitada la posibilidad de comentarios en cada posteo. Sin embargo, antes se envían al administrador, por lo cual necesitan ser autorizados previamente a su publicación. Se permite hacer *Tracback* (una vinculación) para remitir a la nota o al sitio.

El sitio dispone de herramientas web 2.0 para compartir los contenidos en las redes sociales: *Facebook* (en la ventana que se abre a la derecha vemos el link “Nos siguen en Facebook” y el botón para seguir la página) y *Twitter*.

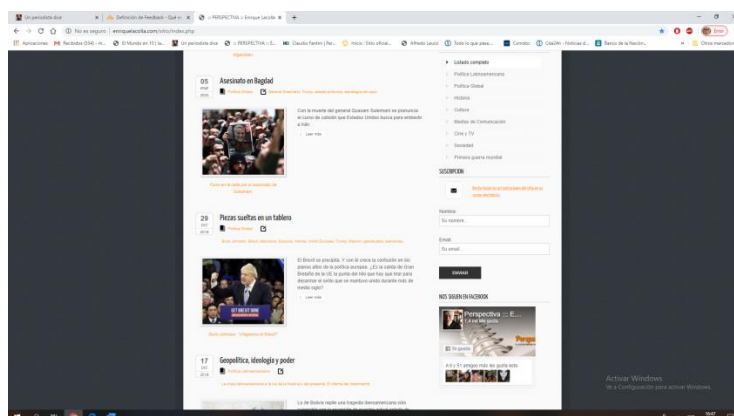


Información y acceso a las redes sociales de Enrique Lacolla

No obstante, no está habilitado el correo electrónico de Lacolla, sólo se puede acceder a su home page en *Facebook* o al *Twitter*, desde donde se lo puede seguir y contactar. El Blog de Lacolla posibilita la suscripción de usuarios. Esta fuente de información tiene contenido que se actualiza con frecuencia. Lo que permite seguir las actualizaciones del sitio. La fuente se agrega a la lista de fuentes comunes cada vez que se suscribe a ellas.

La información actualizada en la fuente se descarga automáticamente en el equipo de sus seguidores y se podrá consultar en Internet Explorer y en otros

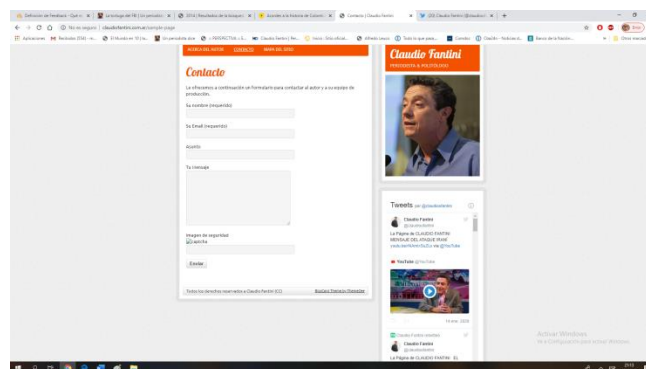
programas. Ofrece a sus lectores la opción de recibir alertas sobre las actualizaciones del sitio en su correo electrónico.



Sitio de Lacolla interpela a los destinatarios para registrarse.

En ocasiones, vemos que el autor postea haciendo alusión al comentario recibido de un lector del blog, por ejemplo, *"En un comentario a la nota del pasado martes 29 de abril, un lector solicitó una opinión respecto a un reciente editorial publicado en Le Monde Diplomatique (...) Debo decir que al menos en lo referido a los aspectos (...) "*. Pero no se evidencia interacción directa con los destinatarios, ni de los usuarios entre sí a través de herramientas como foros de discusión, chats ni wikis; tampoco se evidencian contribuciones de los lectores.

De manera similar, el Blog de Claudio Fantini Existe ofrece la posibilidad de comentar los artículos, pero no se registran conversaciones o debate. Se brindan herramientas socialware para compartir en las redes de Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn. Otra forma de interactuar con el periodista es a través del correo en la casilla de "contacto".



En el sitio de Fantini, se propone al destinatario la manera de tomar "Contacto" con el autor

En el caso del Blog de Mariano Saravia, también se puede interactuar con el periodista a través del correo en la casilla de CONTACTO; y “compartir noticia”, o sea viralizar las publicaciones del blog por las redes sociales del usuario. Aparecen las redes de Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn. El sitio permite al usuario crear su propio blog en la misma plataforma, abrir foros y wikis. Sin embargo, los comentarios a los posts están desactivados, por lo que el soporte no está disponible como espacio de conversación, sino que el autor se prodiga como único enunciador.

Lo mismo se observa en el Blog “*Le doy mi palabra*” que profiere como único enunciador a Alfredo Leuco, a la vez que mantiene desactivado los comentarios y las herramientas 2.0 de interacción. Con respecto a esta categoría de Interactividad en los casos estudiados vemos que lejos de aprovecharse esta capacidad del soporte, no se ha incentivado el carácter conversacional, sino que, como parte de un estilo, el periodismo de autor 2.0 está centrado en la figura del periodista y su enunciación.

En los casos estudiados, -con diferente grado de desarrollo y aplicación entre los enunciadores-, la *hipermedialidad*, la *multimedialidad* y la *interactividad* parecen presentar un fenómeno similar: una posibilidad de producción discursiva brindada desde el inicio por el dispositivo técnico que es empleada como una transposición de medios al soporte blog, conservando el estilo discursivo clásico del periodismo tradicional. En este sentido, podemos pensar que el dispositivo digital produce un modo narrativo (género) híbrido, que recupera aspectos principales del periodismo clásico.

Es decir, el soporte blog se brinda como un nuevo espacio de encabalgamiento o trasposición en el que, la firma y los atributos del autor son el principal criterio de legitimación y ya no el medio de comunicación instituido. Entonces esta hibridez es la mixtura de viejos componentes en nuevos lenguajes. La repetición de lo viejo en un soporte emergente, que produce un nuevo discurso, porque el soporte incide en el decir, en los modos de la enunciación a la que llamamos *periodismo de autor 2.0.*, y que caracterizaremos en el punto siguiente.

5.3. EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0 ¿NUEVO GÉNERO PERIODÍSTICO?

Como anticipamos, es posible relacionar la idea de géneros discursivos como “tipos relativamente estables de enunciados” propuesta por Bajtín (1982:267) con la de formación discursiva (Foucault, 1970), entendida como “un conjunto de reglas anónimas, históricas, siempre determinadas en el tiempo y en el espacio, que han definido en una época dada, y para un área social, económica, geográfica o lingüística dada, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa”.

En este sentido, los géneros periodísticos de la prensa canónica pueden pensarse como géneros discursivos recientes que nacen con las comunicaciones de masas a principios del siglo XX. Los diferentes géneros del discurso informativo se establecen en función del posicionamiento del enunciador en relación con lo que narra respecto de la realidad: si el objetivo del enunciado es informar, interpretar u opinar, encontramos los géneros informativos, interpretativos y de opinión respectivamente.

La propia producción discursiva del periodismo se ordena a través de manuales de estilo¹⁰⁶ y de periodismo elaborados por los propios medios de comunicación institucionales. Los manuales o decálogos instauran las reglas para la presentación, redacción y argumentación de la información, así como posibilidades y restricciones de organización discursiva de los géneros periodísticos (Gomis, 2008).

Una primera distinción se establece entre géneros ficcionales y no ficcionales: el cuento y la noticia. Con el advenimiento de los cibermedios¹⁰⁷ se comenzaron a estudiar las nuevas formas de escritura digital y la dinámica de los cambios en los géneros periodísticos (Albertos: 2001; Díaz-Noci, J.:2004; Salaverría y Cores: 2005; Navarro: 2009 - 2013).

¹⁰⁶ Ver Manual de estilo del diario La Voz del Interior:

<http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/manual.pdf>;

Manual de estilo y ética periodística del Diario La Nación:

<http://www.mdp.edu.ar/humanidades/documentacion/licad/archivos/modulos/inicial/archivos/bibliografia/inicial/MI019.pdf>

¹⁰⁷ En el marco de este estudio, entendemos un cibermedio como el resultado de un proceso generado desde un productor-emisor de contenidos y servicios informativos, mediante estrategias y técnicas periodísticas específicas y adecuadas a las exigencias de las plataformas digitales y a las potencialidades por ellas incorporadas, como el uso integrado de diferentes sistemas expresivos (escrito, gráfico, icónico, auditivo, audiovisual y multimedia), hasta llegar a unos usuarios que pueden seguir, manejar o producir otras informaciones y entablar diálogo o intercambiar papeles con el emisor (Cebrián Herreros, 2009:16).

Acerca de estas mutaciones, entendemos que “la rápida evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han condicionado en mayor medida, la presentación de contenidos periodísticos cuyos tiempos de lectura se observan particularmente fugaces, lo que obliga a una adecuación del mensaje periodístico posibilitando la hibridación de géneros”¹⁰⁸ (Barrios Pérez y otros), lo que supone la eliminación de fronteras en la construcción de los mensajes del periodista en un contexto digital, así como la transformación de los géneros periodísticos clásicos y analógicos.

Para avanzar en el objetivo propuesto en este trabajo, relativo en la definición del *periodismo de autor 2.0* como género disruptivo en los discursos de la información, es preciso comprender algunos aspectos sobre cómo se configura el enunciador en estos sitios personales.

En primer lugar, el lugar del enunciador se construye desde la posición de periodista, asociada al nombre propio, a la condición de autores de los enunciados alojados en sus blogs. Esta característica se hace evidente en las estrategias discursivas de presentación de los blogs estudiados que incluyen un perfil que destaca los antecedentes laborales, premios obtenidos y otras pruebas de su expertiz profesional, que pueden volver a verse detalladamente en el *Capítulo 4*.

Allí identificamos las particularidades de la presentación de sí de los periodistas en donde aparece la conformación del *êthos* “yo periodista; yo-autor” que pone de relieve el valor del nombre propio como principal rasgo identitario del blog periodístico. Cabe recordar que en este trabajo no nos referiremos a un periodista autor como un sujeto empírico con intención de producir un efecto; sino que hablaremos del *periodismo de autor* -al que consideramos un nuevo género- y funciona como un efecto del discurso producido en la enunciación por un enunciador que se construye a sí mismo como autor. Un enunciador que constituye un *êthos* que se proclama como autor.

En este sentido, la función-autor con un enunciador más personalizado y menos institucional u objetivo, generaría un efecto de autenticidad, confiabilidad, estilo personal, y originalidad en el relato.

¹⁰⁸ EN: Barrios Pérez, Vázquez y otros (2016) “Hacia la evolución de los géneros periodísticos Lenguaje para un medio periodístico digital” Revista Iberoamericana de Ciencias Vol. 3 N°5, octubre 2016. Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Universidad Veracruzana, México.
<http://www.reibci.org/publicados/2016/oct/1800108.pdf>. ReIbCi – octubre 2016 – www.reibci.org

La *santidad del autor* (Foucault, 1070) otorga legitimidad a este periodismo-sacerdocio, a este oficio entregado a buscar la verdad, a denunciar lo velado a echar luz sobre los entramados ocultos al sentido común. Recordemos el post “Delicias del periodismo” en el que Carreras habla del periodismo como:

“Este oficio es un abre puertas a jardines ajenos, a intimidades extrañas, a mundos que laten al lado nuestro y que ignoramos hasta el instante mismo en que nos invitan a entrar y conocerlos”. (SC.3)

En todos los casos estudiados, se buscan y presentan modelos a seguir en la profesión, lo que es una operación de proyección de la propia identidad por asociación a los valores de los personajes recuperados en el discurso. Así, el enunciador se posiciona frente al oficio que lo constituye como sujeto discursivo, a la vez que proyecta su *êthos* de periodista independiente regido por la ética profesional que lo legitima, como es el caso de Carreras cuando dice:

“Sin periodismo no existen sociedades libres, con periodismos domesticados y militontos sólo crecen los autoritarismos, las hegemonías y las formas degradadas de organización política. El periodismo de investigación es un remedio, generalmente débil, solitario e insuficiente, para combatir esas aberraciones.” (SC.5)

Podemos decir entonces, que el *periodismo de autor 2.0* sería una categoría que platea la hibridación de géneros entendida como una cierta "contaminación" entre unos y otros géneros, pero donde predomina fundamentalmente la opinión e interpretación asumida en primera persona. La realidad como tópica de la información se mixtura con la posición autobiográfica del autor, que se impone como testigo de lo narrado, como voz autorizada y experta lo que otorga efecto de verdad y promueve la identificación del destinatario.

En este mismo sentido, aunque no aborda en su corpus el estudio de los blogs personales específicamente, Samella (2018:21) también observa en general que los weblogs periodísticos se constituyen en un formato específico que expresa la hibridez entre el discurso periodístico-informativo y las narrativas yoicas y sus características implicarían un modo novedoso de configuración discursiva en el

campo de lo mediático que genera tensiones en los modos hegemónicos del discurso informativo-periodístico.

El discurso en los blogs periodísticos comparte con las bitácoras personales el hecho de incurrir en el terreno del espacio biográfico dado que se enuncian desde la primera persona del singular y su narrativa se articula, como vimos, de acuerdo a las modalidades del hipertexto.

Los criterios de noticiabilidad (Martini, 2000) para la publicación de un posteo no solo dependen del lugar que ocupa el tema en la agenda mediática, sino que también interviene la afectación personal del periodista 2.0, dada la relevancia que adquiere la presencia de lo autobiográfico en las narraciones que tienen como objeto la realidad y como esfera de referencia el periodismo. En la recurrente tematización de la interioridad emocional se va hilvanando el relato de los acontecimientos. De ese modo sale a la luz “el mundo de la afectividad y las pasiones, no ya en virtud de los grandes asuntos sino en el detalle más nimio de su domesticidad” (Arfuch, 2002:81).

A su vez, el despliegue de la extimidad en la argumentación, los deslices de lo íntimo-privado en el discurso periodístico y la espectacularización de la personalidad del periodista puede verse en relación con los procesos de estetización de la vida cotidiana y en la tendencia que destaca Debord (1999:18) como “la severa lógica del espectáculo que domina por todas partes la creciente diversidad de las extravagancias mediáticas”.

Por ejemplo, cuando Saravia (MS.4) postea:

“La semana pasada tuve la posibilidad de estar en Chile con un grupo maravilloso de 20 cordobeses y cordobesas”; o cuando Carrerasrelata: “Pero cuando salí a la vereda sentí que acababa de bajarme de una máquina del tiempo...” (SC.3)

El discurso está centrado en la expresividad del *êthos*, y se manifiesta en diferentes matices narrativizando el yo, donde los autores se definen a sí mismos como periodistas, como un “cronista de lo cotidiano y testigo crítico de lo que acontece” (Samella, 2018: 280), permitiéndose la exposición de su intimidad y la puesta en escena de su propia interioridad.

Esta inscripción del yo en el enunciado, del nombre propio, de la atestación produce el efecto de dar autenticidad al enunciador, lo propone como un sujeto real, que da testimonio de lo que ha vivido. Narra los hechos y se narra a sí mismo. El punto de vista personal del periodista autor y su emocionalidad puesta en juego son suficientes como criterios de noticiabilidad. Lo observamos, por ejemplo, en *"Puteadas contra el cáncer"* (SC.6)

Además, como ya dijimos, el enunciador proferido como periodista 2.0. establece una relación comunicativa con un nuevo destinatario digital: el lector-usuario. La relación entre ambos expresa las modificaciones socioculturales que se cristalizan en las nuevas modalidades de decir del hipertexto informativo. En el mismo, hablamos de una enunciación que interpela más directamente a un destinatario más autónomo y activo, lo que representa una actualización de los términos del contrato de lectura e intercambio entre este enunciador (periodista/autor) y aquel enunciatario (lector/usuario).

Como apuntan Cuesta y Zelcer (2002) solamente la organización hipertextual ya implica la construcción de un enunciatario especialmente complejo: al mismo tiempo que consume, produce. Se trata de una imagen de lector que determina el circuito de lectura mediante la activación de un recorrido particular frente a una gran variedad de circuitos alternativos ofrecidos por el enunciador.

Este acuerdo está estrictamente delimitado por la manera en que se construye la información en el discurso y cómo ésta se significa como verosímil.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Nos propusimos como objetivo principal de esta tesis identificar las características de las nuevas formas de escritura digital en los blogs personales de los periodistas y la particular inscripción de su subjetividad en el discurso; entender si esta modalidad constituye una modalidad emergente y, en consecuencia, proponer al *periodismo de autor 2.0* como nuevo género periodístico en la Argentina de principios de siglo XXI, con características distintivas vinculadas a las interacciones digitales.

En primera instancia caracterizamos la presentación de sí o *êthos* de los periodistas en la modalidad que hemos denominado *Periodismo de Autor 2.0*. a fin de identificar las operaciones discursivas y condiciones de producción que han llevado a que periodistas consagrados -posicionados como enunciadore-, asuman este nuevo modo de narrar en sus blogs/ sitios personales.

En este sentido, especificamos las preguntas-problema para interpelar al corpus de estudio, con el fin de identificar cómo operan las estrategias discursivas y morfológicas de la interfaz en la proyección de la identidad o *êthos* digital en la enunciación.

Asimismo, nos preguntamos si en las publicaciones posteadas por los periodistas manifestados como autores, aparecían indicios de un nuevo contrato de lectura entre el enunciador y sus destinatarios, aquí configurados como lectores/usuarios/seguidores.

A partir del análisis realizado al corpus, pusimos a prueba las hipótesis planteadas como respuestas tentativas al problema, y pudimos demostrar que estamos ante la presencia de un novedoso género periodístico que configura un nuevo sujeto de la enunciación y que produce determinados efectos de sentido en el discurso periodístico. En virtud de ello, podemos decir que, bajo las condiciones de mercantilización de los medios tradicionales, la transformación de sus rutinas de producción y consumo y la crisis de legitimación que ha puesto en jaque la credibilidad de las mediaciones tradicionales, el *Periodismo de autor 2.0* es un género emergente, dado por la urgencia del periodista de recuperar el nombre propio como garantía de confianza que le permite refundar el contrato fiduciario

con el nuevo destinatario de las comunicaciones en el soporte blog, -al que denominamos lector/usuario, y que la construcción de su yo digital le permite colocarse como garante de la profesión, ligado a la posibilidad de superar las limitaciones de los medios institucionales, conservando la posición ocupada y fortaleciendo el *êthos* "soy periodista". En efecto, en los blogs se despliegan dispositivos de enunciación más subjetivos, en los que la primera persona se presenta como garantía de un decir verdadero, de un *êthos* y un *pathos* que vinculan la personalidad a diferentes fetiches de un universo periodístico heterogéneo (imparcialidad, experticia, investigación, honestidad, compromiso con el pueblo, etc.), de una composición autobiográfica en la que el propio autor es a la vez personaje, testigo y origen de la verdad.

Pero también, observamos que en ocasiones la presentación de sí mismo configura un *êthos periodístico de autor 2.0* en que el enunciador instala su nombre como marca identitaria, y esto opera como un amplificador del yo fortaleciendo su *êthos* previo e institucional hacia nuevos usuarios y consumidores culturales, adaptando el discurso a los cambios en los modos contemporáneos de construcción de la subjetividad en Internet.

El *periodismo de autor 2.0* como género construye esta nueva posición de enunciación ocupada por los periodistas proferidos como autores del discurso y genera una imagen de sí mismos, que produce efectos de sentido y cumple determinadas funciones que sintetizaremos a continuación a modo de reflexiones finales.

En primer lugar, la proyección del *êthos* para generar credibilidad. Desde el punto de vista de la enunciación, como vimos, las modalidades del decir construyen y dan forma al dispositivo de enunciación. En la presentación de sí el enunciador discursivo de los blogs periodísticos personales moviliza un *êthos* determinado que emerge desde los intersticios de un discurso que se postula transparente, imparcial y verdadero. En todos los casos analizados aparece esta ilusoria transparencia del lenguaje y de la interfaz.

Así como afirma Amossy (2010:200), la escritura periodística gestiona una tensión que le es constitutiva al hacer uso de una pseudo imparcialidad en donde el locutor trata de ausentarse de su discurso y de borrar su *êthos*. En los casos estudiados, la modalidad recurrente es la identificación del enunciador posicionado

como periodista-autor que se dirige hacia un destinatario configurado como un lector/usuario/seguir, incorporando la afectación personal a través del uso del "nosotros" inclusivo para esconder su huella subjetiva.

Sin embargo, a partir de la posición que asume el periodista como narrador de los hechos, como relator del acontecer, como observador que además indaga la realidad, se encauza la construcción de este *êthos* de relator, de testigo fiel del acontecimiento que le aporta a priori un plus de credibilidad.

En los blogs/sitios estudiados se visualiza un marcado culto a la profesión, una exaltación del yo identificado fuertemente con el *êthos* "soy periodista". El campo de la profesión da cuenta de reminiscencias de esta tendencia en los años 60 con el surgimiento del nuevo periodismo como género, en la era pre digital.

No obstante, en el contexto contemporáneo periodistas consagrados recurren a las diversas herramientas de autoconstrucción y de autoexposición disponibles en internet apropiándose de estos instrumentos, generando estrategias para la presentación de sí, en la cual emerge el narrador como más importante que el relato. O al menos, la validación del discurso está dada por la legitimidad que el nombre propio le confiere a lo dicho.

En segundo lugar, la personalidad como valor en sí mismo. La creciente espectacularización del yo en Internet se reproduce en los discursos de los blogs periodísticos. El texto aparece como la expresión auténtica del genio del autor. El nombre aparece como una facilidad, un juego de poder que transforma al yo autoral en una marca. Desde esta perspectiva, los periodistas encuentran en las redes y en los sitios web una posibilidad de superar los condicionamientos y la crisis de representatividad del medio tradicional y conservar la posición ocupada, poniendo en valor su trayectoria como un logro de la personalidad de quien habla.

Por tanto, restablecer el nombre propio en un blog personal a algunos periodistas como Enrique Lacolla, Mariano Saravia o Sergio Carreras les supone actualizar la credibilidad que fueron perdiendo a partir de la crisis de representación de los medios tradicionales. La ocasión de construir su doble digital los redime del universo caótico de los signos vacíos sin referente real en que se han convertido las noticias como efecto de la posverdad.

En otros casos, como el de Alfredo Leuco o Claudio Fantini quienes replican las mismas notas en sus publicaciones tradicionales y el blog-, podemos decir que no hay divergencia en las tópicas, temas y abordajes entre los medios y soportes que utilizan, y que en la mayoría de los casos el blog sirve para viralizar los discursos periodísticos que producen en los otros medios.

Allí, el blog funciona como amplificador, como vidriera del trabajo periodístico en otros medios y plataformas. La presentación del periodista en el blog refuerza los atributos y las posiciones asumidas en otros espacios de comunicación masiva donde participa. El medio digital activa la visibilidad del periodista y sirve de vitrina o ventana para ampliar las pantallas de mostración de sí, porque el nombre propio funciona como marca que se consume en diferentes formatos.

Así, el sitio personal sirve para replicar las producciones personales en multi soportes, promocionar sus presentaciones, entrevistas, cursos, fotos, menciones, charlas, libros, referidos al autor.

En tercer lugar, el blog como nuevo contrato de lectura. En los medios tradicionales llegar a tener la "firma" en el periódico equivalía a lograr un nombre en la profesión periodística. El periodista construía su reputación en el marco que le ofrecían los medios de comunicación. A partir de los '90, con la transformación de las rutinas de producción el periodismo de investigación y opinión ha sido relegado por la inmediatez, la síntesis, el poder de la imagen instantánea, la instalación del *infotainment*. El proceso de opacidad de los mass media fue consecuencia de la íntima conexión que existe con los intereses de la economía y del poder político. La crisis de representatividad puso en jaque la credibilidad de las mediaciones de los medios institucionales. La concentración monopólica, la pretensión hegemónica del capitalismo y el proceso de globalización asimétrica en curso tensaron y contrajeron el espacio para la libertad de opinión y el libre albedrío de los periodistas en los medios hegemónicos, donde, además está en juego su relación laboral.

En el periodo estudiado (2006-2017), el *periodismo 2.0* inscripto en la digitalidad del hipertexto, ha posibilitado que algunos periodistas puedan forjar un nombre más allá de los límites del medio y despegarlo de sus condicionamientos. El periodista legitimado en este espacio virtual pudo reposicionarse en el espacio público, salvaguardar su imagen y proyectar un *êthos* ligado al expertiz y la ética

profesional. Asimismo, la construcción de su identidad digital estuvo vinculada con la necesaria refundación del contrato de lectura que le obliga a una mayor autenticidad para no defraudar al nuevo enunciatario.

El contrato de lectura (Verón, 1985) crea un lazo en el tiempo entre el periodista y su público, articulando las expectativas y los contenidos del imaginario de los receptores. Así como los circuitos de producción, circulación y consumo de bienes y servicios se encauzan sobre bases de datos que permiten direccionar y agilizar el encuentro entre el consumidor y el producto garantizando el consumo y la satisfacción del cliente, el consumo de información periodística parece estar cada vez más condicionado a restablecer un nuevo contrato de lectura entre el periodista y sus usuarios/lectores.

Como vimos, las modalidades del decir construyen el dispositivo de enunciación que comporta las imágenes del enunciador y del destinatario, o sea, en este vínculo se articulan la imagen del que habla y la imagen de aquel al que se dirige el discurso. Dado que el enunciador se muestra y propone un lugar al destinatario, el cimiento de ese nuevo pacto sigue anclado en la credibilidad del autor, del nombre propio, atributo que se había ido desdibujando en la cadena de producción informativa de las empresas periodísticas tradicionales.

En cuarto lugar, el blog como espacio de legitimación. El discurso periodístico proferido en los blogs o sitios personales opera como un espacio de proyección de identidad y construcción de una imagen personal positiva atada a la ética periodística siempre latente en el discurso. Así, en los sitios se despliegan frases con alto contenido ético -que replicadas en Facebook o Twitter-, siempre muestran lo mejor de sí del autor.

En la enunciación se construye un *êthos* de autoridad y legitimidad recuperando la afectación personal, apelando a las emociones, lo que entra en tensión con la tentativa de borrar las marcas de su subjetividad en pos de un periodismo objetivo.

Esta (seudo) imparcialidad -dado que la objetividad discursiva por definición es imposible-, se manifiesta en la orientación argumentativa presente en las publicaciones. Los artículos se estructuran bajo la ilusión realista en donde el periodista asume la identidad de un referente capaz de reflejar la realidad tal cual

es. Estos efectos de objetividad o "efectos de lo real" (Barthes, 1987: 179-186) configuran un *êthos* de seriedad, compromiso y responsabilidad enunciativa que se inscribe en el estilo propio, en los valores sobre los que se apoya y en las nociones, a veces implícitas, que le permiten crear un cuadro de lo real.

Por ello, el enunciador construye su identidad de manera indirecta, y por definición, queda en deuda con el *êthos* que proclama y con el que proyecta. Sin embargo, es el mismo destinatario del discurso quien lo redime en esta doble imagen. Así, en la construcción de la imagen del periodista juega un papel importante el *êthos* previo en función de los estereotipos, en tanto imagen que el público/usuario se hace del locutor en función de su estatus, de su reputación o de su decir anterior.

En los discursos asistimos a una ponderación del *êthos* previo o prediscursivo que remite a estereotipos profesionales, a la imagen pública y reputación personal que ha construido cada periodista a lo largo de su trayectoria. Podemos inferir a partir del análisis de las publicaciones, que el enunciador que profiere la posición de periodista/autor le habla a un destinatario con quien existe un pacto de lectura que lo reivindica de la supuesta neutralidad y del simulacro de la borradura enunciativa.

En quinto lugar, el blog periodístico como espacio biográfico. Si tenemos en cuenta que en general los blogs periodísticos no están financiados, el rédito económico no sería una finalidad que justifique su apropiación, más bien, puede pensarse como un espacio donde los periodistas pueden decir aquello que nunca expondrían en los medios tradicionales donde trabajan.

La comunicación digital si bien cuenta con muchísimo material desechable, se plantea como un medio, como posibilidad de salir de la servidumbre de los medios hegemónicos. Por ejemplo, si consideramos las formas contemporáneas en que se construye la subjetividad en Internet (Samella, 2018), veremos que en los blogs periodísticos de autor importa lo que se cuenta, como se cuenta, pero sobre todo quien lo cuenta. En esta instancia seguramente actúa el resurgimiento del mito del autor (Sibilia, 2008); en este nuevo modo el yo enunciador posicionando como periodista, funciona como fuente de autenticidad. Termina siendo más importante quien lo dice que lo que se dice. El narrador es el relato, anclado en el yo autor, el yo periodista, el nombre propio, la "atestación" (Arfuch, 2010:59).

Puntualmente, es interesante pensar qué sucede cuando un periodista postea en su blog personal o en Twitter una opinión que no publicó en el medio institucional donde trabaja, quizás el periodista encuentra un “espacio biográfico” (Arfuch, 2010) donde poder decir aquello que nunca expondría en otros medios, y a su vez está amparado por el nuevo contrato de lectura con el lector/usuario que le obliga a una mayor autenticidad para no defraudarlo frente a un contexto de incertidumbre informacional. Este interrogante escapa al objetivo de nuestro trabajo, pero queda abierto para futuras indagaciones.

Sin embargo, en algunos de los casos estudiados observamos que la institución de una identidad y la proyección de una imagen pública están asociadas a la necesidad de los periodistas de crear una identidad digital no enmarcada en el medio de comunicación hegemónico, con el que mantienen una relación de dependencia laboral. En este modo de ser del yo digital, en que se extrema la espectacularización de la personalidad del periodista, termina siendo más importante “quién dice” que lo que se dice.

La legitimidad de lo dicho está sostenida en la presentación de sí mismo que despliega el enunciador en el blog personal y la aceptación de este *êthos* por parte del enunciatario, en una suerte de actualización del vínculo entre ambos. En este sentido, el yo digital permite recuperar ese ideal, esa imagen romántica del periodista comprometido, que otrora forjó el contrato de lectura con sus lectores y que hoy reformula en la construcción de un fuerte *êthos periodístico de autor 2.0*. Como resultado de la investigación también se han podido identificar diferentes formas de enunciación política y profesional, y cómo el discurso apela al destinatario a través del *pathos* y la puesta en juego de las emociones.

En sexto lugar, el periodismo tematizado en los blogs. Los periodistas y el periodismo aparecen como topo recurrente en las publicaciones del periodismo de autor 2.0. y la posición del enunciador se configura siempre desde un lugar ético, como dijimos. El periodista 2.0 hace alarde de todos los atributos que refuerzan el estereotipo del buen periodista y despliega su *êthos* de autenticidad, de periodista legitimado por sus procedimientos y por la ética periodística (búsqueda de la verdad, objetividad ante los hechos e independencia en el juicio, fuentes de información confiables, etc.). Aparecen tematizados el rol en la sociedad, la

transparencia, la honestidad, la imparcialidad, el compromiso. En los blogs hay publicaciones recurrentes sobre la prensa, los periodistas y las tensiones vividas en el ejercicio de la profesión. Como vimos reflejado en el análisis del corpus, se hace referencia a los buenos y los malos periodistas, los perseguidos y los comprados por una u otra facción del poder. La censura y la libertad de prensa son temas de agenda en los blogs estudiados, aunque no estén visibilizados como temas de la actualidad en la agenda de los medios tradicionales.

Eliseo Verón postula que la actualidad es una construcción producida por los discursos mediáticos (informativos de televisión, flashes radiales, artículos en los diarios, etc.) y concibe la actualidad como “la producción de la realidad social como experiencia colectiva”, es decir como un fragmento de lo real social (Verón, 1983a).

En este sentido, el hacer profesional del periodista, el periodismo y los medios se instala en la construcción de la realidad como un tema de interés colectivo, que es abordado específicamente como un topoi, o bien, se hilvana como subtema en la trama de otros contenidos informativos.

En séptimo lugar, el nombre propio como garantía de autenticidad. El *periodismo de autor 2.0* en los blogs y sitios personales surgió y se consolida en un contexto de tensiones, a causa de los condicionamientos sufridos por los periodistas para ejercer la profesión sumado a la crisis de legitimación de los medios institucionales.

Como vimos, otra dimensión influyente en esta tendencia creciente al uso del blog personal por parte de los periodistas, se relaciona a la opacidad de los procesos de construcción de la noticia en los medios y redes sociales, y el consecuente problema sobre la verdad que ha generado.

Con la transformación de las rutinas de producción de la noticia en los medios tradicionales, son cada vez más reducidos los tiempos para el periodismo de investigación y de opinión fundada en la argumentación profunda. Además, se ha puesto en cuestión la imparcialidad de los medios por su función de empresas y la evidencia de sus clivajes relacionados a los intereses de los poderes políticos y económicos de la sociedad.

En este marco el periodista ve licuada su imagen y lo que está en juego es la propia reputación como profesional. De ahí que la visibilidad en las bitácoras le

permite recuperar el nombre propio como garantía de credibilidad para refundar el contrato de lectura con el lector/usuario, ante la evidente mercantilización de los medios tradicionales y la transformación de sus rutinas de producción en donde el periodismo de investigación y opinión tienen cada vez menos espacio/tiempo.

En este sentido, si consideramos el proceso de reconocimiento e interpretación (consumo de mensajes de los públicos) queda abierto el interrogante sobre si es posible pensar que el destinatario que entabla un vínculo con el periodista -con quien comparte un contrato de lectura -, acaso ¿quiere ver el mundo a través de los ojos del enunciador?, será que ¿los hechos pasan a un segundo plano y la interpretación de los mismos inscripta en un *êthos* determinado constituye la atracción primera en esta relación tácita de identificación?

Finalmente, el blog periodístico como soporte de un nuevo género discursivo. El blog o sitio personal es un formato de publicación web que presenta una jerarquía de textos, imágenes, objetos multimedia y datos en orden cronológico. Exige de sus autores unas capacidades técnicas mínimas y permite a éstos incorporar contenidos (publicaciones o post) con cierta frecuencia. El blog es el soporte de un género discursivo, es decir representa un conjunto de textos que se caracterizan por presentar ciertas regularidades en su configuración retórica, temática y enunciativa. Tales regularidades funcionan como gramáticas que actúan tanto en la producción como en el reconocimiento social de esta clase de discursos.

La enunciación del discurso periodístico en el formato blog o sitio personal tiene características propias de la condición de digitalidad del soporte tales como la autorreferencialidad en los modos y la hipertextualidad en las formas. Estas restricciones impuestas por el medio conceden una mayor libertad del lector para recorrerlo y unas capacidades novedosas que no admitían los medios tradicionales. En este sentido, los aspectos morfológicos de las plataformas blogs (en las plantillas *wordpress* o *blogspot* utilizadas), en la construcción de la identidad digital o presentación de sí mismo interviene una faceta humana y otra técnica. Es decir, el formato ofrece un número limitado de opciones de visibilidad, de formas de mirar y de ser mirado, recorridos de lectura, uso de etiquetas temáticas, que permite desarrollar un proceso de transposición gráfica, sonora y visual que va desde una representación abstracta a una representación técnica sobre el yo mismo.

El primer paso es la puesta en narratividad del yo en la página de inicio, en la que observamos que se homogeneizan las estrategias técnicas para la proyección del *êthos*: la identificación por el uso del nombre propio, la fotografía personal, las imágenes e infografías, el lema y nombre del sitio que funcionan como isologotipos de marca, como los atributos identitarios de un producto que lo particularizan y lo diferencian de otros productos discursivos similares.

Por todo lo expresado, definimos al *Periodismo de Autor 2.0* como género periodístico en Internet y nueva modalidad discursiva, que refiere al ejercicio del periodismo en primera persona desplegado a través de blogs o sitios personales, donde se visualiza una marcada exaltación del yo que se orienta a la construcción de un *êthos* de periodista asociado a la credibilidad, la objetividad, la búsqueda de la verdad y la mirada certera del mundo del sujeto narrador.

En el *Periodismo de autor 2.0* el narrador es el centro del relato. Si en el periodismo tradicional la ecuación se dirimía entre lo que se contaba y cómo se narraba; en este novedoso modo discursivo importa lo que se cuenta, cómo se cuenta, pero sobre todo quién lo cuenta.

En este género del discurso informativo, el enunciador se define por su rol profesional, y su lugar enunciativo se erige desde la posición de periodista. Por tanto, predomina de forma deliberada la puesta en narratividad del *êthos* del periodista. Como vimos en los blogs estudiados, la autorreferencialidad, la valoración de los antecedentes profesionales, la formación y el reconocimiento público forman parte de lo que presentan como su trayectoria o reputación personal que opera como legitimante *êthos* previo.

Son frecuentes y constitutivas de la escritura las pinceladas íntimas, las ocurrencias y las licencias que escapan a los cánones tradicionales del periodismo. En este sentido, el género periodístico se transforma por la influencia de los géneros autobiográficos actualizados en la red, como nuevas maneras de inscribir la subjetividad en los discursos. El *êthos* se construye y se expresa a través de referencias a lo íntimo, a lo cotidiano, humanizando la figura del periodista. El yo experto, el yo profesional, el yo testigo, el yo mediador, el yo comprometido, el yo auténtico, el yo reconocido, el yo legitimado, el yo real.

No obstante, el *Periodismo de autor 2.0* se perfila como un género discursivo híbrido, que, si bien tiene características distintivas que permiten identificarlo como una ruptura en el campo discursivo, replica las mismas distinciones ideológicas que las que se pueden encontrar en el campo periodístico más amplio. Es decir, que se hable en nombre propio no modifica las divisiones ideológicas y las disputas de sentido que se producen en los medios de comunicación masivos y tradicionales.

Por tanto, funciona como una sobredeterminación, que viene a demostrar que el autor es siempre una ilusión, una estrategia discursiva, y que en definitiva lo invariable es un orden del discurso. La articulación con la agenda de los medios clásicos puede ser más o menos intensa (por ejemplo, más marcada en Fantini que en Carreras), lo que muestra ya una cierta restricción. Pero también, en el blog “personal” operan ciertas autonomías. Por ejemplo, Carreras cita textos de Página 12, o investigaciones de Verbitsky que no podría publicar en el medio institucional (La Voz del Interior). Ahí, él construye otro clivaje, es autobiográfico, confesional, programático y transgresor; se aleja del periodista tradicional y las constricciones de género en un medio tradicional.

En síntesis, la hibridez *del periodismo de autor 2.0*. se da por el acoplamiento de lo novedoso en lo tradicional. La novedad del fenómeno está fundamentalmente en la enunciación (la primera persona) y en las innovaciones del soporte digital para organizar y articular las materias significantes, que determinan, a su vez, los cambios y continuidades en la construcción del enunciatario en relación con los géneros periodísticos canónicos. El *Periodismo de autor 2.0*. se ofrece como un nuevo espacio de trasposición en el que, el criterio de legitimación es la firma, las propiedades y capitales del autor, y ya no el capital simbólico de los medios institucionales.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, D. y RODRÍGUEZ E. (2010): Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. En "Zona próxima" Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte, Colombia. Nº 12 enero-julio, 2010.

ALBERTOS, M. (2001): El mensaje periodístico en la prensa digital. Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico. ISSN: 1134-1629, n 7, 2001, pp. 19-32. Disponible en: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-3-Pone/7-3-01.htm[Accedido: 03 de septiembre de 2014].

ALBARELLO, F. (2011): Leer/navegar en Internet. Las nuevas formas de lectura en la computadora. Argentina: Ed. La Crujía.

ALBORNOS, L.A. (2006): Periodismo digital: los grandes diarios en la Red. Buenos Aires: La Crujía.

ALBORNOS, M. B. (2010): Blogs, artefactos y política. Íconos. Revista de Ciencias Sociales, 37, 65-74.

ALSINA, R. (1989): La construcción de la noticia. Madrid: Paidós

ÁLVAREZ TEIJEIRO, C Y FARRÉ, M. (2002): "Medios de comunicación y la protesta social". Buenos Aires: La Crujía.

AMADO SUÁREZ, A. (2016): "Política Pop. De líderes populistas a telepresidentes". Argentina: Paidós.

----- (2008): "Fuentes y Lenguajes: factores de incidencia en la agenda mediática", en V Jornadas de Investigación en Comunicación: La comunicación como ámbito de construcción de la realidad social", UNGS, 5-6 de noviembre. Disponible en: www.catedraa.com.ar

AMADO, A Y RINCÓN, O. [eds.], (2015): "La comunicación en mutación. [Remix de discursos]". Bogotá: Ed. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES.

AMOSSY, R. (2010) : La présentation de soi. Ethos et identité verbale. Paris : Presses Universitaires de France, Collection L'interrogation philosophique.

----- (2010) : L'argumentation dans le discours. Paris: Armand Colin.

----- (2009): "La naturaleza dual de los derechos de autor de imágenes," Argumentación y Análisis del Discurso [En línea], 3 | 2009 publicada el 15 de octubre de 2009, Consultado el 10 de noviembre de 2014. URL: <http://aad.revues.org/662> Editorial: Universidad de Tel Aviv <http://aad.revues.org> <http://www.revues.org> Documento disponible en línea en: <http://aad.revues.org/662> [Accedido: 10 de noviembre 2014].

----- (2008): "Dimension rationnelle et dimension affective de l'*ethos*", en Miguel Rinn, Émotions et Discours. L'usage des passions dans langue, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

----- (1999): "La noción de *êthos* de la retórica al análisis del discurso". Tomado de Amossy, Ruth (Dir.) (1999) – Images de soi dans le discours. Lausanne-Paris: Delachaux et Niestlé. Traducción Juan Dothas. Disponible en:

<https://linguisticapsicologia.weebly.com/uploads/6/8/5/9/6859893/amossy-ruth-1999-la-nocio-n-de-ethos-de-la-reto-rica-al-ana-lisis-del-discurso.pdf>
[Accedido: 13 de marzo de 2018]

AMOSSY, R. Y HERSCHBERG P. A. (2001) Estereotipos y clichés. Argentina: Editorial Eudeba.

ANSACOMBE, J-C. (1995): Teoría de los Topoi. Paris: Ed Kimé.

ANDACHT, F. (2003): "Joseph Ransdell entrevistado por F. Andacht", De Signis, No.4, 2003: pp.221-234 – versión original inglesa "Iconicity revisited: an interview with Joseph Ransdell, en RS/SI, Vol. 23, No. 1-3, (2003): pp. 221-240.

ANDREWS, P. (2007): "Is Blogging Journalism?" Nieman Reports, 2003, Vol. 57, nº 3, Fall, pp. 63-64.

ANGENOT, M. (1982): La parole Pamphlétaire. Typologie des discours modernes, Payot: Paris

----- (1998): Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias. Córdoba, Argentina: Ed UNC.

----- (2010): El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible. México: Siglo XXI.

ARCILA, C. (2011). La presentación del sí-mismo en los entornos virtuales. Comunicación, identidad y alteridad en chats, blogs y redes sociales. Saarbrücken, Alemania: Editorial Académica Española / LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co.

ARCILA, C. (2006). El Ciudadano Digital. Una aproximación al individuo posmoderno inmerso en un caos de información. Revista Latinoamericana de Comunicación "Chasqui" (93).

Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/160/16009304.pdf>

ARFUCH, L. (Comp.) (2005): Identidades, sujetos, subjetividades. -2da. ed.- Buenos Aires: Prometeo libros.

----- (2010): El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea. 1ªed, 3ª reimp. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

ARFUCH, L. Y CATANZARO, G. (Comp) (2008): Pretérito Imperfecto: lecturas críticas del acontecer. -1a. ed.- Buenos Aires: Prometeo libros.

ARFUCH, L. Y DEVALLE, V. (Comp.) (2009): Visualidades sin fin: imagen y diseño e la sociedad global. -1a. ed.- Buenos Aires: Prometeo libros.

ARISTÓTELES (1998): Retórica. Madrid: Alianza.

ARNOUX, E. (2008): "El análisis del discurso como campo interdisciplinario", En: Distintas perspectivas de los estudios del lenguaje. Capítulo III Análisis del discurso. PEREIRA M.C. (coord.), 2015. Disponible en: <http://semiologia-cbc-distefano.com.ar/> [Accedido: 2/11/2016]

ARROYAS LANGA, E. (2006): Los blogs: perspectivas individuales en el espacio público. *Global Media Journal* [online], 6 (3). Disponible en: <http://gmje.mty.itesm.mx/arroyas.Htm> [Accedido: 19 de septiembre de 2010].

AUGE, MARC (1993): Los no lugares. Espacios del anonimato. Antropología de la Sobremodernidad. Barcelona: Ed Gedisa.

AUMONT, J. (1992): La imagen. Buenos Aires: Paidós.

BACZKO, B. (1984): Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas. Nueva Visión: Buenos Aires.

BAJTIN M. (1982) Estética de la creación verbal, Ed. SXXI, México.

----- (1993). "¿Qué es el lenguaje?". En Silvestri, A. y Blanck, G. Bajtin y Vigotski: la organización semiótica de la conciencia. Ed. Anthropos. Barcelona.

BAJTIN, M. /MEDVEDEV, P. (1994): El método formal en los estudios literarios: Introducción crítica a una poética sociológica. (Trad. Tatiana Bubnova) Alianza Editorial. 1era Edición. Madrid.

BARANAUSKAS; C. Y DE OLIVEIRA, O. (2004): "Interface de usuario sob a lente de abordagem semióticas", En DeSignis 5. Corpus Digitalis. Semióticas del mundo digital. Buenos Aires: Ed. Gedisa. Pp.51-72.

BARRIOS PÉREZ, VÁZQUEZ Y OTROS (2016): "Hacia la evolución de los géneros periodísticos Lenguaje para un medio periodístico digital" *Revista Iberoamericana de Ciencias* Vol. 3 N°5, octubre 2016. Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Universidad Veracruzana, México. Disponible en:

<http://www.reibci.org/publicados/2016/oct/1800108.pdf>. ReIbCi – octubre 2016 – www.reibci.org [Accedido: 02 de marzo de 2018].

BARTHES, R. (1987): El susurro del lenguaje. Barcelona: Ed. Paidós.

----- (1976) "Retórica de la imagen". En *La Semiología, Comunicaciones* N° 4. Ed. Tiempo Contemporáneo.

----- (1985): La aventura semiológica. Barcelona: Ed. Paidós.

----- [(1957)2002]: Mitologías. Buenos Aires: Siglo XXI.

BAUDRILLARD, J. (2001): La transparencia del mal. Ensayo sobre fenómenos extremos. Buenos Aires: Anagrama.

BAUMAN, Z. (1999): La Globalización. Consecuencias humanas. Sao Paulo, Brasil: Fondo de Cultura Económica.

BECERRA, M. (2004): "Sociedad de la Información: Proyecto, convergencia, divergencia. Buenos Aires: Grupo Ed. Norma.

BECERRA, M. Y BELTRÁN, R. (comp.), (2014): "Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación" / 1a ed. / Buenos Aires: Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia". Disponible en:

<https://martinbecerra.files.wordpress.com/2014/12/medios-y-tic-en-la-argentina-ubacyt-becerra-beltran-2014.pdf>

BECERRA, M. Y MASTRINI, G. (2009): "Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI". Buenos Aires: Prometeo.

BECERRA, M.; MARINO, S. y MASTRINI, G. (2012): "Cartografía de los medios digitales en Argentina", mimeo.

Disponible en <http://es.scribd.com/doc/131089231/Argentina-Mapping-Digital-Media-Castellano>. [Accedido: 14/02/2019]

BENVENISTE, É. (1979): Problemas de lingüística general. -3ªed- Tomo II. México: Siglo XXI.

BERGER, P Y LUCKMANN, T. ([1968] 2001): "La construcción social de la realidad". Buenos Aires: Amorrortu (17ºreimp.).

BLOOD (2003): "Weblogs and Journalism: Do They Connect?" Nieman Reports, vol. 57 nº 3, fall, pp. 61-63.

BOITO, M. E. (2013). Imagen, reproducción, entorno: Topos discontinuos en una reflexión estético-política. La trama de la comunicación, 17(2), 177-194. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282013000200001&lng=es&tlng=es. [Accedido: 23/12/2019]

BOURDIEU, P. (1982): ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos. Madrid: Ed Akal.

----- (1988): Cosas Dichas. Barcelona Gedisa.

BREA, J.L (2004): El Tercer Umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural [online]. Disponible en: <file:///D:/Usuario/Downloads/El%20Tercer%20Umbral.pdf>. [Accedido: 22/10/2018]

----- (2002): La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales [online]. Editorial Centro de Arte de Salamanca. Disponible en: <http://laerapostmedia.net>. [Accedido: 5/10/2010].

BURKE, P. (1996): Hablar y callar. Funciones sociales del lenguaje a través de la historia. Buenos Aires: Ed. Gedisa.

CALVO REVILLA, A. (2002): Lectura y escritura en el hipertexto. En: Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero22/hipertex.html>

CARLÓN M. Y SCOLARI, C. (Eds.) (2009): El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: Ed. La Crujía.

CARLSON, (2007): "Blogs and Journalistic Authority". Journalism Studies, 2007, vol. 8, nº 2, April, pp. 264-279.

CARPINTERO, E. (2017): El concepto de "posverdad": una nueva mentira. En Editorial Revista Topía, Agosto/2017.

<https://www.topia.com.ar/articulos/concepto-posverdad-una-nueva-mentira>.
[Accedido: 30/12/2018]

CASSANY, D. (2012): En línea. Leer y escribir en la red. Barcelona: Ed Anagrama.

CASTELLS, M. (2009): Comunicación y poder. Madrid: Alianza editorial.

----- (2000): La sociedad red. Barcelona: Alianza Editorial.

CEBRIÁN HERREROS, M. (2009): "Comunicación interactiva en los cibermedios", en Comunicar, 17 (33), 15-24, [<http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-001>].

CEBRIÁN HERREROS Y FLORES VIVAR (Eds.), (2007): "Blogs y periodismo en la Red". Madrid: Fragua.

CHARAUDEAU, P. (2003): "El discurso de la información. La construcción del espejo social". Barcelona: Gedisa.

----- (2004): "La problemática de los géneros. De la situación a la construcción textual", en revista Signos, v. 37, nro. 56, 2004.

CHARTIER, R. (1993): Libro, lecturas y lectores en la Edad Moderna. Madrid: Alianza Universidad.

CUESTA, A. y ZELCER, M. (2002): "Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos". Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires – septiembre de 2002. ConferencePaper. Disponible: [file:///D:/Usuario/Downloads/Conformaci%C3%B3n%20de%20gram%C3%A1ticas%20-%20Diarios%20Electr%C3%B3nicos%20-%202002%20\(1\).pdf](file:///D:/Usuario/Downloads/Conformaci%C3%B3n%20de%20gram%C3%A1ticas%20-%20Diarios%20Electr%C3%B3nicos%20-%202002%20(1).pdf)
[Accedido: 12/10/2016]

DA CUNHA, M. V. (2000): "O profissional da informação e o mercado de trabalho", Revista: Informação&Sociedade (Brasil), 10:1 (jan./jun.2000)

----- (2003): "El sistema de las profesiones y el profesional de la información", Rev.Scire. Representación y Organización del Conocimiento.

DEBORD, G. (1995). La sociedad del espectáculo, edición crítica y prólogo de Christian Ferrer, traducción de Fidel Alegre y Beltrán Rodríguez. Ed. La Marca. Buenos Aires, Argentina

DELEUZE, G. y GUATTARI, F. (1988): Mil Mesetas. Capitalismo y Esquizofrenia. Valencia: Pre-textos.

DÍAZ-NOCI, J. (2002): La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

----- (2004): "Los géneros ciberperiodísticos. Una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología". II Congreso Iberoamericano de periodismo digital, Santiago de Compostela, noviembre 2004. EN: <http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/santiago04.pdf>[Accedido: 13/11/2018].

DIAZ NOCI, J. Y PALACIOS, M. [Eds.], (2008): "Metodología para o estudo dos cibermeios. Estado da arte & perspectivas". Brasil, Salvador: Ed. EDUFBA.

DOMÍNGUEZ (2006): "Els "weblogs" com a mitjans de proximitat". Trípodos, nº 18, Pp. 189-201.

DUCROT, O. (1984): El decir y lo dicho. Buenos Aires: Ed. Hachette.

DUCROT, O. y TODOROV, T. (1995): Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje. México: Siglo XXI Editores.

ECHEVERRÍA, M. (1999): "Periodismo electrónico. Procesos de producción y estrategias discursivas" en www.ull.es. Publicaciones/latina. Revista latina de Comunicación Social, Nº 21, septiembre 1999, Tenerife, Islas canarias.

ECO, U. (2010): Nadie acabará con los libros. Barcelona: Lumen.

----- (1994): Seis paseos por los bosques narrativos. Barcelona: lumen.

----- (1979): Lector in fábula. Milano: Bompiani (r. Cast. Lector in fábula. Barcelona: Lumen, 1981).

----- [(1975) 2000]: Tratado de semiótica general. Barcelona: Lumen.

----- [(1968)1986]: La estructura ausente. Barcelona: Lumen.

----- (1984): Semiótica e filosofía del linguaggio. Torino: Einaudi.

EDO C. (2009): “La noticia en Internet: cibermedios, blogs y entornos comunicativos emergentes”, Universidad Complutense de Madrid.

EISNER, L. (2014): “Argumentación didáctica y argumentación polémica en la prensa política de la primera mitad del siglo XX: el anuario socialista argentino como artefacto retórico” En RÉTOR, 4 (2), pp. 123-152. Disponible en http://www.revistaretor.org/pdf/retor0402_eisner.pdf. [Accedido: 28/11/2019]

ENTMAN, R. (1991): “Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents”, Journal of Communication, 41 (4), 1991, p. 6-27.

----- (1993): “Framing: toward clarification of a fractured paradigm”, Journal of Communication, 43 (4), 1993, pp. 51-58

ESCUDERO, L. (2007): “La agenda de los medios”, en Escudero, L. y C. García Rubio (2007): Democracias de opinión. Medios y comunicación política. Buenos Aires: La Crujía (131-151).

----- (1996): Malvinas. El gran relato. Barcelona: Gedisa.

ESTALELLA (2005): “Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible”. Telos, nº 65, octubre-diciembre, 2005. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=65.htm> [Accedido: 20 de julio de 2011].

----- (2012): Ensamblajes de esperanza. Una etnografía del bloguear apasionado. Athenea Digital, 12 (2), 161-174. Disponible en: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.paha/atheneaDigital/article/view/Estalella> [Accedido: 13 de febrero 2015].

FABBRI, P. (1999): El giro semiótico. Las concepciones del signo a lo largo de la historia. Madrid: Gedisa.

FAIRCLOUGH, N. & WODAK, R. (1997). Critical discourse analysis. In: T. Van Dijk (Hg.): Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. Vol. 2. London: Sage.

FARRÉ, M. (2004): "El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual". Buenos Aires: La Crujía.

FLORES Y AGUADO (2006): "Claves de los weblogs y su influencia en la prensa tradicional". Doxa Comunicación, nº 4, 2006, pp. 141-160.

FLORES VIVAR (2008): "Los blogs en la reinención del periodismo y los medios". Revista Diálogos de la Comunicación. Felafacs. Disponible en <https://eprints.ucm.es/8000/2/76JesusFlores-DialogosFELAFACS-2008.pdf>. [Accedido: 15 de Julio de 2013]

FONSECA, H. (2011): JournalofCommunication, n.3 (2011), pp. 154-169. Disponible en <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/viewFile/11907/12272>

FORD, A. (1999): La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires: Norma.

FOUCAULT, M. [(1968) 2010a]: Las Palabras y las cosas. Argentina: Siglo XXI.

----- [(1969)2010b]: "¿Qué es un autor?". Córdoba, Argentina: Ed. Literales.

----- (1970): La Arqueología del saber. México: Siglo XXI.

----- (1976): Defender la sociedad. México: Fondo de Cultura Económica.

----- (1977): "El juego de M. Foucault", en Saber y Verdad. Entrevista publicada en la Revista Ornicar, Nº 10.

----- (1980a): Microfísica del Poder. Madrid: La Piqueta.

----- (1980b): El orden del discurso. Barcelona: Tusquets.

----- (1999): La verdad y las formas jurídicas. (Conferencias IV y V)

Barcelona: Gedisa.

FRANCO, G. (2010): Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción on-line. Centro Knight para Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin. Disponible en: https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf [Accedido: 18 de marzo de 2016]

FRASCAROLI, M. (2006). El fenómeno de los weblogs: algunas implicancias para las ediciones digitales de los diarios. HOLOGRAMÁTICA – Facultad de Ciencias Sociales – UNLZ - Año III, Número 4, V1 (2006), pp 69-86. ISSN 1668-5024 [Accedido: (12/02/2019) de <http://www.hologramatica.com.ar/>]

----- (2008): Los nuevos formatos periodísticos de los blogs o hacia una redefinición de cómo se conocía a los weblogs primariamente. Los blogs periodísticos, sus características y relación al espacio mediático. Razón y Palabra [online] Número Especial, mayo-junio 2008. Disponible en: <http://razonypalabra.org.mx/n62/bolivia/mfrascaroli.html> [Accedido: 11 de abril de 2011].

FUKUYAMA, f. (1992): El fin de la historia y el último hombre. Buenos Aires: Editorial Planeta.

FUMERO, A. (2006): “Anatomía y fisiología de un blog” en La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital, Fundación France Telecom España, s.l., P.200. http://www.fundacionauna.com/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.--

----- (2005): Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog. Telos [online]. N°65, Segunda Época. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=1&rev=65.htm> [Accedido: 5 de julio de 2011].

GARCÍAS CANCLINI, N. (2007): Lectores, espectadores e internautas. Barcelona: Gedisa.

GARCÍA LUCERO, D. Y KOCI, D. (2017): Profesionalización y transformaciones de la actividad periodística en los medios de comunicación. Argentina, Córdoba: Editorial Copi-Pápido.

GARCÍA OROSA Y CAPÓN GARCÍA (2004): "Las bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo de la agenda mediática tradicional". Estudios sobre el mensaje periodístico, nº 10, 2004, pp. 113-128.

GASCÓN, FELIP (2010): F. Gascón, "¿Políticas de la memoria o semióticas del olvido? Ima(r)ginarios sobre comunicación y cambio social", Razón y Palabra, año 15, nº 71. Recuperado el 10 de septiembre de 2010 de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/TEXTOS/1_GASCON_REVISADO_1.pdf - ----- (2003). Transformaciones sociales, redes y políticas de comunicación (1967-2001). Elementos para una ecología política de las comunicaciones. Bellaterra: Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.

GASCÓN, F. Y CARMONA, J. (2018): In-disciplinarse como acto performativo. Revista Latinoamericana del Colegio Internacional de Filosofía, nº 4, "Al paso de la crisis" pp. 97-113.

GIDDENS, A., (1995): Modernidad e identidad del yo. Barcelona: Península.

----- (1997): Vivir en una sociedad postradicional. En: Beck, U., Giddens, A. y Lash, S. Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Madrid: Alianza, 75-136.

----- (2000): Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. México: Taurus.

GIL GONZÁLEZ, JC. (2007): "El *êthos* retórico como fundamento de la persuasión periodística: la función del autor implícito dentro del editorial" (Pp.419-428); En Estudios sobre el mensaje periodístico, Universidad de Sevilla, España Vol. 13.

GOFFMAN, E. (1993): "La presentación de la persona en la vida cotidiana". Buenos Aires: Amorrortu Editores.

----- (1986): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Northeastern University Press, Boston.

----- (1981): *Forms of talk*, Filadelfia: University of Pennsylvania Press.

GOMIS, L. (2008): "Teoría de los géneros periodísticos". Barcelona: Ed. UOC (Universitat Oberta De Catalunya)

HACKETT, R. (1984): "Decline of paradigm? Bias and objectivity in News Media Studies", *Mass Communication Review Year Book*, 5, 1984, pp. 251-271.

IGARZA, R. (2008): *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.

ISLAS CARMONA, J. (2008) "El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad". Disponible en:

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1413/1723> [Accedido: el 15 de febrero de 2019]

JAMBEIRO, O Y PALACIOS, M. (2010): "Brazilian perspectives in digital environments. Communication policies, e-government and digital journalism". Brasil, Bahía: Ed. EDUFBA.

KAYE (2005): "It's a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs". *Atlantic Journal of Communication*, 2005, vol. 13, nº2, pp. 73-95.

KERBRAT ORECCHIONI, C. (1986): *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Hachette.

KITZBERGER, PH. (2005): "Acceso a los medios de comunicación y ciudadanía democrática". En *Revista Diálogo Político*, Buenos Aires Nº1 Pp.11-26

KLINENBERG, E. (2000): Los periodistas 'multiusuario' del Chicago Tribune. Sala de Prensa [online]. Año III, 2(20). Disponible en: www.saladeprensa.org/art142.htm. [Accedido: 1 de mayo de 2009].

KRISTEVA, J. (1969): *Semiótica 1*, Madrid: Ed. Espiral/Ensayo.

LEJEUNE, PH. (1975): Le Pacté autobiographique. Paris: Seuil.

LÓPEZ GARCÍA Y OTERO LÓPEZ, (2007): Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano. Oleiros, La Coruña: Netbiblo.

LÓPEZ HIDALGO, A. y MORENO GÁLVEZ. (2017): "Los retos del periodismo en el siglo XXI. Convergencias mediáticas y nuevas narrativas". En I Congreso Internacional de Periodismo- ACTAS. Convergencias mediáticas y nueva narrativa latinoamericana. Quito, Ecuador: CIESPAL – 2017. Disponible en: <https://ciespal.org/wp-content/uploads/2015/10/ACTAS-Periodismo-FINAL.pdf>[Accedido: 14 de febrero de 2019]. LÓPEZ PAN, F. (2011): "El articulista-personaje como estrategia retórica en las columnas personales o literarias", Anàlisi, 41, 47-68. En: file:///C:/Users/Cesar/Downloads/1191-1983-1-PB.pdf

LUCHESSI, L. (2013): Nuevos escenarios detrás de las noticias: agendas, tecnologías y consumos. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

LYOTARD, J. (1995): La condición posmoderna. Buenos Aires: R.E.I.

MAINGUENEAU, D. (1999a): "*Ethos*, scénographie, incorporation", en R. Amossy (ed.), Images de soi dans le discours. La construction de l'*ethos*. Lausanne. París, Delachaux: et Niestlé, 75-100.

----- (1999b): Términos claves del análisis del discurso. Buenos Aires: Ed Nueva Visión.

----- (2002a): "L'*ethos*, de la rhétorique à l'analyse du discours", en http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/intro_company.html, consultado el 18 de diciembre de 2010.

----- (2002b): "Problèmes d'*ethos*", Pratiques, 113- 114.

----- (2004): ¿'Situación de enunciación' o 'Situación de comunicación?', Discurso.org. 3(5): s/p.

----- (2009): Análisis de textos de comunicación. Buenos Aires: Nueva Visión.

MARAFIOTI, R. y BONNIN, j. (2018): Voces en conflicto. Enunciación y teoría de la argumentación en la audiencia por la ley de medios. Buenos Aires: Editora Universidad Nacional de moreno.

MARCELO Y MARTÍN. (2006): La guía de bolsillo de los blogs. Madrid: Pearson Educación.

MARTIN BARBERO, J. y REY G. (1999): Los ejercicios del Ver. Barcelona: Gedisa.

MARTINET, A. (1974): Elementos de lingüística General. Biblioteca Romántica Hispánica. Madrid: Ed. Gredos.

MARTÍNEZ VALLE, M. (1997): "Medios gráficos y técnicas periodísticas", Buenos Aires: Ediciones Macchi.

MARTINI, S. (2000): Periodismo, noticia y noticiabilidad. Argentina: Ed Norma.

MARTY, R. (1992): "Semiótica del texto: niveles y pasarelas" Signa Nº 1 - Año 1992, revista de la Asociación Española de Semiótica.

MATHESON, N. (2004): "Weblogs and the Epistemology of the News: Some Trends in Online Journalism". New Media & Society, 2004, vol. 6, nº 4, pp. 443-468.

----- (2004b): "Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres". Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies, 2004, vol. 10, nº4, pp. 33-54.

MATTELART, A. Y M. (1997): Historia de las Teorías de la Comunicación. España: Ed. Paidós.

McCOMBS, M. y SHAW, D. (1993): "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas", Journal of Communication, 43 (2), 1993, pp. 58-67.

----- (1972): The Agenda-Setting Functions of the Mass Media, Public Opinion Quaterly, vol.36, 1972.

Mc DONALD, D. (1975): "Is Objectivity Possible?", en MERRIL, J.C. y BARNEY, R.D., *Ethics and the press: Readings in Mass Media Morality*, Hastings House, New Jersey, 1975, pp. 69-88.

Mc LUHAN, M. (1963): *La galaxia Gutemberg*. Toronto: University of Toronto.

MONTERO, A.S. (2011). "Los 'usos' del ethos: acepciones lingüístico-discursivas y sociológicas". VI Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-093/170>

MORÁN (2005): "Un acercamiento crítico a la consideración del weblog como género periodístico". *Razón y palabra*, nº 48.

MOSCO, V. (2009): "La economía política de la comunicación: una tradición viva". Conferencia inaugural del VII Congreso Internacional ULEPICC. (pp. 15 – 50). Madrid: ULEPICC. Disponible en PDF:

<http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/Mosco%20V.pdf>

NARVAJA DE ARNOUX, E. (2012): *UNASUR y sus discursos. Integración regional, Amenaza externa, Malvinas*. Buenos Aires: Ed. Biblos.

NARVAJA DE ARNOUX, E.; Blanco, M. I.; Di Stéfano, M. (2000): "Las representaciones de la lengua y de la prensa en los manuales de prensa en Argentina", *Unidad en la diversidad*, Programa informativo sobre la lengua castellana, sl, 13 de septiembre de 2000, pp. 8.

NAVARRO, L. (2005): "Comunicación mexicana en Internet. Guía de medios en línea", México: Fundación Manuel Buendía, Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

----- (2009): Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. *Revista Científica de Educomunicación*, vol 12, núm 33. Doi: 10.3916/c33-2009-02-003

----- (2012): "Elementos de Ciberperiodismo", México: Editorial Fundación Manuel Buendía.

----- (2013): "La interactividad en los géneros periodísticos de los cibermedios". Razón y Palabra Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación. Número 84 septiembre - noviembre 2013. [Accedido: 25/05/2018] Disponible en:

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N84/V84/09_Navaro_V84.pdf].

ORIHUELA, J.L. (2002): "Nuevos paradigmas de la comunicación". Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui N°077. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito Ecuador.

Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1416>

----- (2004): "Los Weblogs revolución y consolidación". Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui N°085, marzo, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito Ecuador.

----- (2005): "Los weblogs y su identidad como cibermedios". Pp70-82. En: Salaverría, R. (coord.). Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

----- (2006): La revolución de los blogs. Madrid: La Esfera de los Libros.

PAJARES TOSKA, S. (1997): Las posibilidades de la narrativa hipertextual. En: Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero6/s_pajare.htm

PALOMO TORRES, M.B. (2004): El periodista online: de la revolución a la evolución. Comunicación Social, Sevilla.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801234>

PARDO KUKLINSKI, H. (2009): "El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet", en Carlon, M. y Scolari, C. (Eds), El fin de los

medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: Editorial La Crujía, Pp. 251-262.

PARISI, M. (2018): El Periodismo de Autor 2.0 en Argentina: ¿nuevo género periodístico en la construcción de identidades digitales? Index.comunicación, Revista científica en Comunicación Aplicada. Número Especial: “Comunicación digital en Iberoamérica: redes sociales profesionales y procesos”. Dpto. de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Facultad de Comunicación en la Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, España. E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239. [Disponible <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/416>]

----- (2015): Nuevas miradas en la pantalla. Consolidación del documental desde el espacio universitario (Córdoba, 2001/2011). Córdoba, Argentina: Ferreyra Editor.

----- (2011): La representación de los piqueteros en los medios de comunicación. Protesta social y prensa argentina. Alemania: Editorial Académica Española.

----- (2011a): Construcción social de la realidad desde la perspectiva representacional de la semiótica triádica. Revista del Departamento de Estudios Básicos. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Número II – ISSN 2250-8902. UNC. Septiembre de 2011.

----- (2010): El giro lingüístico en las ciencias sociales. Revista del Departamento de Estudios Básicos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Número I, ISSN 2250-8902. UNC. Septiembre de 2010

PARISI, M. y otros (2018): Dilemáticos vínculos en el mundo del trabajo y la cultura: resistencias y ponencias de la auto gestión en ámbitos laborales y político-culturales” (Abatedaga, N. y Williams, J. [Coord.]). Córdoba, Argentina: Ed. Brujas.

PARISI, M. y PROTTI, S. (2013): Comunicación y lenguaje: entre lo biológico y lo cultural. Revista del Departamento de Estudios Básicos. Facultad de Derecho y

Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Número III – ISSN 2250-8902. Abril de 2013.

PAVLIK, J. (2005): El periodismo y los nuevos medios de comunicación. Barcelona: Gedisa.

PARRA, D. (2008): Proceso de transformación de los cibermedios: los retos de las empresas periodísticas. Revista Latina de Comunicación Social, 63, 63-70.

PEIRCE, S.C. (2005): El Icono, El Índice y el Símbolo (1895-1903). Traducción castellana de Sara Barrena, Universidad de Navarra, 2005. Fuente textual en CP 2.274-308.

----- [(1877) 1988]: La fijación de la creencia (1877). Traducción castellana de José Vericat, En: Charles S. Peirce. El hombre un signo (El pragmatismo de Pearce), Barcelona.

----- [(1878) 1988] Cómo esclarecer nuestras ideas (1878). Traducción castellana de José Vericat, En: Charles S. Peirce. El hombre un signo (El pragmatismo de Pearce), Barcelona.

----- (1976): Manuscritos microfilmados. Harvard Library (1931-1958). Collected Papers. Cambridge MA: Harvard University Press.

PECHEUX, M. (1975): Les Verités de la Palice. París: Maspero.

PISANI F. y PIOTET D. (2009): La Alquimia de las multitudes. Como la Web está cambiando el mundo. Barcelona: Paidós Comunicación.

PLANTIN, Ch. (2011): "No se trata de convencer sino de convivir". L'érepost-persuasion". Rétor, 1 (1), 59-83.

PORTO, D. Y FLORES, J. (2012): Periodismo Transmedia. Argentina: Ed. Fragua.

PRENSKY, M. (2001): "Digital Natives, Digital Immigrants". Magazine on the Horizon", 2001. New York. Disponible en marcprensky.com. [Consultado: 30 de septiembre de 2017]

RAMONET, I. (2011): La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales. Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.

----- (1998): La tiranía de la comunicación. Madrid: Debate.

RANSDELL, J. (1986): "On Peirce's concept of Iconic Sign" [Accesible en: <http://www.cspeirce.com/menu/library/aboutcsp/ransdell/iconic.htm>]

RENGEL LÓPEZ (2005): "La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de 'elmundo.es' y 'Guardian Unlimited'". Athenea Digital, nº 8, otoño 2005, pp. 348-369.

SÁBADA, T. (2008): Framing: El encuadre de las noticias; el binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: Ed. La Crujía.

SALAVERRÍA, R. (2005): Redacción periodística en internet. Pamplona: EUNSA.

SALAVERRÍA, R. Y CORES, R. (2005). "Géneros ciberperiodísticos en los cibermedios hispanos". En Salaverría (Coord.) Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. (pp. 145-185). Sevilla: Comunicación Social.

SALAVERRÍA, R. Y NEGREDO, S. (2009): Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90 Media.

SÁEZ VACAS, F. (2004): Más allá de Internet: la Red Universal Digital. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Disponible En: <http://www.gsi.dit.upm.es/~fsaez/intl/Red%20Universal%20Digital/index.html>

----- (2005): «La blogosfera: un vigoroso subespacio de comunicación en Internet», TELOS, 64, julio-septiembre.

SAL PAZ, J.C. (2016): El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de la Gaceta de Tucumán; Aposta Digital; Aposta; 69; 4-2016; 158-216

SAMELA, G. (2018): Subjetividades virtuales: las narrativas del yo en internet. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. [Disponible en: [file:///C:/Users/Cesar/Downloads/Samela%20Gabriela%20Subjetividades-virtuales-%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cesar/Downloads/Samela%20Gabriela%20Subjetividades-virtuales-%20(1).pdf)]

SAMELA, G. y VILLAFANE, L. (2004): Las potencialidades de Internet y la tarea periodística: desafíos y límites. En: VI Congreso REDCOM [online], Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: http://redcom.org.ar/congreso2004/ponencias/po_programa.html [Accedido: 21 de noviembre de 2015].

SANDOVAL, L. (2008): La angustia estilizada. El blog como actuación interpersonal. Diálogos de la comunicación [online], 76. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/wpcontent/uploads/2011/10/76.pdf> [Accedido: 12 de noviembre de 2010]

SARTORI, G. (2001): Homo Videns. La sociedad teledirigida. México: Taurus.

SCHMUCLER, H. (1996): Apuntes sobre el tecnologismo y la voluntad de no querer. Artefacto, 1, 6 -9.

SCOLARI, C. (2004): "Hacer Clic. Hacia una semiótica de las interacciones digitales". Barcelona, Ed Gedisa.

----- (2008): "Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva". Barcelona, Ed. Gedisa.

----- (2014): 'Mediatizaciones. Conversaciones fragmentadas en la Red (I)'. [Disponible en <https://hipermediaciones.com/2014/03/22/mediatizaciones-conversaciones-fragmentadas-en-la-red-i/>]

SENNETT, R. [(2000) 2012]: "La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo". Argentina: Editorial Anagrama.

SIBILIA, P. (2004): "A vida como relato nos 'blogs': mutações no olhar introspectivo e retrospectivo na conformação do 'eu'" [online]. VIII Congreso Luso-afrobrasileiro de Ciências Sociais. Coimbra, 16-17 y 18 de septiembre de 2004, Coimbra, Portugal. Disponible en: <http://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/PaulaSibilia.pdf> [Accedido: 14 de febrero de 2012].

----- (2008): La Intimidad como espectáculo. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

- STEIMBERG, O. (1993): *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Atuel.
- SVAMPA, M. (2006): "Argentina: el retorno a la normalidad". [Disponible En: <http://www.sinpermiso.info/textos/argentina-el-retorno-a-la-normalidad>]
- TALESE, G. [(1961) 2011]: *Retratos y Encuentros*. Buenos Aires: Alfaguara.
- TODOROV, T. (1973): *¿Qué es el estructuralismo? Poética*. Buenos Aires: Lodosa.
- TOFFLER, A. (1981). *La tercera ola*. México: Edivisión.
- TUCHMAN, G. (1978): *Making News*. New York: Free Press.
- URRESTI, M. (2008): *Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet*. Buenos Aires: Ed. La Crujía.
- VALDETTARO, S. (2011): "Mutaciones tecnológicas, formales y culturales: Apuntes para una epistemología de la tecnología". E-book Valdettaro Sandra coordinadora. *El dispositivo-Mc Luhan. Recuperaciones y derivaciones*. Rosario: UNR Editora.
- VARELA, J. (2005): *Blogs vs MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información*. Telos [online], 65, Segunda Época. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65.htm> [Accedido: 5 de julio de 2011].
- VARELA, M. (2009): *El miraba. You Tube. La dinámica del cambio en los medios*. En: M. Carlón y C. Scolari, ed. *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 209-228.
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. (1997): *Discurso político y prensa escrita. La construcción de representaciones sociales*. Barcelona. Gedisa.
- VATTIMO, G. (1990): *La sociedad Transparente*. Barcelona: Paidós.
- VERÓN, E. (1971): "Ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política"; en VERÓN, Eliseo et al.: *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- (1983a): *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa.

----- (1983b) : Il est là, je le vois, il me parle, en Communications N°38 “Enonciation et cinéma”, 1983, Paris.

----- (1985): “El análisis del Contrato de Lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media”, en “Les Medias: Experiences, recherchesactuelles, applications”. París: IREP. Disponible en: http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf [Accedido: 29.9.2019]

----- [(1988) 1998]: La semiosis social. Fragmentos de una Teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa.

----- (1987) “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”, en Verón Eliseo et al.: El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Hachette. Buenos Aires.

----- (1996), “De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía” en Espacios públicos en imágenes. Barcelona: Gedisa.

----- (1999): Esto no es un libro. Barcelona: Gedisa.

----- (2001a): El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Norma.

----- (2001b): Espacios Mentales. Efectos de agenda 2. Buenos Aires: Gedisa.

----- (2004): Fragmentos de un tejido. Buenos Aires: Gedisa.

VIGNA, D. (2014): “La década posteada. Blogs de escritores argentinos (2002-2012)”. Córdoba, Argentina: Alción Editora.

VINELLI, N. Y RODRÍGUEZ ESPERÓN C. (2004): “Contrainformación: medios alternativos para la acción política”. Buenos Aires: Ediciones Continente.

VION, R. (2001): “Effacement énonciatif” et stratégies discursives. En De la Syntaxe á la narratologie énonciative, De Mattia Monique et Joly André (éds). París: Opphrys Pp. 331-354.

VIRILIO, P. (1997): "El ciber mundo, la política de lo peor" Entrevista con Philippe Petit. Madrid: Ed Cátedra, Pp. 13-39.

VOLOSHINOV V. / BAJTÍN M. (1992): El marxismo y la filosofía del lenguaje. Madrid: Alianza Editorial.

VV.AA. (2005): Diccionario de análisis del discurso. Buenos Aires: Amorrortu.

VV.AA. (2005): Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos. Madrid: Esic Editorial.

WALSH, R. (1957): "Operación Masacre". Buenos Aires: Ediciones Sigla.

WINOCUR, R. (2009): "Robinson Crusoe ya tiene celular". México: Siglo Veintiuno Editores.

WOLF, T. (1992): "El nuevo periodismo". Barcelona: Anagrama.

ZANONI, L. (2008): El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0. Buenos Aires, Argentina: Ediciones B.

ZELCER, M. (2009): "'Dispositivos de la Web". XIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina. [Accedido: 25/07/2019]. Disponible: http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_p.php?id=989&idj=10

Páginas consultadas

BERNETTI, J.L (1998): *"El periodismo argentino de interpretación en los '60 y '70. el rol de "Primera Plana" y "La Opinión"*. Ponencia presentada en el IV Congreso ALAIC, Recife, septiembre 1998. Disponible en: http://www.catedras.fsoc.uba.ar/rlevenberg/paginas/bernetti_primera_plana_y_la_opinion.pdf [Accedido el 01/05/2018]

DUPLATT, A. (2012): *"Contratos mediáticos: credibilidad y estrategias discursivas"*. Publicado en Narrativas, nro. 23, abril / junio de 2012. Disponible en: <https://www.narrativas.com.ar/> [Accedido: 5/10/2017]

ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES. SINCA. Sistema de Información Cultural de la Argentina, AÑO 2013, 2017. Disponible en: [file:///C:/Users/Cesar/Downloads/ENCC%202017%20Informe%20General%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cesar/Downloads/ENCC%202017%20Informe%20General%20(1).pdf). We Are Social y Hootsuite. GLOBAL DIGITAL REPORT 2018. Disponible en: <https://digitalreport.wearesocial.com>

ESCUDERO, L (1997) *¿Quién es el autor de las noticias? acerca del contrato mediático de la información*. Revista Sociedad, nro. 11, agosto de 1997, Facultad de Ciencias Sociales / UBA. Disponible en: <https://www.narrativas.com.ar/> [Accedido: 5/10/2017]

GASCÓN I MARTÍN, F. (2019): La semiósfera de lo común. Interrogantes a la cultura digital. II Jornadas de Estudio sobre el Trabajo en Córdoba PreAset, Panel de Apertura: Experiencias Latinoamericanas del mundo del trabajo, el arte y la comunicación. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. 8/05/2019.

SCOLARI, C (2017): EL TRANSLECTOR. LECTURA Y NARRATIVAS TRANSMEDIA EN LA NUEVA ECOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.

<https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-translector-lectura-y-narrativas-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/> [Accedido el 01/06/2019]

TECHNORATI, 2007, 2008, 2009, 2010 y 2011. State of the Blogosphere [online]. Disponible en: <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere>. [Accedido: 13 de febrero de 2013].

Notas Periodísticas

ARFUCH, L. (2002) Se dice de mí. Diario Página 12. Suplemento Radar. 28/07/02 <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/libros/10-215-2002-07-28.html> [Accedido el 21/05/2019]

CHARTIER, R (2010): “Las nuevas tecnologías se acercan al Siglo XVI y XVII” Página/12 (en línea). Nota de Silvia Frieria. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/index-2010-06-13.html> [Accedido: 22 de septiembre de 2018].

FABBRI, P. (2013). La semiótica, los signos y su eficacia, según Paolo Fabbri. Diario La Capital. 18/08/2013. <https://www.lacapital.com.ar/senales/la-semiotica-los-signos-y-su-eficacia-segun-paolo-fabbri-n437786.html>[Accedido el 22/06/2014]

MANRIQUE SABOGAL, WINSTON. (2008). El Yo asalta la literatura. Diario El País. 13/09/2008 [Accedido el 21/06/2019]

https://elpais.com/diario/2008/09/13/babelia/1221262752_850215.html

Sitios Periodísticos analizados

<http://www.claudiofantini.com.ar>

<http://www.enriquelacolla.com>

<http://sergiocarreras.blogspot.com/>

<http://marianosaravia.com.ar/>

<http://www.alfredoleuco.com.ar/>

ANEXOS

ANEXOS

DESCRIPCIÓN DE LOS SITIOS PERIODÍSTICOS ESTUDIADOS

BLOG DE SERGIO CARRERAS

Descripción de las Características Morfológico-funcionales del Blog

Periodicidad y actualización.

Carreras postea en el blog desde el 22/01/2006.

Al comienzo tenía una frecuencia semanal de publicación que paulatinamente comenzó a decrecer haciéndolo cada 15 días aproximadamente.

Interacción y Carácter conversacional.

En cuanto a la interacción con su público, Sergio Carreras cuenta con la posibilidad de interactuar con sus lectores a través de los comentarios que están activados. Pueden observarse comentarios aislados de los usuarios en algunos posts.

También el blog permite hacer Tracback ya que está vinculado a las redes sociales en las que participa el periodista: Facebook, Twitter, y Google +, y los lectores pueden compartir las publicaciones del periodista.

No se evidencia interacción directa del autor con los usuarios, ni de los usuarios entre sí a través de herramientas como foros de discusión, chats ni wikis.

No ofrece la posibilidad de crear un blog a sus usuarios dentro de su propio dominio; tampoco se evidencian contribuciones de los lectores en los contenidos del Blog.

En síntesis, el *feedback* se puede dar a través de recomendaciones en las redes sociales, o bien a través de comentarios en el mismo blog. Además, se puede mandar un mail directamente a la dirección de contacto que está en el perfil del autor.

Existe la posibilidad de suscribirse y, por ende, un usuario puede saber qué otras personas visitan el blog y tratar de contactarse o establecer redes con ellas.

Visibilidad.

La estructura del blog es simple, respeta un orden cronológico en la publicación de cada entrada, la cual consiste en un título (algunas veces) y un cuerpo de texto, con imágenes y enlaces que direccionan a determinadas páginas según el tema tratado. En los temas brindados por BlogSpot existe es la posibilidad de agrupar en categorías los distintos tipos de contenidos según la temática.

Los posts publicados están etiquetados con palabras clave para facilitar el acceso en los buscadores.

Todo el material postado está catalogado de acuerdo a las siguientes categorías: Informes; Investigaciones; Crónicas; Estas etiquetas contienen post que bajo un título y una fotografía el autor invita a leer las notas originales en el diario La Voz.

En la misma barra se pueden clicar los botones: Temas del Blog (por palabra clave); Etiquetas (postea sobre artículos de otros medios y periodistas); Seguidores de Google (para recomendar por G+); Profile (perfil de Carreras); Curiosos (Seguidores en redes sociales)

En el margen superior del blog aparecen opciones de diseño de la página, propios de la plataforma blogspot denominados como “Clásica; Tarjetas; Revista; Mosaico; Barra Lateral; Instantáneas y Cronológica”; al navegarlos el usuario puede elegir el que más cómodo resulte para la lectura del sitio.

No hay una distinción de géneros periodísticos, salvo en la barra de la derecha que (aunque está escondida para un usuario estándar), nos permite filtrar las notas por “informes”, “investigaciones” y “crónicas”. Todo el material postado está catalogado de acuerdo a esas categorías.

En la misma barra se pueden clicar los botones: Temas del Blog (por palabra clave); Etiquetas (postea sobre artículos de otros medios y periodistas); Seguidores de Google (para recomendar por G+); *Profile* (perfil de Carreras); Curiosos (Seguidores en redes sociales)

En el margen superior del blog aparecen opciones de diseño de la página, propios de la plataforma blogspot. Estas son: clásica, tarjetas, revista, mosaico, barra lateral, instantánea y cronológica; al navegarlos el usuario puede elegir el que más cómodo resulte para la lectura del sitio.

Por ello, las opciones de visibilización son predeterminadas por la misma plataforma que utiliza el autor como hosting. Apenas ingresamos al sitio, la forma de visualización es en mosaico. Solo al ubicarnos sobre la foto miniatura de un artículo podemos ver el título y una bajada que nos introduce al tema del mismo. Aun así, esta decisión estética y de navegación no es amigable, sino más bien confusa y desordenada, sin jerarquización de la información y sin una guía clara de recorrido. Cuando accedemos a una nota, esta se despliega y su contenido es sí más tradicional (como en cualquier noticia), y navegamos por ella con *scroll*. Al terminar la lectura, más abajo siguen los comentarios y luego el mismo mosaico del Home para acceder a otros artículos. Esa secuencia no es mala y tiene lógica, pero el

problema principal es el acceso a través del home a información que el usuario pueda distinguir con facilidad para tomar la decisión de lectura en relación al tema, la fecha, el género, etc.

Cantidad de visitas (pregnancia)

No hay mediciones de visitas más allá de la cantidad de suscriptores, me gusta en Facebook, re-tweets y comentarios.

El blog posibilita la inscripción de seguidores a través de Google+, lo que permite seguir las actualizaciones. La aplicación de Google tiene contador de seguidores, contador de visitas y chat de conversación con el periodista.

Al 25/11/2014 el sitio cuenta con 690 seguidores y 494,098 vistas del perfil y su contenido.

Financiamiento.

En el sitio no se evidencia la presencia de ningún sponsor ni fuente de financiamiento.

Géneros periodísticos.

El Blog Un periodista dice de Sergio Carreras está compuesto por textos de diferente naturaleza. Encontramos post con función editorial, de carácter interpretativo, de opinión y de análisis.

En la sección "Informes" reproduce 6 (seis) notas realizadas para el diario La Voz, que pueden linkarse completas y agrega enlaces relacionados a otras notas e informes propios sobre el tema, en mismo medio. Por ejemplo, Ver: El río de los Qom (16/06/2013) donde postea:

"Mi nota sobre la situación de las comunidades Qom en Chaco. Un río que las alimentaba se secó sin aviso. El gran problema del cáncer de cuello de útero y la villa miseria La Mosca. Un médico cordobés que pide que no les envíen limosnas. Así están ahora".

Encontramos los siguientes Post:

Perdido en la gran manzana (08/06/2014)

Cordobaleaks (13/03/2014)

El club de la marihuana (10/03/2014)

Zamora, heredero del feudo (10/03/2014)

El río de los Qom (16/06/2013)

Abogados antipiratas (09/06/2013)

En la sección "Investigaciones"

El caso Marcelo Arias (10/03/2014)

Abusos sexuales en la casa del niño (11/11/2013)

La teóloga que aprendió a torturar (19/11/2012)

Curas, abusos y pedofilia en la Iglesia de Córdoba. (09/09/2012)

El patrón de la villa. (27/08/2012)

Los niños de hielo. (15/05/2012)

El gurú que odia a las mujeres. (12/06/2011)

Enlaces internos/externos.

Los artículos que aparecen en el sitio son de autoría de Sergio Carreras, pero con frecuencia postea enlaces de artículos de otros periodistas en otros medios.

Así, en el blog se facilitan enlaces a artículos o informaciones externas al propio sitio (Enlace externo) generalmente de autoría del propio Carreras. Cuando se accede al texto posteadado, con frecuencia aparecen enlaces a notas o informes publicados por el autor en el Diario La Voz, que impele a visitar. [Ver 09/09/2012. Curas, abusos y pedofilia en la iglesia de Córdoba]. O invita a leer la entrevista publicada en la Revista Random: " Tomás Méndez: el periodista obsesivo"(05/11/2012).

En este sentido utiliza el blog en función autorreferencial. Coloca un título distinto al de la nota original y una bajada en la que invita a leer el artículo de su autoría. Por ejemplo, el 13/03/2014 bajo el título Cordobaleaks, escribe: "Mi nota sobre los episodios cordobeses que aparecieron en los cables de Wikileaks y otros detalles vinculados". y los links remiten a dos notas suyas publicadas un año atrás -del 14/04/2013-, en el Diario local con el título: " Wikileaks reveló detalles sobre el atentado a La Voz en 1975" y "Lo que interesaba al gobierno de Washington".

En ocasiones ha compartido notas de otros periodistas lo que significa que comparte la opinión y la línea editorial de la misma. Por ejemplo, bajo el título "noticias del periodismo militante" publica la nota "Eduardo no se llama así" de Jorge Lanata en Diario Libre. (07/06/2011)

También Carreras postea opiniones fragmentadas a modo de tweet, como por ejemplo la del 08/03/2011 con el título "Periodismo militante" (analizado en el corpus) En la mayoría de los posts se emplea contenido gráfico como Fotografías o ilustraciones referenciales al tema. También apela a otros formatos multimedia

como audio o vídeo, como por ejemplo en "Chantas y artes marciales" (10/03/2014), Carreras enlaza a un blog de EEUU y sube un video de You Tube.

En cuanto al uso de la intertextualidad en función del hipertexto que posibilita la plataforma virtual, vemos en el blog de Carreras un marcado acento autorreferencial en el desarrollo de notas periodísticas o temas de investigación y actualidad, o sea, de acuerdo al tema tratado remite a sus propios artículos y libros. Pero también, como decíamos, dialoga con otros textos publicados por otros periodistas con los que acuerda sobre esa opinión manifestada en particular:

"El secreto de Cáritas", nota de Horacio Verbitsky sobre la Iglesia Católica argentina y las colectas de Cáritas en el diario Página 12 (2/06/2013).

"Papa Pop" enlace a nota de Alejandro Frigerio en diario La Nación (09/03/2014).

También, en Carreras se evidencia la utilización del blog como vidriera de sus producciones literarias, por ejemplo, el post "Niños de Hielo" (15/05/2012) donde dice: "Mañana presento mi tercer libro, Los niños de hielo, editado por la editorial Raíz de Dos. Es una historia potente, cero ficciones. Es una investigación, es el relato de una tragedia ocurrida en las Altas Cumbres en 1986. Les dejo aquí abajo, la nota que apareció ayer en La Voz sobre el lanzamiento del libro".

Asimismo, recomienda y reseña libros de otros autores, como, por ejemplo: "'El Holocausto brasileiro"; "La vida de Spenser Elden"; "Leila Guerriero: una de héroes". A veces, comenta su propia publicación, por ejemplo: "Leila Guerriero: una de héroes Ayer compré y hoy terminé de leer el libro de Leila Guerriero Una historia sencilla. Una joyita. Un bocado exquisito, una molleja en el asador de la literatura latinoamericana. Digo literatura abriendo los brazos en un apretón abarcador, porque si bien se..."

Hipertextualidad

El blog en sí, es decir, el hosting, trae previamente incluido una serie de opciones para aprovechar el uso de hipervínculos. Por eso, en este caso tenemos la opción de subscribirnos o de ver los "temas" o etiquetas del blog. El autor, por su parte incluye la división antes mencionada de géneros periodísticos y, a su vez, en sus notas agrega regularmente hipervínculos en ciertas oraciones o palabras que se refieren a otros artículos dentro o fuera del mismo sitio.

En el Blog de Carreras se evidencia el uso del hipertexto para orientar la lectura de notas del autor publicadas en la plataforma digital del Diario La Voz.

En la sección "Etiquetas" encontramos post realizados en 2006 y en 2009 que permiten hacer enlaces hipertextuales a artículos de otros periodistas y en otros medios gráficos, ya sea porque Carreras comparte el contenido (por ejemplo, en Lanata/Policiales/Noticieros, postea fragmentos de una entrevista a Jorge Lanata y el link de la entrevista completa) ; o bien hace una crítica a la publicación enlazada (Por ejemplo, a Morales Sola en la Nación y el dudoso uso de fuentes confiables para sus aseveraciones. Ver 14/06/06: Morales Solá un periodista con acceso)

Fuentes de información y bibliográficas.

El autor no identifica al final del texto las Fuentes bibliográficas o periodísticas generales consultadas. En el cuerpo del texto recurre a citas directas o indirectas.

El sitio no presenta una Lista de enlaces (blogroll) recomendados por el propio autor.

Agenda informativa

La agenda informativa que maneja Sergio Carreras es la misma de la actualidad mediática, aunque a veces puede hacer referencia a investigaciones independientes que ha desarrollado en forma personal a raíz de noticias pasadas (como es el caso de Los niños de Hielo).

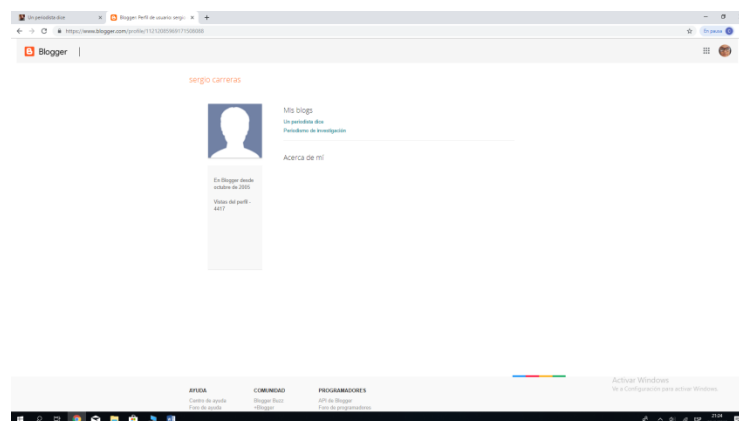
Multimedialidad.

El sitio cuenta con recursos multimedia sobre todo videos, ilustraciones y fotos. Los recursos multimedia son escasos en las notas, se aplican en documentos disponibles para descargar, fotos o enlaces a fuentes.

Trabaja escasamente la combinación e integración de recursos multimediales.

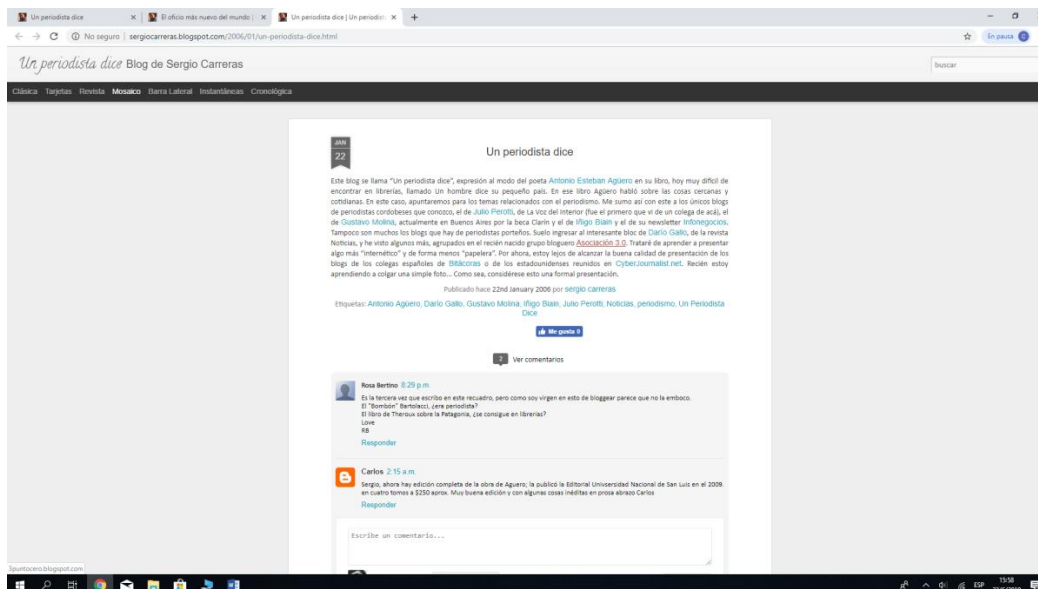
NOTAS SELECCIONADAS

SC.0 PRESENTACIÓN EN EL BLOG



Historia: *"Soy periodista. Escribo en el diario La Voz del Interior y revista El Sur. Publiqué los libros La sagrada familia, El reino de los Juárez, Los niños de hielo y Turistas espirituales. Gran lector. Recibí los premios MariaMoors Cabot, SIP y Herald. Soy profesor de Investigación Periodística. Contacto: sergiocarreras@gmail.com"*

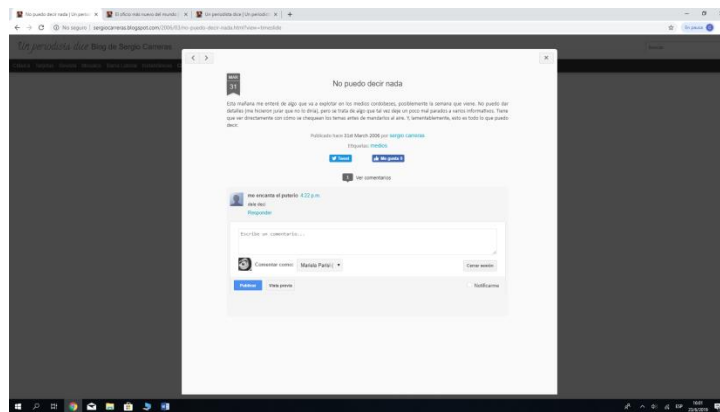
SC. 1. UN PERIODISTA DICE/ Su primer posteo el 22/01/2006



Texto:

Este blog se llama "Un periodista dice", expresión al modo del poeta Antonio Esteban Agüero en su libro, hoy muy difícil de encontrar en librerías, llamado Un hombre dice su pequeño país. En ese libro Agüero habló sobre las cosas cercanas y cotidianas. En este caso, apuntaremos para los temas relacionados con el periodismo. Me sumo así con este a los únicos blogs de periodistas cordobeses que conozco, el de Julio Perotti, de La Voz del Interior (fue el primero que vi de un colega de acá), el de Gustavo Molina, actualmente en Buenos Aires por la beca Clarín y el de Iñigo Biain y el de su newsletter Infonegocios. Tampoco son muchos los blogs que hay de periodistas porteños. Suelo ingresar al interesante bloc de Darío Gallo, de la revista Noticias, y he visto algunos más, agrupados en el recién nacido grupo bloguero Asociación 3.0. Trataré de aprender a presentar algo más "internético" y de forma menos "papelera". Por ahora, estoy lejos de alcanzar la buena calidad de presentación de los blogs de los colegas españoles de Bitácoras o de los estadounidenses reunidos en CyberJournalist.net. Recién estoy aprendiendo a colgar una simple foto... Como sea, considérese esto una formal presentación.

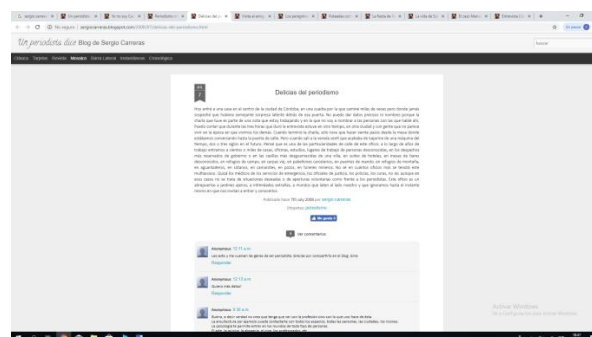
SC.2 NO PUEDO DECIR NADA/31/03/2006/ Medios.



Texto:

Esta mañana me enteré de algo que va a explotar en los medios cordobeses, posiblemente la semana que viene. No puedo dar detalles (me hicieron jurar que no lo diría), pero se trata de algo que tal vez deje un poco mal parados a varios informativos. Tiene que ver directamente con cómo se chequean los temas antes de mandarlos al aire. Y, lamentablemente, esto es todo lo que puedo decir.

SC.3 DELICIAS DEL PERIODISMO/ 7 julio 2008/Etiquetas: periodismo

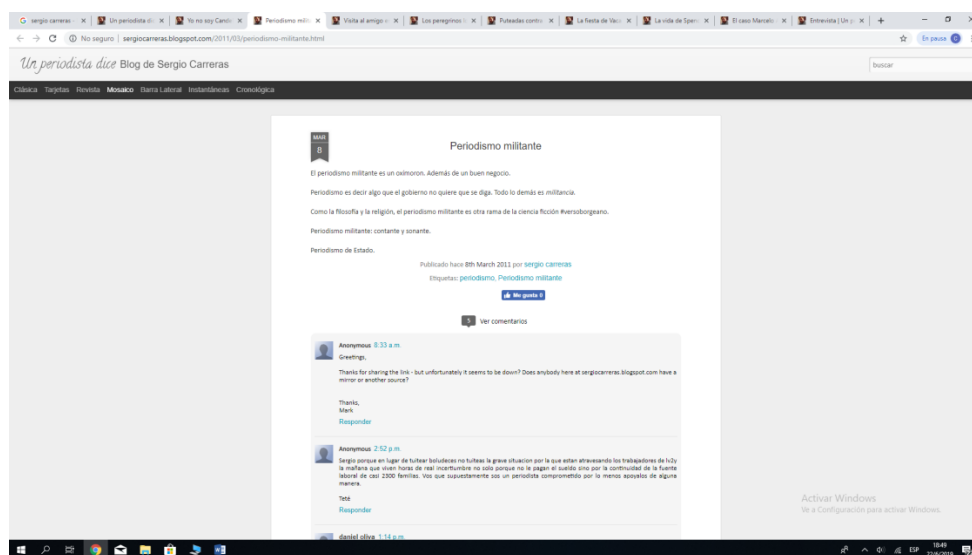


Texto:

Hoy entré a una casa en el centro de la ciudad de Córdoba, en una cuadra por la que caminé miles de veces, pero donde jamás sospeché que hubiera semejante sorpresa latente detrás de esa puerta. No puedo dar datos precisos ni nombres porque la charla que tuve es parte de una nota que estoy trabajando y en la que no voy a nombrar a las personas con las que hablé ahí. Puedo contar que durante las tres horas que duró la entrevista estuve en otro tiempo, en otra ciudad y con gente que no parece vivir en la época en que vivimos los demás. Cuando terminó la charla, sólo tuve que hacer veinte pasos desde la mesa donde estábamos conversando hasta la puerta de calle. Pero cuando salí a la vereda sentí que acababa de bajarme de una máquina del tiempo, dos o tres siglos en el futuro. Pensé que es una de las particularidades de calle de este oficio: a lo largo de años de trabajo entramos a cientos o miles de casas, oficinas, estudios, lugares de trabajo

de personas desconocidas, en los despachos más reservados de gobierno o en las casillas más desguarnecidas de una villa, en suites de hoteles, en mesas de bares desconocidos, en refugios de campo, en carpas vip, en pabellones carcelarios, en puentes de mando, en refugios de montaña, en aguantaderos, en sótanos, en camarotes, en pozos, en túneles mineros. No sé en cuántos oficios más se tendrá este multiacceso. Quizá los médicos de los servicios de emergencia, los oficiales de justicia, los policías, los curas, no sé; aunque en esos casos no se trata de situaciones deseadas o de aperturas voluntarias como frente a los periodistas. Este oficio es un abre puertas a jardines ajenos, a intimidades extrañas, a mundos que laten al lado nuestro y que ignoramos hasta el instante mismo en que nos invitan a entrar y conocerlos.

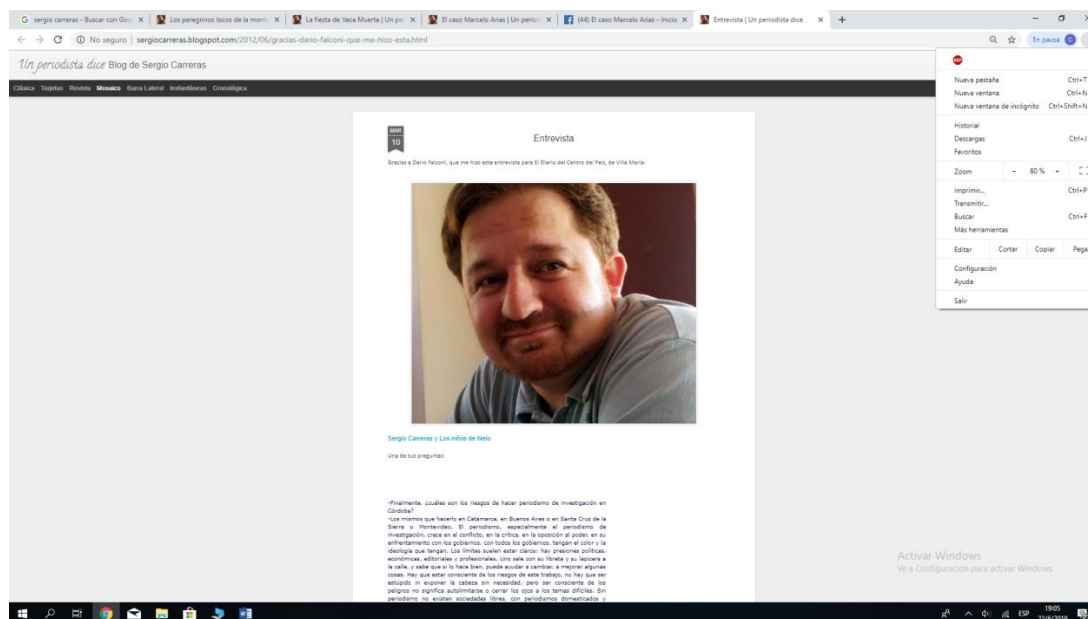
SC. 4 PERIODISMO MILITANTE/ 8 marzo 2011/ Periodismo militante



Texto:

"El periodismo militante es un oxímoron. Además de un buen negocio. Periodismo es decir algo que el gobierno no quiere que se diga. Todo lo demás es militancia. Como la filosofía y la religión, el periodismo militante es otra rama de la ciencia ficción #versoborgeano. Periodismo militante: contante y sonante. Periodismo de Estado".

SC.5 ENTREVISTA/10 marzo 2014/Darío Falconi El Diario del Centro del País Los Niños de Hielo Periodismo de Investigación Sergio Carreras



Texto:

Gracias a Darío Falconi, que me hizo esta entrevista para El Diario del Centro del País, de Villa María:

Sergio Carreras y Los niños de hielo.

Una de sus preguntas:

-Finalmente, ¿cuáles son los riesgos de hacer periodismo de investigación en Córdoba?

-Los mismos que hacerlo en Catamarca, en Buenos Aires o en Santa Cruz de la Sierra o Montevideo. El periodismo, especialmente el periodismo de investigación, crece en el conflicto, en la crítica, en la oposición al poder, en su enfrentamiento con los gobiernos, con todos los gobiernos, tengan el color y la ideología que tengan. Los límites suelen estar claros: hay presiones políticas, económicas, editoriales y profesionales. Uno sale con su libreta y su lapicera a la calle, y sabe que, si lo hace bien, puede ayudar a cambiar, a mejorar algunas cosas. Hay que estar consciente de los riesgos de este trabajo, no hay que ser estúpido ni exponer la cabeza sin necesidad, pero ser consciente de los peligros no significa autolimitarse o cerrar los ojos a los temas difíciles. Sin periodismo no existen sociedades libres, con periodismos domesticados y militontos sólo crecen los autoritarismos, las hegemonías y las formas degradadas de organización política. El periodismo de investigación es un remedio, generalmente débil, solitario e insuficiente, para combatir esas aberraciones.

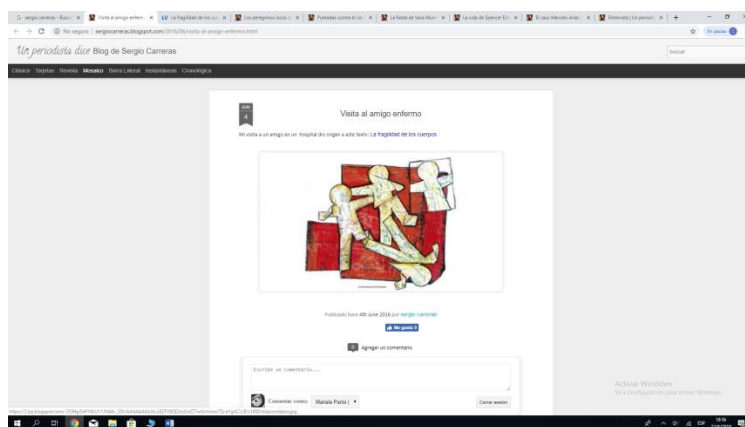
SC.6 PUTEADAS CONTRA EL CÁNCER/29 Julio 2014/Humor Puteadas Salud



Texto:

En una reunión de amigos hoy llegamos a la conclusión de que las puteadas son un excelente antídoto contra el cáncer. Pensamos en organizar futuros talleres terapéuticos antitumorales, a los cuales los alumnos entrarían pateando la puerta y mandando a la conchasumadre al profesor a modo de saludo matinal. Cada uno recordó el caso de algún puteador conocido - madre, vecino, almacenero del barrio- que gracias a su perseverancia coprológica ha conseguido extender su vida de manera inusual, diríamos que exagerada. Leo esto que escribo y pienso que sobre los callados, los silentes, los controlados, pende siempre la sospecha, se balancea el cuchillo de la desconfianza. ¿Será esa calma la apariencia falsa de un torbellino de puteadas que nunca dejan que les atraviese la garganta? ¿Nacerán así los tumores bebés? Hasta tanto los neurólogos elaboren sus papers del futuro en los que comprueben nuestra hipótesis, les envío un sonoro y sentido manga de hijos de puta a todos los amigos, los lectores, los acosadores, los médicos, los amantes que nos leen en el facebook. Demasiado muerto cerca, demasiada enfermedad, hospitalariedad, asepsia no deseada. Vayámonos todos a la puta madre que nos parió. Y chau cáncer.

C.7 VISITA AL AMIGO ENFERMO/ 4 junio 2016



Texto:

Mi visita a un amigo en un hospital dio origen a este texto: [La fragilidad de los cuerpos](#).(Link a la nota en el Diario La Voz del Interior)

Le digo que desde la ventana de la habitación se ve el parque.

– ¿En serio? ¿Se ve el parque Sarmiento? –me pregunta.

–Bueno, se ven árboles, unas plantas –le respondo, un poco arrepentido de haber exagerado para hacerlo sentir más cómodo.

Hay olor a alcohol, a remedios, a lavandina. Desde que Martín llegó a su habitación en el hospital Ferreyra no ha podido asomarse a la ventana. Está internado hace varios días, le cuesta mucho levantarse de la cama y orina en un papagayo.

Su mundo se reduce a lo que puede abarcar con el brazo derecho: una mesita con una botella de agua mineral, un libro, el teléfono, el control remoto. Pero el televisor de la habitación no funciona porque para eso hay que cargarle una tarjeta magnética en un quiosco que está afuera del hospital. Y para él, así como está, el quiosco es un puente lejano. Una simple ida al baño es como una ascensión en ojotas al Aconcagua.

Martín tiene las rodillas abultadas con vendajes y una caja adherida a un costado del pecho, también vendada, que le dan cierto aspecto robótico. Del portasuero cuelgan tres bolsas transparentes que le derraman sus jugos de laboratorio hacia una aguja –un agujón– clavada en el brazo izquierdo.

Artritis séptica, dijeron los médicos, y lo infiltraron en los lugares del cuerpo que luego fueron cubriendo con envoltorios de vendas exagerados, como si le hubieran escondido frutos extraños o semillas gigantes en las articulaciones.

Mientras hablamos, Martín presiona varias veces un pulsador que tiene en la mano. Yo revoleo los ojos por la pieza para encontrar el velador que trata de encender, pero –me explica– está llamando a una enfermera. Está preocupado porque los líquidos de las bolsas hace rato que no gotean.

Media hora después llega una veinteañera pelo negro, bonita, desenfadada. Lo anoticia de que cada vez que él aprieta el timbre pidiendo ayuda se enciende una luz en un tablero al que casi nadie presta atención.

Así le pasó siempre a los humanos con los dioses, pienso.

Ella le dice que las enfermeras están muy ocupadas, que no vio la luz encendida, sino que entró a la habitación de casualidad, por otro motivo, pero que siga apretando, que si aprieta mucho en algún momento alguien lo va a notar y va a venir. Y se va.

Formas de la distancia

Martín es poeta, periodista, docente. Y es mi amigo desde el primer año de la secundaria. Nos vemos poco, vivimos en ciudades diferentes, pero es del tipo de amistades que no interrumpen su intimidad: uno se junta luego de meses sin verse y cada uno puede continuar con el relato de sus cosas como si hubiéramos estado charlando la noche anterior.

Igual, en los últimos tiempos no hemos charlado tanto. El día anterior a mi visita al hospital fue a verlo una amiga en común y me whatsapeó que Martín dice que hay amigos que ni han ido a visitarlo. Dice que vos no conocés su casa. Martín dice que ni conocés a sus hijos. Me defiendo: su último hijo ¡nació apenas hace dos semanas!

Sé que tiene razón en el reproche, pero también sé que mis amistades son individuales, no se extienden transitivamente a esposas, hermanos o hijos, para quienes, en la mayoría de los casos, uno sólo reserva amabilidad, no más que la sociabilidad necesaria. Martín llegó al hospital capitalino

porque, en la ciudad donde vive, una médica lo corrió de la internación diciéndole que estaba bien, que se levantara y se fuera a su casa. Sin revisarlo antes.

Luego, como los dolores seguían, consulto con otro médico que erró magistralmente el diagnóstico y le dijo que tenía neumonía.

Martín anduvo varios días con dolores penetrantes en el pecho, pensando que esa neumonía ya se iba a retirar. Se hubiera muerto si no venía a Córdoba y se hacía revisar, porque la infección de la artritis séptica estuvo a punto de llegarle al corazón.

Su problema comenzó cuando la obra social provincial dejó, durante cuatro meses, de darle la droga que necesita para el tratamiento. Y se agravó porque, para conseguir que lo revise una reumatóloga, debió hacer cola una vez por mes a las 5 de la mañana.

Así le daban un turno para dentro de un mes, en la única visita mensual que la especialista hace a su ciudad. Martín no habita un recoveco de la sierra, sino una de las ciudades más grandes de la provincia.

Mientras Martín me contaba, yo lo imaginaba, cuando todavía no había amanecido, de pie, en la cola, atravesado de frío junto a otro grupo de personas con reuma y artritis que agudizaban sus reumas y artritis para que dentro de un mes revisaran la evolución de sus reumas y artritis.

Entra otra enfermera. Le trae la cena. Martín le vuelve a mostrar los sueros que no gotean y ella hace señas que ya vuelve. Martín me pide que le acerque una mesa con rueditas. Se sienta en el borde de la cama y aspira la sopa, la inesperada lasaña, la gelatina. Antes de que vengan a revisarlo, tiene que ir al baño.

Improvizamos una coreografía de un minuto, con sábanas que se caen, la mesa con rueditas que se desplaza, su bata flotando, yo empujando el portasueros y el final con un dedo índice que llega a la llave para encender la luz del baño como en el fresco de La Creación, de Miguel Ángel, en la Capilla Sixtina. Pienso en Messi, en esas gambetas llenas de giros y quiebres de cintura que resuelve en una baldosa. Cuando Martín cierra la puerta del baño podríamos, tranquilamente, haber gritado gol. El ruido de la cadena del inodoro parece funcionar mejor que el pulsador. Llega la enfermera. Me señala que me vaya a un costado de la habitación con el gesto que uno usaría para amedrentar a una mascota. Me aprieto contra una pared y me hundo. Le dice a Martín que debe canalizarlo de nuevo. Martín lanza una mirada desesperanzada al techo como previendo lo que se viene.

Los próximos minutos son terroríficos. Stephen King liberado en un hospital público cordobés. Todos los intentos por pincharle una vena fracasan. Pero la enfermera sigue clavando la aguja con pulsión petrolera. No, de acá tampoco sale nada. Pucha, esta venita también se reventó, mirá vos, va diciendo mientras continúa con las perforaciones.

El horror que me provoca la escena me estupidiza. Comienzo a hacer chistes.

–También –digo, con tono que trata de ser jocoso, pero no disimula que estoy temblando–, cómo pretenden encontrarle venas grandes a un poeta, que no conoce ni el peso de una pala.

Martín no se ríe. La enfermera me ignora. Yo me odio. Pero la escena sigue. La enfermera sale a pedir ayuda. Llegan refuerzos. Martín se aspira los

labios y contiene las lágrimas. Lo último que veo antes de cerrar los ojos es un oscuro cuadro renacentista: Cristo desahuciado, entre la Virgen María y María Magdalena, cada una clavándole los colmillos en un brazo.

La ventana

Esta noche juegan Argentina y Brasil. Martín me da las indicaciones y salgo, lanzado en la noche, hacia el quiosco que carga la tarjeta para que funcione el televisor de la pieza. Improviso un recorrido para evitar al guardia de la planta baja porque estoy fuera del horario de visitas. Llego a la calle. Oscuridad completa. Ni una lámpara funciona.

Supongo que la luz que se ve a media cuadra es el quiosco. Entro. Me quieren cobrar, caro, por ocho horas seguidas de funcionamiento del televisor. Y si el aparato se apaga en ese lapso, la carga se pierde. Discuto con la quiosquera.

Sólo queremos ver el partido. Ningún paciente, le digo, va a estar ocho horas seguidas viendo tele sin dormir. Ella responde con un silencio inflexible. El resto de los familiares de pacientes me miran con lástima: todos ya pasaron por esto.

Vuelvo furioso. Pienso en el funcionario que armó el negocio con el quiosco. Me doy cuenta de que, de la bronca, me olvidé de comprar algo para comer. Cuando subo al internado, una mujer que limpia el piso me dice, riendo, que ni se me ocurra pasar por ahí, que dé la vuelta.

Bajo la escalera, me pierdo. En una de mis vueltas encuentro un payaso sentado en el piso, al lado de una maceta. En una silla de plástico, una pareja –ella sentada sobre las piernas de él– se abraza y parece que llora. El fútbol levanta el temperamento de la noche. Martín se entretiene, yo suspiro aliviado. En el entretiem po, Martín vuelve a lo del parque que se ve por la ventana y recuerda que leyó un cuento, cree que, de Ricardo Piglia, sobre los pacientes de un hospital que están en una sala donde uno solo tiene el privilegio de poder mirar hacia afuera. Le cuenta al resto lo que ve: es hermoso, natural, pastoral, cosas así. Cuando ese paciente muere y es reemplazado por otro en esa posición de privilegio, este descubre que por la ventana sólo se observa un paredón depresivo, pero sabe que no puede contarles eso a sus compañeros y se dedica a repetir la mentira del mundo bello.

Cuando Martín me cuenta eso, decido que no voy a googlear el cuento, que no voy a leer su versión original, que es perfecto, así como lo contó.

Al día siguiente lo googleo en casa y veo que es una historia que cuenta Piglia en la novela Respiración artificial.

El partido se reinicia. Martín está más animado. Ahora que lo veo bien, me quiero ir. Pero me quedo hasta la 1 de la mañana. Tiene ganas de hablar. En los momentos de enfermedad yo prefiero poner cara de fastidio, que me dejen solo. Pero Martín, embalado como una momia y con la perspectiva de otros 10 días de internación, está de buen humor.

Pienso en los cuerpos, en su fragilidad, su domesticidad, la dictadura vital que nos imponen. Los champús de germen de trigo, los perfumes con feromonas, los hisopos, los tanques de crema que insume una sola existencia. Repaso mis teorías nihilistas, mis poses nevermind.

Me repito que somos insectos, bacterias que encendemos las defensas y los glóbulos blancos del torrente sanguíneo del universo. Imperceptibles

fragmentos de biomasa. Pienso en la calvicie de Foucault, en la cabeza de linyera que embalsamó Pedro Ara y está en el Museo de la Facultad de Medicina.

Quiero una remera con la cara de Emil Cioran: esa amargura lúcida, esa mirada que te preanuncia los gusanos.

Salgo del hospital pensando que no soy un buen acompañante de enfermos. Siento alivio. Culpa. No me propongo cambiar. Martín ya está mejor. Siempre lo estuvo. Llego a casa, al rato estoy adormecido en la Web. En el Facebook de Martín, comentarios de amigos que no conozco le dan fuerzas, le dicen que le meta para adelante, que no decaiga. Y Martín, o alguien, ha ido cliqueando me gusta, me gusta, me gusta.

BLOG DE ENRIQUE LACOLLA

Descripción de las Características Morfológico-funcionales del Blog

En cuanto a la *Periodicidad y actualización*, el sitio tiene una actualización permanente, cada 3 a 7 días, a veces de acuerdo a los temas candentes de la agenda de la semana; otras como artículos de opinión o reflexión relacionados a hechos de la efeméride, como por ejemplo aniversario de la revolución rusa, de la Primera Guerra Mundial, etc.

Al observar las características de *Hipertextualidad y multimedialidad*, encontramos que en este sitio no se evidencia un impacto del hipertexto en la producción periodística ni estrategias para esta nueva forma de lectura. Por el contrario, la redacción tiene estilo tradicional similar a los textos del periodismo impreso.

Así, observamos que todos los artículos que aparecen en el sitio son de la autoría de Enrique Lacolla. Cuando se accede al texto de una columna, no hay enlaces a artículos de la misma sección o a otras del sitio. No se facilitan enlaces a artículos o informaciones externas al propio sitio (Enlace externo); Tampoco es posible acceder a los artículos de un autor concreto, solo visitando los sitios sugeridos.

En cada post se emplea contenido gráfico como Fotografías o ilustraciones solo con finalidad de ilustrar la columna. No se emplea contenido en formato de audio o vídeo para cubrir o ampliar los contenidos del artículo. En este aspecto se desaprovechan las posibilidades de enriquecer el relato con el uso de otro tipo de contenido multimedial como videos, infografías, etc.

El sitio no cuenta con Recursos multimedia, videos, audios, ilustraciones, fotos, cuadros, etc. (Dimensión informativa o interpretativa)

Los artículos publicados están etiquetados con 3 palabras clave, que además de facilitar el acceso en los buscadores, también permite hacer enlaces hipertextuales al interior del sitio, según un "Listado de Noticias por palabra clave".

No hay enlaces internos al sitio ni a otras publicaciones. Las referencias para ampliar la información no están enlazadas, aparecen como cita en el cuerpo del texto con título y fecha de la nota para buscarlas en el historial, por ejemplo: (ver "Contragolpe", del 22/05/14).

Asimismo, acerca de la *Interacción y Carácter conversacional*, si bien el sitio cuenta con herramientas de interacción, no parece aprovecharse el máximo de las posibilidades que ofrece la plataforma para profundizar el carácter conversacional

de la misma. Entre los aspectos que tienden a la interacción vemos que está habilitada la posibilidad de comentarios en cada posteo. Sin embargo, antes se envían al administrador, por lo cual necesitan ser autorizados previamente a su publicación. Se permite hacer *Tracback* (una vinculación) para remitir a la nota o al sitio. El sitio dispone de herramientas web 2.0 para compartir los contenidos en las redes sociales y diversos soportes como: *FBK, Twitter, Google, Digg, Delicious, Stumble, Tumblr, LinkedIn; Live, Myspace, Bebo y E-mail*.

No obstante, no está habilitado el correo electrónico del autor, sólo se puede acceder a su home page en FBK o al Twitter, desde donde se lo puede seguir y contactar.

En ocasiones, el autor postea una nota haciendo alusión al comentario recibido de un lector en el blog, por ejemplo, *"En un comentario a la nota del pasado martes 29 de abril, un lector solicitó una opinión respecto a un reciente editorial publicado en Le Monde Diplomatique... Debo decir que al menos en lo referido a los aspectos técnicos más profundos del problema la pregunta merecería ser contestada por un especialista, pero, desde mi relativa incompetencia, me aventuraré a formular algunas opiniones..."*.

Pero no se evidencia interacción directa del autor con los usuarios, ni de los usuarios entre sí a través de herramientas como foros de discusión, chats ni wikis; El sitio no ofrece a los usuarios la posibilidad de crear un blog dentro de su propio dominio; tampoco se evidencian contribuciones de los lectores.

Al indagar sobre la *Visibilidad*, vemos que entre las formas de navegar que propone el blog se usan las etiquetas temáticas para los buscadores en la Web, que permiten identificar el texto por palabras clave. Ofrece links de navegación amigables que facilitan el recorrido en el sitio: Inicio; Enrique Lacolla; Historial de Notas; Sitios Recomendados; RSS.

El Blog de Lacolla posibilita la suscripción de usuarios. Esta fuente de información tiene contenido que se actualiza con frecuencia. Lo que permite seguir las actualizaciones del sitio. La fuente se agrega a la lista de fuentes comunes cada vez que se suscribe a ellas. La información actualizada en la fuente se descarga automáticamente en el equipo de sus seguidores y se podrá consultar en Internet Explorer y en otros programas. Ofrece a sus lectores la opción de recibir alertas sobre las actualizaciones del sitio en su correo electrónico.

Las *Áreas temáticas* están catalogadas. Desde el sitio de Lacolla se accede a Etiquetas o tags que son categorías que se le atribuye a la información para organizarla mejor

durante la navegación en un sitio y al mismo tiempo para que los motores de búsqueda puedan “leer” de mejor forma el contenido. Las categorías temáticas que definen los grupos de contenidos abordados: Política Latinoamericana; Política global; Historia; Cultura; Medios de Comunicación; Cine y TV; Sociedad.

El sitio Perspectivas de Enrique Lacolla observamos la preminencia de los *Géneros Periodísticos* de opinión. El blog está compuesto por textos con función editorial, de carácter interpretativo, de opinión y de análisis. Los artículos publicados presentan las características de una Columna de opinión que propone un encuadre específico de los temas que trata. Ofrece una gran cantidad de datos de contexto y algunas valoraciones contrapuestas; mediante el análisis e interrelación de hechos ofrece elementos suficientes para que el lector interprete los acontecimientos de acuerdo a una particular mirada del mundo. Los textos de opinión buscan analizar, valorar, cuestionar, criticar, defender, argumentar, proponer, establecer el deber ser de las cosas. Las opiniones suelen estar ancladas en los valores, ideas y sentimientos del autor.

En cuanto a la referencia a *Fuentes de información y bibliográficas*, en algunos artículos el autor identifica las fuentes generales que inspiraron su elaboración al final del texto. Por ejemplo: en "La guerra fría se calienta" del 26/05/2014 explicita como fuentes: Roseau Voltaire, La Nación, Ámbito Financiero.

El sitio presenta una Lista de enlaces (blogroll) o serie de blogs recomendados por el propio autor a los que se puede visitar desde la página. Esto podría ser indicativo de la importancia que tiene para el autor del blog en línea facilitar el acceso a sus noticias, fuentes de información y documentación directa.

Algunos enlaces recomendados son: América Latina en Movimiento; Asia Times; Atilio Borón; Aurelio Argañaraz; El dipló; Eurasia; global research; Mele; Patria Grande; Rebelión; Red Voltaire; Revisionistas; Sin Permiso; Strategic Culture Foundation.

El blog de E.L. sigue *la agenda informativa* marcada por la actualidad de los medios informativos y ofrece análisis y opinión sobre los temas que "se ventilan en el ámbito de la política y la cultura" tal como lo expresa en la Bienvenida al blog.

Sin embargo, también construye una agenda temática propia recuperando hechos de la historia política y cultural y los revisa a luz de la nueva época. Esta intención aparece explícita en alguno de sus artículos cuando dice: "La verdadera historia

contemporánea suele ser la convidada de piedra en el festín comunicacional de nuestro tiempo. No está de más evocar uno de sus más trágicos episodios, a fin de inyectar algo de realismo a nuestra visión del presente". Lo mismo ocurre cuando aborda temas relativos a las artes, el cine, la literatura y los medios masivos. En este sentido, el mismo autor apunta en uno de sus artículos al analizar el cine de Mijákov: "el propósito de esta página no está dedicado exclusivamente a los análisis de coyuntura, sino que apunta a un abordaje más amplio de diferentes facetas de la realidad que nos circunda, se me perdonará que hoy incursione en el análisis de un realizador..."

Si observamos el relevamiento temático del período 2013/14 en relación a la agenda mediática, encontramos que se dedica a la Política Latinoamericana el 54.5% de los textos, construyendo una agenda temática diferente, que no está estrictamente relacionada a las noticias de la actualidad mediática. Mientras que el 45.5% de las restantes son análisis editoriales anclados a temas de agenda mediática tradicional. La totalidad de los artículos que componen la categoría Historia, están referidos a temas que el autor elige recuperar como contexto del análisis actual, pero no están regidos por la agenda mediática.

En la categoría Cine y TV el 28,5% de los trabajos no responde a la agenda de actualidad marcada por los medios tradicionales; mientras que el restante 71.5% se refiere al análisis de films que se estrenan en cartelera, aunque los ensayos exceden los límites de una crítica ya que con hábil pluma profundiza en las relaciones posibles entre la obra de arte y la historia de los movimientos culturales y de vanguardia.

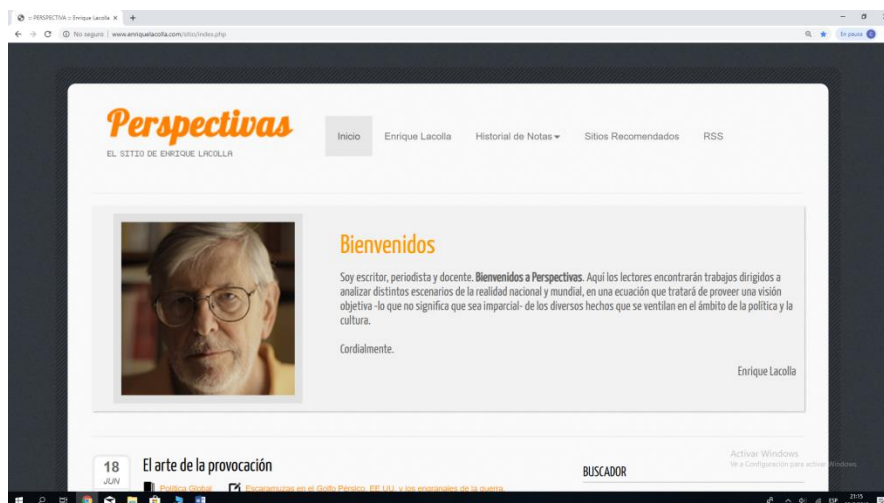
Finalmente, en cuanto a la temática que cataloga como Sociedad, el 40% de los artículos que anida no coinciden con la agenda mediática mientras que el 60% está relacionado con temas de la actualidad construida por los medios masivos.

El blog tiene un *contador de visitas* y lecturas a cada nota del sitio. También posee una sección con las noticias más leídas, lo que da información sobre la pregnancia que obtienen los posteos.

En cuanto al *Financiamiento*, el sitio no cuenta con ningún tipo de sponsoreo ni publicidad.

OTAS SELECCIONADAS

EL.0 PRESENTACIÓN DEL BLOG

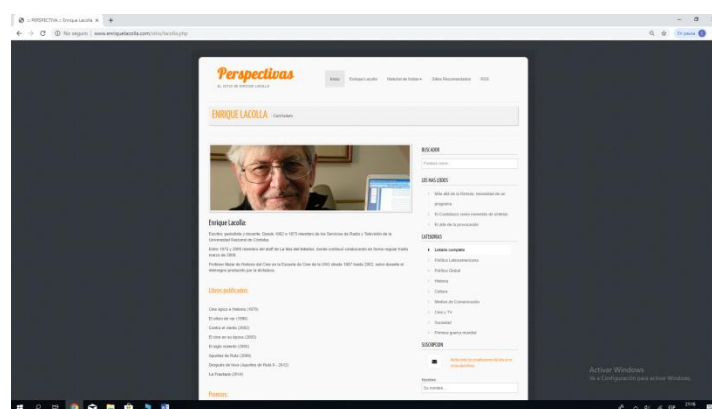


Bienvenidos

Soy escritor, periodista y docente. **Bienvenidos a Perspectivas.** Aquí los lectores encontrarán trabajos dirigidos a analizar distintos escenarios de la realidad nacional y mundial, en una ecuación que tratará de proveer una visión objetiva -lo que no significa que sea imparcial- de los diversos hechos que se ventilan en el ámbito de la política y la cultura.

Cordialmente.

Enrique Lacolla



Enrique Lacolla: CURRICULUM

Escritor, periodista y docente. Desde 1962 a 1975 miembro de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba.

Entre 1975 y 2000 miembro del staff de La Voz del Interior, donde continuó colaborando en forma regular hasta marzo de 2008.

Profesor titular de Historia del Cine en la Escuela de Cine de la UNC desde 1967 hasta 2002, salvo durante el interregno producido por la dictadura.

Libros publicados:

Cine épico e Historia (1970)

El oficio de ver (1998)

Contra el viento (2002)

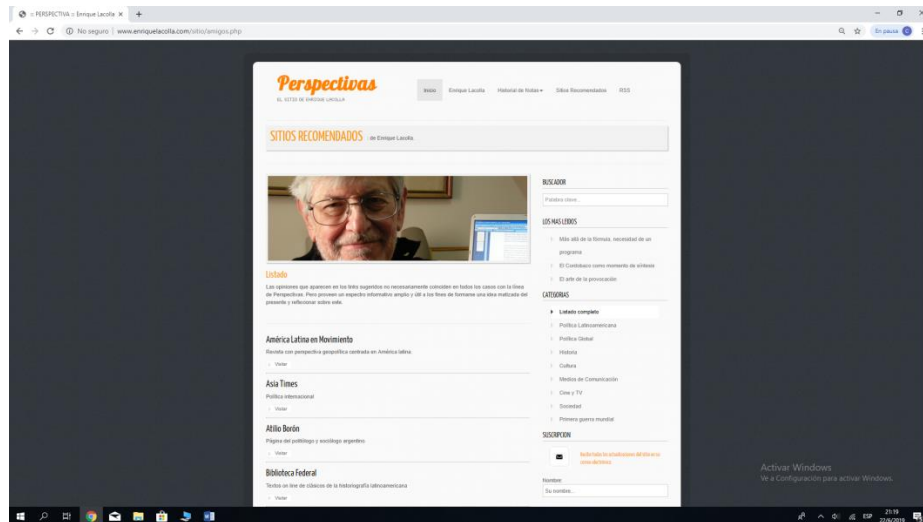
El cine en su época (2003)

El siglo violento (2005)
Apuntes de Ruta (2006)
Después de hora (Apuntes de Ruta II - 2012)
La Fractura (2014)

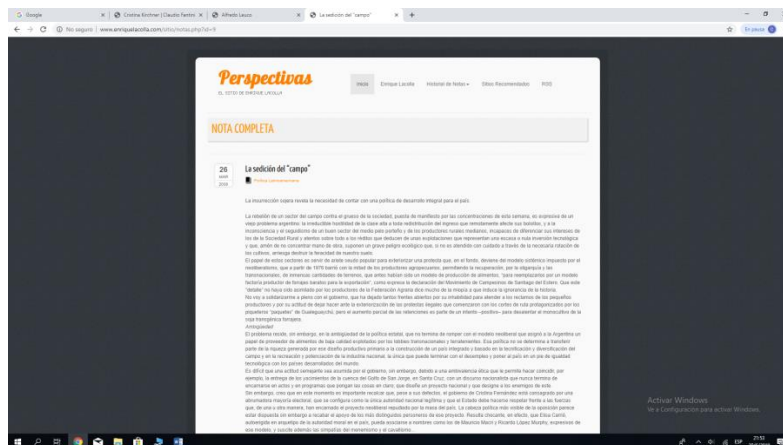
Premios:

Galardonado en el año 2005 con el Premio Consagración Letras de Córdoba, la más alta distinción que otorga la Provincia al mérito literario.

Receptor, en 2012, del Premio "Oscar Garat", otorgado por la Escuela de Ciencias de la Información de la Facultad de Derecho de la UNC, a la Trayectoria, Excelencia y Compromiso con el Periodismo.



EL.1 LA SEDICIÓN DEL “CAMPO”/ 26 MAR 2008/Política Latinoamericana



Texto:

La insurrección sojera revela la necesidad de contar con una política de desarrollo integral para el país.

La rebelión de un sector del campo contra el grueso de la sociedad, puesta de manifiesto por las concentraciones de esta semana, es expresiva de un viejo problema argentino: la irreductible hostilidad de la clase alta a toda redistribución del ingreso que remotamente afecte sus bolsillos, y a la inconsciencia y el seguidismo de un buen sector del medio pelo porteño y de los productores rurales medianos, incapaces de diferenciar sus intereses de los de la Sociedad Rural y atentos sobre todo a los réditos que deducen de unas explotaciones que representan una escasa o nula inversión tecnológica y que, amén de no concentrar mano de obra, suponen un grave peligro ecológico que, si no es atendido con

cuidado a través de la necesaria rotación de los cultivos, arriesga destruir la feracidad de nuestro suelo.

El papel de estos sectores es servir de ariete seudo popular para exteriorizar una protesta que, en el fondo, deviene del modelo sistémico impuesto por el neoliberalismo, que a partir de 1976 barrió con la mitad de los productores agropecuarios, permitiendo la recuperación, por la oligarquía y las transnacionales, de inmensas cantidades de terrenos, que antes habían sido un modelo de producción de alimentos, “para reemplazarlos por un modelo factoría productor de forrajes baratos para la exportación”, como expresa la declaración del Movimiento de Campesinos de Santiago del Estero. Que este “detalle” no haya sido asimilado por los productores de la Federación Agraria dice mucho de la miopía a que induce la ignorancia de la historia.

No voy a solidarizarme a pleno con el gobierno, que ha dejado tantos frentes abiertos por su inhabilidad para atender a los reclamos de los pequeños productores y por su actitud de dejar hacer ante la exteriorización de las protestas ilegales que comenzaron con los cortes de ruta protagonizados por los piqueteros “paquetes” de Gualaguaychú; pero el aumento parcial de las retenciones es parte de un intento –positivo– para desalentar el monocultivo de la soja transgénica forrajera.

Ambigüedad

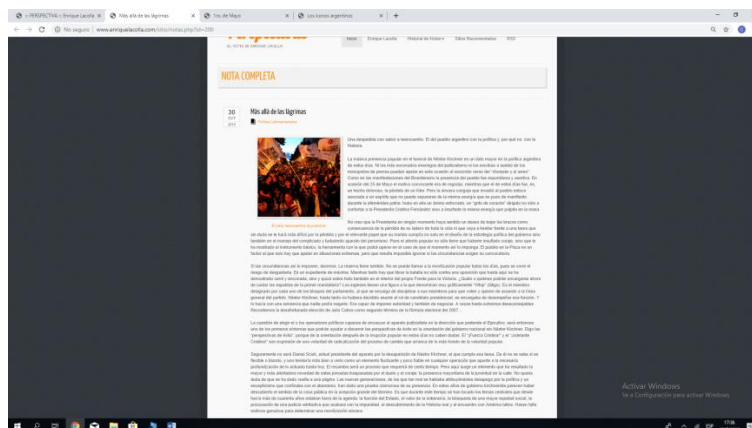
El problema reside, sin embargo, en la ambigüedad de la política estatal, que no termina de romper con el modelo neoliberal que asignó a la Argentina un papel de proveedor de alimentos de baja calidad explotados por los lobbies transnacionales y terratenientes. Esa política no se determina a transferir parte de la riqueza generada por ese diseño productivo primario a la construcción de un país integrado y basado en la tecnificación y diversificación del campo y en la recreación y potenciación de la industria nacional, la única que puede terminar con el desempleo y poner al país en un pie de igualdad tecnológica con los países desarrollados del mundo.

Es difícil que una actitud semejante sea asumida por el gobierno, sin embargo, debido a una ambivalencia ética que le permite hacer coincidir, por ejemplo, la entrega de los yacimientos de la cuenca del Golfo de San Jorge, en Santa Cruz, con un discurso nacionalista que nunca termina de encarnarse en actos y en programas que pongan las cosas en claro; que diseñe un proyecto nacional y que designe a los enemigos de este.

Sin embargo, creo que en este momento es importante recalcar que, pese a sus defectos, el gobierno de Cristina Fernández está consagrado por una abrumadora mayoría electoral, que se configura como la única autoridad nacional legítima y que el Estado debe hacerse respetar frente a las fuerzas que, de una u otra manera, han encarnado el proyecto neoliberal repudiado por la masa del país. La cabeza política más visible de la oposición parece estar dispuesta sin embargo a recabar el apoyo de los más distinguidos personeros de ese proyecto. Resulta chocante, en efecto, que Elisa Carrió, autoerigida en arquetipo de la autoridad moral en el país, pueda asociarse a nombres como los de Mauricio Macri y Ricardo López Murphy, expresivos de ese modelo, y suscite además las simpatías del menemismo y el cavallismo.

Estamos en presencia de un intento de desestabilizar la situación política que puede estar dirigido, inclusive, al derrocamiento del gobierno. Muchos de los participantes de la manifestación nocturna del martes pasado, hasta cierto punto orquestada por la televisión privada, deben haber pensado en reeditar la pueblada del 19 de diciembre de 2001. No toman en cuenta, sin embargo, que por entonces se estaba en un país envuelto en una auténtica crisis, mientras que hoy esta es artificial y determinada por un lockout patronal derivado del apetito por una mayor apropiación de las ganancias. La diferencia es esencial y pone un límite a la protesta. Esta sólo podrá prosperar si el gobierno nacional depone sus responsabilidades y no articula una respuesta. Es hora de que la encuentre.

EL.2MÁS ALLÁ DE LAS LÁGRIMAS/30 octubre 2010/ Política Latinoamericana.



Texto:

Una despedida con sabor a reencuentro. El del pueblo argentino con la política y, por qué no, con la Historia.

La masiva presencia popular en el funeral de Néstor Kirchner es un dato mayor en la política argentina de estos días. Ni los más enconados enemigos del justicialismo ni los escribas a sueldo de los monopolios de prensa pueden apelar en esta ocasión al socorrido verso del "choripán y el arreo". Como en las manifestaciones del Bicentenario la presencia del pueblo fue espontánea y asertiva. En ocasión del 25 de mayo el motivo convocante era de regocijo, mientras que el de estos días fue, es, un hecho doloroso, la pérdida de un líder. Pero la sincera congoja que invadió al pueblo estuvo asociada a un espíritu que no puede separarse de la misma energía que se puso de manifiesto durante la efemérides patria: hubo en ella un ánimo esforzado, un "grito de corazón" dirigido no sólo a confortar a la Presidenta Cristina Fernández sino a insuflarle la misma energía que palpita en la masa.

No creo que la Presidenta en ningún momento haya sentido un deseo de bajar los brazos como consecuencia de la pérdida de su ladero de toda la vida ni que vaya a hesitar frente a una tarea que sin duda se le hará más difícil por la pérdida y por el relevante papel que su marido cumplía no solo en el diseño de la estrategia política del gobierno sino también en el manejo del complicado y turbulento aparato del peronismo. Pues el aliento popular no sólo tiene que haberle insuflado coraje, sino que le ha mostrado el instrumento básico, la herramienta con la que podrá operar en el caso de que el momento así lo imponga. El pueblo en la Plaza es un factor al que solo hay que apelar en situaciones extremas, pero que resulta imposible ignorar si las circunstancias exigen su convocatoria.

Si las circunstancias así lo imponen, decimos. La reserva tiene sentido. No se puede llamar a la movilización popular todos los días, pues se corre el riesgo de desgastarla. Es un expediente de máxima. Mientras tanto hay que librar la batalla no sólo contra una oposición que hasta aquí se ha demostrado cerril y enconada, sino y quizá sobre todo también en el interior del propio Frente para la Victoria. ¿Quién o quiénes podrán encargarse ahora de cuidar las espaldas de la primera mandataria? Los ingleses tienen una figura a la que denominan muy gráficamente "Whip" (látigo). Es el miembro designado por cada uno de los bloques del parlamento, al que se encarga de disciplinar a sus miembros para que voten y operen de acuerdo a la línea general del partido. Néstor Kirchner, hasta tanto no hubiera decidido asumir el rol de candidato presidencial, se encargaba de desempeñar esa función. Y lo hacía con una solvencia que nadie podía negarle. Era capaz de imponer autoridad y también de negociar. A veces hasta extremos desaconsejables. Recordemos la desafortunada elección de Julio Cobos como segundo término de la fórmula electoral del 2007...

La cuestión de elegir el o los operadores políticos capaces de encauzar al aparato justicialista en la dirección que pretende el Ejecutivo, será entonces uno de los primeros síntomas que podrán ayudar a discernir las perspectivas de éxito en la orientación del gobierno nacional sin Néstor Kirchner. Digo las "perspectivas de éxito", porque de la orientación después de la irrupción popular en estos días no caben dudas. El "¡Fuerza Cristina!" y el "¡Adelante Cristina!" son expresión de una voluntad de radicalización del proceso de cambio que arranca de lo más hondo de la voluntad popular.

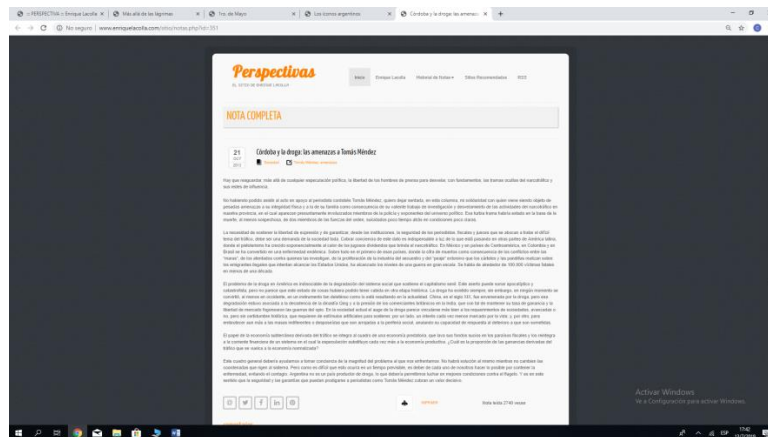
Seguramente no será Daniel Scioli, actual presidente del aparato por la desaparición de Néstor Kirchner, el que cumpla esa tarea. De él no se sabe si es flexible o blando, y uno tendería más bien a verlo como un elemento fluctuante y poco fiable en cualquier operación que apunte a la necesaria profundización de lo actuado hasta hoy. El recambio será un proceso que requerirá de cierto tiempo. Pero aquí surge un elemento que ha resultado la mayor y más alentadora novedad de estas jornadas traspasadas por el duelo y el coraje: la presencia mayoritaria de la juventud en la calle. No queda duda de que se ha dado vuelta a una página. Las nuevas generaciones, de las que tan mal se hablaba atribuyéndoles desapego por la política y un escepticismo que confinaba con el abandono, han dado una prueba clamorosa de su presencia. En estos años de gobierno kirchnerista parecen haber descubierto el sentido de la cosa pública en la acepción grande del término. Es que durante este tiempo se han tocado los temas centrales que desde hacía más de cuarenta años estaban fuera de la agenda: la función del Estado, el valor de la soberanía, la búsqueda de una mayor equidad social, la procuración de una justicia retributiva que acabara con la impunidad, el descubrimiento de la Historia real y el encuentro con América latina. Hacen falta motivos genuinos para determinar una movilización sincera.

Otro de los datos conmovedores de estas jornadas ha sido, a mi entender, la profunda empatía que existe en nuestro pueblo cuando se siente representado por sus autoridades y la forma afectiva, espontánea y carnal en que expresa sus sentimientos hacia ellas, manifestación de una democracia natural ínsita en lo más profundo de su naturaleza. Los abrazos y los besos a la Presidenta están alejados de todo protocolo y hablan de una frescura de sentimientos propia de este pueblo y de una disponibilidad que va más allá de las palabras.

Este tono familiar ha estado presente también en la forma en que los mandatarios latinoamericanos más conscientes del deber de la hora han expresado su fraternidad para con Cristina. Lula, Correa, Lugo, Evo y Pepe Mugica desplegaron una calidez no fingida. Y aunque relevar esta disposición gestual parezca cosa pueril, no creo que sea así: hay un lazo de sangre que recorre las venas de este subcontinente al que la relación de una historia ficticia que nos descomponía en unidades incommunicantes entre sí parecía haber cancelado. Hoy esa corriente fluye de nuevo, ayudada por la interpenetración derivada de una experiencia compartida, la del desastre neoliberal, y de la afluencia de masas de inmigrantes bolivianos, paraguayos, peruanos o chilenos a los conurbos de las grandes ciudades. Es la segunda oleada que nacionaliza a Buenos Aires y las principales ciudades de la pampa húmeda, después del torrente de los "cabecitas negras" que inundaron la Capital Federal al calor de la industrialización y sembraron el terreno para la eclosión de peronismo.

Falta mucho para la concreción del proyecto nacional abarcador y latinoamericano. No somos inconscientes de esto. Pero con los Kirchner se ha comenzado a andar el camino. Y hay que recorrerlo con una noción clara de que debemos apoyar a quienes lo encabezan, alentándolos a acelerar el paso, pero en ningún momento sumándonos, como hacen algunos exponentes de una pseudo izquierda, al vocinglero aparato de la derecha antinacional. En este camino hay muchas piedras, pero, cosa curiosa, la presencia del pueblo en la calle se ha vuelto a revelar como el más poderoso instrumento que existe para romperlas y disolverlas.

EL.3 CÓRDOBA Y LA DROGA: LAS AMENAZAS A TOMÁS MÉNDEZ/ 31 octubre 2013/ Sociedad.



Texto:

Hay que resguardar, más allá de cualquier especulación política, la libertad de los hombres de prensa para develar, con fundamentos, las tramas ocultas del narcotráfico y sus redes de influencia.

No habiendo podido asistir al acto en apoyo al periodista cordobés Tomás Méndez, quiero dejar sentada, en esta columna, mi solidaridad con quien viene siendo objeto de pesadas amenazas a su integridad física y a la de su familia como consecuencia de su valiente trabajo de investigación y desvelamiento de las actividades del narcotráfico en nuestra provincia, en el cual aparecen presuntamente involucrados miembros de la policía y exponentes del universo político. Esa turbia trama habría estado en la base de la muerte, al menos sospechosa, de dos miembros de las fuerzas del orden, suicidados poco tiempo atrás en condiciones poco claras.

La necesidad de sostener la libertad de expresión y de garantizar, desde las instituciones, la seguridad de los periodistas, fiscales y jueces que se abocan a tratar el difícil tema del tráfico, debe ser una demanda de la sociedad toda. Cobrar conciencia de este dato es indispensable a luz de lo que está pasando en otras partes de América latina, donde el pistolero ha crecido exponencialmente al calor de los jugosos dividendos que brinda el narcotráfico. En México y en países de Centroamérica, en Colombia y en Brasil se ha convertido en una enfermedad endémica. Sobre todo, en el primero de esos países, donde la cifra de muertos como consecuencia de los conflictos entre las "maras", de los atentados contra quienes las investigan, de la proliferación de la industria del secuestro y del "peaje" extorsivo que los cárteles y las pandillas realizan sobre los emigrantes ilegales que intentan alcanzar los Estados Unidos, ha alcanzado los niveles de una guerra en gran escala. Se habla de alrededor de 100.000 víctimas fatales en menos de una década.

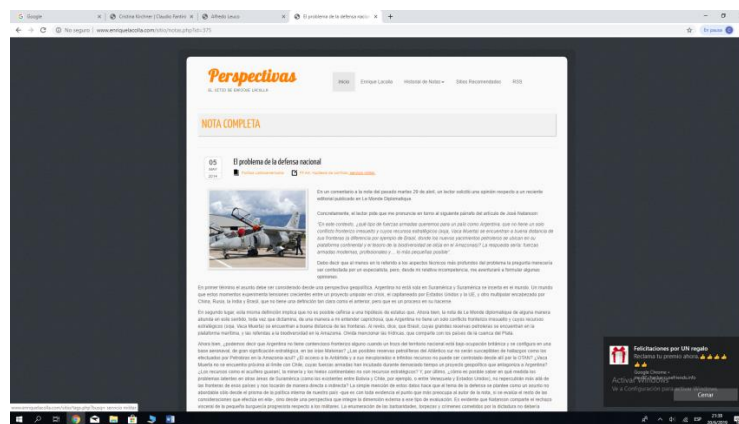
El problema de la droga en América es indisociable de la degradación del sistema social que sostiene el capitalismo senil. Este aserto puede sonar apocalíptico y catastrofista, pero no parece que este estado de cosas hubiera podido tener cabida en otra etapa histórica. La droga ha existido siempre; sin embargo, en ningún momento se convirtió, al menos en occidente, en un instrumento tan deletéreo como lo está resultando en la actualidad. China, en el siglo XIX, fue envenenada por la droga, pero esa degradación estuvo asociada a la decadencia de la dinastía Qing y a la presión de los comerciantes británicos en la India, que con tal de mantener su tasa de ganancia y la libertad de mercado fogonearon las guerras del opio. En la sociedad actual el auge de la droga parece vincularse más bien a los requerimientos de sociedades, avanzadas o no, pero sin certidumbre histórica, que requieren de estímulos artificiales para sostener, por un lado, un interés cada vez menos marcado por la vida; y, por otro, para embrutecer aun más a las masas indiferentes o desposeídas que son arrojadas a la periferia social, anulando su capacidad de respuesta al deterioro a que son sometidas.

El papel de la economía subterránea derivada del tráfico se integra al cuadro de una economía predatoria, que lava sus fondos sucios en los paraísos fiscales y los reintegra a

la corriente financiera de un sistema en el cual la especulación substituye cada vez más a la economía productiva. ¿Cuál es la proporción de las ganancias derivadas del tráfico que se vuelca a la economía normalizada?

Este cuadro general debería ayudarnos a tomar conciencia de la magnitud del problema al que nos enfrentamos. No habrá solución al mismo mientras no cambien las coordenadas que rigen al sistema. Pero como es difícil que esto ocurra en un tiempo previsible, es deber de cada uno de nosotros hacer lo posible por contener la enfermedad, evitando el contagio. Argentina no es un país productor de droga, lo que debería permitirnos luchar en mejores condiciones contra el flagelo. Y es en este sentido que la seguridad y las garantías que puedan prodigarse a periodistas como Tomás Méndez cobran un valor decisivo.

EL.4 EL PROBLEMA DE LA DEFENSA NACIONAL /05 mayo 2014/Política Latinoamericana



Texto:

En un comentario a la nota del pasado martes 29 de abril, un lector solicitó una opinión respecto a un reciente editorial publicado en Le Monde Diplomatique. Concretamente, el lector pide que me pronuncie en torno al siguiente párrafo del artículo de José Natanson:

“En este contexto, ¿qué tipo de fuerzas armadas queremos para un país como Argentina, que no tiene un solo conflicto fronterizo irresuelto y cuyos recursos estratégicos (soja, Vaca Muerta) se encuentran a buena distancia de sus fronteras (a diferencia por ejemplo de Brasil, ¿dónde los nuevos yacimientos petroleros se ubican en su plataforma continental y el tesoro de la biodiversidad se sitúa en el Amazonas)? La respuesta sería: fuerzas armadas modernas, profesionales y... lo más pequeñas posible”.

Debo decir que al menos en lo referido a los aspectos técnicos más profundos del problema la pregunta merecería ser contestada por un especialista, pero, desde mi relativa incompetencia, me aventuraré a formular algunas opiniones.

En primer término, el asunto debe ser considerado desde una perspectiva geopolítica. Argentina no está sola en Suramérica y Suramérica se inserta en el mundo. Un mundo que estos momentos experimenta tensiones crecientes entre un proyecto unipolar en crisis, el capitaneado por Estados Unidos y la UE, y otro multipolar encabezado por China, Rusia, la India y Brasil, que no tiene una definición tan clara como el anterior, pero que es un proceso en su hacerse.

En segundo lugar, esta misma definición implica que no es posible ceñirse a una hipótesis de estatus quo. Ahora bien, la nota de Le Monde diplomatique de alguna manera abunda en este sentido, toda vez que dictamina, de una manera a mi entender caprichosa, que Argentina no tiene un solo conflicto fronterizo irresuelto y cuyos recursos estratégicos (soja, Vaca Muerta) se encuentran a buena distancia de las fronteras. Al revés, dice, que Brasil, cuyas grandes reservas petroleras se encuentran en la plataforma marítima, y las

referidas a la biodiversidad en la Amazonia. Olvida mencionar las hídricas, que comparte con los países de la cuenca del Plata.

Ahora bien, ¿podemos decir que Argentina no tiene contencioso fronterizo alguno cuando un trozo del territorio nacional está bajo ocupación británica y se configura en una base aeronaval, de gran significación estratégica, en las islas Malvinas? ¿Las posibles reservas petrolíferas del Atlántico sur no serán susceptibles de hallazgos como los efectuados por Petrobras en la Amazonia azul? ¿El acceso a la Antártida y a sus inexplorados e infinitos recursos no puede ser controlado desde allí por la OTAN? ¿Vaca Muerta no se encuentra próxima al límite con Chile, cuyas fuerzas armadas han incubado durante demasiado tiempo un proyecto geopolítico que antagoniza a Argentina? ¿Los recursos como el acuífero guaraní, la minería y los hielos continentales no son recursos estratégicos? Y, por último, ¿cómo es posible saber en qué medida los problemas latentes en otras áreas de Suramérica (como los existentes entre Bolivia y Chile, por ejemplo, o entre Venezuela y Estados Unidos), no repercutirán más allá de las fronteras de esos países y nos tocarán de manera directa o indirecta? La simple mención de estos datos hace que el tema de la defensa se plantee como un asunto no abordable sólo desde el prisma de la política interna de nuestro país -que es con toda evidencia el punto que más preocupa al autor de la nota, si se evalúa el resto de las consideraciones que efectúa en ella-, sino desde una perspectiva que integre la dimensión externa a ese tipo de evaluación. Es evidente que Natanson comparte el rechazo visceral de la pequeña burguesía progresista respecto a los militares. La enumeración de las barbaridades, torpezas y crímenes cometidos por la dictadura no debería obnubilar un criterio que tendría que estar informado acerca del rol contradictorio que las FF.AA., tanto en nuestro país como en el resto de Suramérica, han cumplido a lo largo de su historia. Los ejércitos latinoamericanos suelen estar partidos dentro de sí mismos tanto como las sociedades en las que se insertan. De otra manera serían incomprensibles fenómenos como Busch, Villarroel, Perón, Velasco Alvarado o Chávez.

Nutrir un temor maniqueo respecto a ellas (pues representarían una especie de mal absoluto) es paralizante e incapacita para discernir las opciones para intervenirlas a fin de formarlas de acuerdo a criterios nacional-democráticos. Ese ha sido, lamentablemente, el factor predominante del accionar político de los últimos años. El artículo de Natanson sintetiza este temor en un párrafo inconfundible:

“Por supuesto, alguien podría preguntarse cuál es el problema de que las fuerzas armadas colaboren con la sociedad de la que al fin y al cabo forman parte. Al principio quizás ninguno. Pero con el tiempo, y ante las necesidades de un país que siempre necesitará algo, se corre el riesgo de que sean convocadas para más y más funciones, lo cual lleva a más presupuesto, más estructura y más personal, o sea a más poder. (...)”

EL.5 ÉTICA Y COMUNICACIÓN/ 16 abril 2016/Medios de Comunicación.



Texto:

Vivimos en la era de la vigilancia. Y los primeros en ser vigilados son los comunicadores mediáticos.

Días pasados me hicieron una pregunta acerca de la conexión entre ética y comunicación. Responderla es cosa complicada. Pero en cualquier caso creo que hay que convenir en que no es posible contestar a esta pregunta entendiéndola en su formulación abstracta. Como siempre ocurre en la vida, en los medios también las capas de la realidad se superponen. En las democracias capitalistas la comunicación se mueve en el ámbito de sensibilidad social y de las formulaciones políticas con sus múltiples conexiones con la lógica del mercado, que es infinitamente más implacable de lo que aparenta o de lo que dice ser. Por otra parte, en los sistemas autoritarios el imperativo doctrinario o la tiránica voluntad de poder se configuran asimismo como una dificultad mayúscula para que la libre expresión se expulse sin cortapisas. Es sobre este fondo que hay que comprender la dialéctica que se establece entre la información y el mundo que la genera.

Desde los orígenes de la prensa tal como se la entiende modernamente -es decir, como un espacio de información y análisis sustentado por la publicidad-, mucha agua ha corrido bajo el puente. Pero todo lo que ha sucedido desde las postrimerías del siglo XVIII para acá ha estado señalado por la contradicción expresa o tácita entre la libertad de prensa y la libertad de expresión. Generalmente se fusionan ambos términos en uno solo, pero esto es un error. El primero lleva implícito un segundo sentido, el más profundo: el de libertad de empresa, que supone una íntima conexión del medio con los intereses de la economía y del poder político que los prolonga y ejecuta. El segundo está referido al albedrío del que un periodista dispone, dentro de ese marco, para verter sus opiniones sin padecer la censura. Es sobre este precario compromiso que se verifica la relación laboral en cualquier medio de comunicación de masas.

Este compromiso discurre sobre un borde estrecho, que en el presente se ha transformado casi en el filo de una navaja. La concentración monopólica, la pretensión hegemónica del capitalismo salvaje y el proceso de globalización asimétrica que está en curso tensan las cuerdas de la vida social y contraen cada vez más el espacio para la libertad de expresión. La comunicación digital, la instantaneidad con que se difunden imágenes y noticias, y el bombardeo informativo, abruman al lector o telespectador, tienden a desconcertarlo e instalan al mismo tiempo un discurso único que, bajo la apariencia de una pluralidad de voces, repite siempre lo mismo en diferentes claves y registros. En esta marea el comunicador que quiera insertar un punto de vista políticamente diferente al imperante corre el riesgo de perder el empleo, salvo que se dedique a temas en los cuales las aristas problemáticas se difuminan un poco, como puede ser la crítica de arte y la cultura en general, aunque aún allí las emboscadas acechan. El único campo que escapa a la vigilancia son los programas de cocina... De ahí quizá provenga su multiplicación en los últimos tiempos. Dicho sea de paso, ¿se ha advertido que tras el cambio de gobierno en Argentina el único rubro que no ha experimentado bajas entre los conductores de la Televisión Pública haya sido Cocineros Argentinos?

Pero no quiero terminar esta breve reflexión con una nota irónica. El tema es demasiado grave. Durante mucho tiempo se ha llamado a la prensa el Cuarto Poder, queriendo significar con esto que existe como una fuerza de control distanciada de los otros poderes del estado, el ejecutivo, el legislativo y el judicial; como un factor en condiciones de vigilarlos. Y bien, esto, si fue relativamente cierto en algún momento de la historia, ya ha dejado de serlo. Los grandes grupos que concentran la información no son ya controladores del poder sino parte de este. Los periodistas que allí habitan y que no comparten la línea editorial deben hacer malabares para mantenerse dentro y mantener su dignidad intacta, o bien doblar la cabeza y asumirse directamente como escribas a sueldo. El desgaste psicológico y moral que resulta de esta situación no puede cuantificarse.

Los medios alternativos -Internet, las redes sociales- plantean expedientes para escapar a la servidumbre. Pero hay que convenir en que son expedientes de fortuna, en los cuales hay muchísimo material desechable y que solo en parte pueden contrabalancear un discurso único que se infiltra por todos los resquicios y que a menudo hace gala de una perversión infinita. Como en los casos de Lanata o Tinelli, arquetipos de la manipulación informativa o especialistas en descerebrar al público a través de la pava.

Resistir a este alud es difícil, pero no imposible. Buscar referentes serios en el ámbito del pensamiento político y de la formación universitaria, esforzarse por leer y ver más allá de la capa superficial con que se nos presentan las cosas, son expedientes indispensables para mantener la cabeza fuera del pantano y seguir luchando.

BLOG DE CLAUDIO FANTINI

Descripción de las Características Morfológico-funcionales del Blog

En cuanto a la *Periodicidad y actualización*, Claudio Fantini mantiene la publicación regular del Blog desde enero de 2010 (aunque lo había inaugurado en 2006 pero lo dejó inactivo). El mismo se actualiza de manera discontinua, por ejemplo, aparece un posteo en un intervalo de 7 días, o puede publicar 2 artículos el mismo día.

Hipertextualidad y Multimedialidad:

Dentro del artículo no hay intertextualidad. En la página es poca la presencia de hipervínculos. Escasas referencias dentro del propio blog. Incluye una pestaña con referencias a los medios donde trabaja, pero el enlace no lleva a una página externa sino a una interna con las notas publicadas en ese medio. Tiene referencias a su red de Twitter, con un bloque especial para ver sus últimos twists. Referencia a artículos destacados y los más recientes. También a las etiquetas que predominan en sus publicaciones. Los enlaces son todos al interior de la página. En el uso de multimedia solamente se registran posteos de texto, radiofónicos y algunos audiovisuales. Siempre se realizan de forma separada no conjunta.

Las Fuentes de información y bibliográficas se publican dentro de la nota cuando es necesario. No hay fuentes fuera de los artículos.

Interacción y Carácter conversacional.

Existe la posibilidad de comentar los artículos, pero no se registran conversaciones o debate. Se ofrecen herramientas de interacción y colaboración (socialware): Sí existen posibilidades de compartir fácilmente el artículo en cuestión. Aparecen las redes de Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn. Otra forma de interactuar con el periodista es a través del correo en la casilla de “contacto”.

Visibilidad.

La página está construida en WordPress y tiene formato de blog, ya que se leen las publicaciones en orden cronológico mediante scroll. Los textos no ofrecen vinculación entre ellos de forma directa, sino a través de las citas mismas del periodista.

En el margen derecho superior está enlazada su cuenta de Twitter, en donde se actualizan sus intervenciones.

No hay índice temático, únicamente se incluye una pestaña con “etiquetas” y otra con “MEDIOS/COLUMNAS/PROGRAMAS” donde publica el autor. Allí las publicaciones están catalogadas según los siguientes tags: Arriba Córdoba; Cadena 3; Charlas y Conferencias; Continental; El País de Montevideo; La Voz del Interior; Libros; Radio Mitre; Radio Sarandí; Revista La Recta; Revista Noticias; Telenoche Doce; Turello.com.ar; Última Página; Uncategorized

La mayoría de los tags responden a los medios de origen de la publicación, como criterio general. Otros al tipo de información: Charlas y Conferencias promociona sus actividades y en Turello.com.ar son posts exclusivos del sitio, como las que figuran en Uncategorized.

Mas abajo esta la opción PUBLICACIONES RECIENTES están listadas las ultimas 5 publicaciones del blog desde donde se puede acceder directamente.

Por último, en ETIQUETAS, donde figuran palabras clave que linkan a posts relativos al tema/personaje/suceso indicado.

Áreas temáticas especializadas. Política nacional y comparación con los sistemas internacionales. Crítica al oficialismo.

Géneros Periodísticos abordados. Interpretativos y de opinión. Columna, informe especial. También géneros informativos y de investigación.

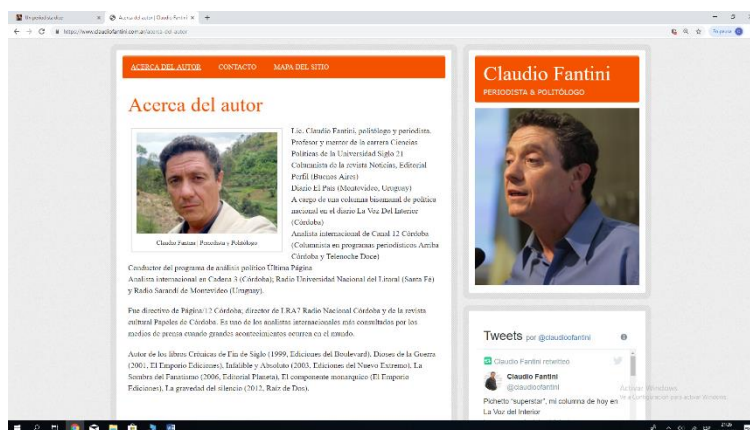
Agenda informativa. Actualidad política nacional e internacional.

Mediciones. No son públicas en la página.

Financiamiento. En sitio cuenta con y numerosas publicidades.

NOTAS SELECCIONADAS

CF.0 PRESENTACIÓN DEL BLOG



ACERCA DEL AUTOR: Lic. Claudio Fantini, politólogo y periodista.

Profesor y mentor de la carrera Ciencias Políticas de la Universidad Siglo 21

Columnista de la revista Noticias, Editorial Perfil (Buenos Aires)

Diario El País (Montevideo, Uruguay)

A cargo de una columna bisemanal de política nacional en el diario La Voz Del Interior (Córdoba)

Analista internacional de Canal 12 Córdoba (Columnista en programas periodísticos Arriba Córdoba y Telenoche Doce)

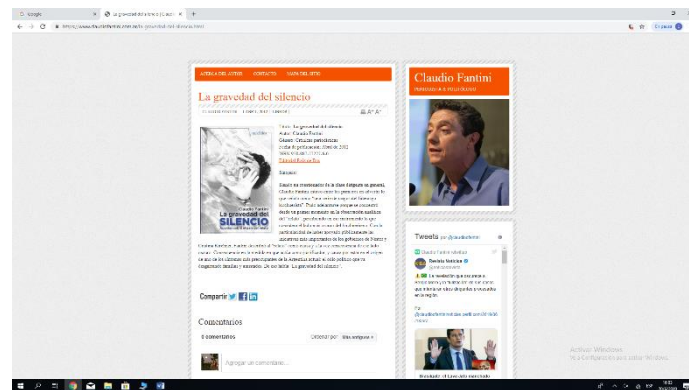
Conductor del programa de análisis político Última Página

Analista internacional en Cadena 3 (Córdoba); Radio Universidad Nacional del Litoral (Santa Fé) y Radio Sarandí de Montevideo (Uruguay).

Fue directivo de Página/12 Córdoba; director de LRA7 Radio Nacional Córdoba y de la revista cultural Papeles de Córdoba. Es uno de los analistas internacionales más consultados por los medios de prensa cuando grandes acontecimientos ocurren en el mundo.

Autor de los libros Crónicas de Fin de Siglo (1999, Ediciones del Boulevard), Dioses de la Guerra (2001, El Emporio Ediciones), Infalible y Absoluto (2003, Ediciones del Nuevo Extremo), La Sombra del Fanatismo (2006, Editorial Planeta), El componente monárquico (El Emporio Ediciones), La gravedad del silencio (2012, Raíz de Dos)

CF. 1 LA GRAVEDAD DEL SILENCIO/ 1 abril 2012/ LIBROS

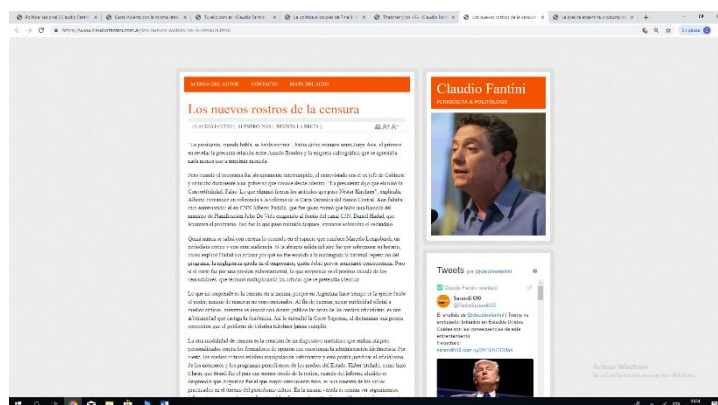


Texto:

Sinopsis:

Siendo un cuestionador de la clase dirigente en general, Claudio Fantini estuvo entre los primeros en advertir lo que señala como “una serie de rasgos del liderazgo kirchnerista”. Pudo adelantarse porque se concentró desde un primer momento en la observación analítica del “relato”, percibiendo en ese instrumento lo que considera el lado más oscuro del kirchnerismo. Con la particularidad de haber apoyado públicamente las iniciativas más importantes de los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner, Fantini describió al “relato” como causa y a la vez consecuencia de ese lado oscuro. Consecuencia en la medida en que actúa como justificador, y causa por estar en el origen de uno de los síntomas más preocupantes de la Argentina actual: el odio político que va desgarrando familias y amistades. De eso habla “La gravedad del silencio”.

CF.2 LOS NUEVOS ROSTROS DE LA CENSURA/31 enero 2013



"La presidenta, cuando habla, se habla encima", había dicho minutos antes Jorge Asís, el primero en revelar la presunta relación entre Amado Boudou y la empresa calcográfica que se aprestaba nada menos que a imprimir moneda.

Pero cuando el programa fue abruptamente interrumpido, el entrevistado era el ex jefe de Gabinete y criticaba duramente a un gobierno que conoce desde adentro. "La presidenta dijo que eliminó la Convertibilidad. Falso. Lo que eliminó fueron los artículos que puso Néstor Kirchner", explicaba Alberto Fernández en referencia a la reforma de la Carta Orgánica del Banco Central. Aún faltaba otro entrevistado: el ex CNN Alberto Padilla, que fue quien tuiteó que hubo una llamada del ministro de Planificación Julio De Vido exigiendo al dueño del canal C5N, Daniel Hadad, que levantara el programa. Eso fue lo que pasó minutos después, entonces sobrevino el escándalo.

Quizá nunca se sabrá con certeza lo ocurrido en el espacio que conduce Marcelo Longobardi, un periodista crítico y con gran audiencia. Si la abrupta salida del aire fue por sobrepasar su horario, como explicó Hadad sin aclarar por qué no fue emitida a la madrugada la habitual repetición del programa, la negligencia queda en el empresario, quién debió prever semejante consecuencia. Pero si el corte fue por una presión gubernamental, lo que sorprende es el pésimo cálculo de los censuradores, que terminó multiplicando las críticas que se pretendía silenciar.

Lo que no sorprende es la censura en sí misma, porque en Argentina hace tiempo se la ejerce desde el poder, aunque de maneras no convencionales. Al fin de cuentas, negar publicidad oficial a medios críticos, mientras se inunda con dinero público las arcas de los medios oficialistas, es una arbitrariedad que castiga la disidencia. Así lo entendió la Corte Suprema, al dictaminar una pronta corrección que el gobierno de Cristina Kirchner jamás cumplió.

La otra modalidad de censura es la creación de un dispositivo mediático que realiza ataques personalizados contra los formadores de opinión que cuestionan la administración kirchnerista. Por cierto, los medios críticos exhiben manipulación informativa y esto podría justificar el oficialismo de los noticieros y los programas periodísticos de los medios del Estado. Haber titulado, como hizo Clarín, que Brasil fue el país que menos creció de la región, cuando del informe

aludido se desprendía que Argentina fue el que mayor crecimiento tuvo, es una muestra de los vicios practicados en el terreno del periodismo crítico. En la misma vereda es común ver seguimientos informativos que, por la parcialización del enfoque y el ensañamiento evidenciado, tienen más de campaña u operación mediática que de trabajo periodístico.

Esa parcialidad tan recurrente en la prensa crítica se equilibra con el oficialismo de los otros medios. Pero una cosa es presentar la realidad desde un ángulo de observación oficialista, y otra es la existencia de un aparato de propaganda que cumple la función de atacar la imagen pública de quienes critican al gobierno. Una cosa es refutar análisis, crónicas y opiniones, mientras que otra muy distinta es atacar al portador de esa mirada cuestionadora. La diferencia entre una práctica y otra, es la diferencia entre debate y censura.

Este es uno de los temas centrales de mi último libro, “La Gravedad del Silencio”, cuyas páginas recogen algunas ideas que he planteado en esta columna de La Recta

El suceso de la interrupción de un programa periodístico, en el momento en que criticaba duramente al gobierno un hombre que viene de sus filas, debió abrir el debate sobre las modalidades actuales de censura. Porque muchas veces la censura aparece disfrazada. “La Gravedad del Silencio” señala la más hipócrita de las modalidades, ya que con la máscara del debate y el periodismo militante, lo que hace es censurar mediante el linchamiento de imagen a los portadores de la estigmatizada mirada contrapuesta.

Que haya periodismo oficialista es necesario y enriquecedor, pero el linchamiento mediático no tiene que ver con eso, sino con la censura.

Junto a noticieros y programas de muy buena confección, en la televisión estatal y en medios privados financiados por el gobierno, hay programas que ridiculizan y agravan a los periodistas críticos. El objetivo de este aparato de descalificación sistemática, no puede ser otro que silenciar por amedrentamiento a quienes denuncian corrupción y autoritarismo en la estructura del poder.

Si existen a la vista de todas estas modalidades de censura encubierta e hipócrita, por qué descartar que, en un raptó de furia negligente, el gobierno haya provocado en el canal C5N un acto censorador tan impresentablemente convencional.

CF.3 EL VOTO EN SU LABERINTO/ 24 Octubre 2015/ EL PAÍS DE MONTEVIDEO



Texto:

La oposición quedó en un laberinto. Quienes desean el final del kirchnerismo, o sea una mayoría que votaría al candidato que garantice el triunfo de una opción opositora, sea cual fuere, quedaron en una disyuntiva desesperante. La encrucijada es producto de una paradoja: el candidato con menos chances de pasar a la segunda vuelta.

Sergio Massa, es quien más chance tiene de vencer a Scioli en esa instancia. Mientras que Mauricio Macri, el candidato que más chance tiene de perder el balotaje frente al hombre que postuló el kirchnerismo, es quien tiene más posibilidad de llegar a la segunda vuelta. La disyuntiva del votante opositor es apostar a que en un repunte de último momento Massa salga segundo y venza a Scioli en el balotaje, a riesgo de que no llegue y reste a Macri los votos necesarios para evitar el triunfo kirchnerista en primera vuelta.

Porque es cierto que Massa es más competitivo que Macri en el escenario del balotaje; pero también es cierto que en la primera vuelta es más competitivo Macri, por lo tanto restarle votos al líder del PRO apostando a un más seguro triunfo de Massa en la segunda vuelta, implica poner en riesgo la posibilidad de que haya segunda vuelta. Ergo, en la trampa estadística que quedó planteada, el votante opositor corre el riesgo de ayudar al candidato de Cristina por intentar obstaculizarlo. Su atroz disyuntiva es que el voto para vencer a Scioli puede terminar consagrándolo. Es la consecuencia de que los líderes opositores no hayan sabido construir la alternativa que canalice el casi 60% del electorado que quiere un fin de ciclo.

Del resultado dependerá sobre quién cae más la responsabilidad del fracaso opositor, en caso de que gane Scioli. Si el candidato de Cristina se impone en primera vuelta porque supera por más de diez puntos al segundo, y ese segundo es Macri, la responsabilidad recaerá sobre Massa,

a quien el votante antikirchnerista le achacará no haber dado un paso al costado para que el opositor más votado llegara al balotaje. Pero si Macri entra al balotaje y en esa instancia le gana Scioli, la responsabilidad recaerá sobre el líder de Cambiemos.

Ahora bien, si la mayoría de las encuestas han mentido, lo que es probable, o si la franja de indecisos se vuelca masivamente por uno de los principales rivales de Scioli y lo derrota, entonces no habrá culpas que achacarse, sino el construir acuerdos que no supieron construir oportunamente para asegurar el fin del ciclo kirchnerista.

CF.4 CARTA ABIERTA CON LA MISMA LETRA / 26 junio 2016/ TURELLO.COM.AR



Texto:

Debieron permanecer en silencio. El último pronunciamiento de Carta Abierta termina mostrando su verdadera esencia. Y no es el aporte de ideas, pensamiento crítico y una mirada franca sobre la realidad para que un liderazgo, al que consideran positivo, pueda mejorar y entender el escenario en el que impactan sus actos y sus mensajes.

Los intelectuales ayudan a un liderazgo aportando eso. Pero si lo que aportan no es un pensamiento crítico y una mirada franca, entonces son una intelectualidad orgánica. Y eso es otra cosa. Lo que hacen es formar parte del aparato de propaganda con que cuentan todos los liderazgos mesiánicos y autoritarios.

Y como parte de un aparato de propaganda, los intelectuales orgánicos están al servicio de sus jefes, aportan a la construcción del culto personalista y también elaboran la descripción del pasado-presente que permite idolatrar al liderazgo al que se sirve y denostar a las voces críticas, que cuestionan atropellos y denuncian corrupciones.

Carta abierta sin autocrítica

La última Carta Abierta pudo contener una autocrítica. Al fin de cuentas, es posible que las bases kirchneristas, a las que se suministraron sobredosis de “relato”, culto personalista y demonización de opositores y críticos, hayan ignorado el nivel de corrupción que explica el descomunal enriquecimiento del matrimonio Kirchner y de la oligarquía que crearon para reemplazar a las oligarquías que ya existían. También es posible que muchos intelectuales orgánicos, muchos artistas cristinistas y muchos funcionarios y legisladores kirchneristas no se hayan corrompido con esos dineros hurtados a las arcas públicas.

La denunció Roberto Lavagna y fue por ello expulsado del gobierno por el propio Néstor Kirchner; la denunció también Horacio Rosattial renunciar al Ministerio de Justicia de aquel gobierno en 2005. A renglón seguido, lo sufrió Eduardo Arnold, ex vicegobernador cuando Kirchner gobernaba Santa Cruz. Después pasó al ostracismo Sergio Acevedo, otro colaborador decente que había tenido Néstor y que terminó renunciando como gobernador de Santa Cruz porque desde el Gobierno nacional le exigían colaborar con el esquema de sobreprecios en la obra pública.

Carta Abierta pudo hacer una explicación de por qué consideraron que callar era un mal menor. O pudo hacer una autocrítica que legitimara su continuidad como observador de lo que ocurre en el país. Pero en lugar de eso, lo que hizo fue repetir lo de siempre: enarbolar teorías conspirativas que victimizan a sus líderes y satanizan a quienes denuncian o investigan la corrupción en “la década ganada”.

«Me llamó la atención que tantos medios se sorprendieran cuando Macron afirmó que Notre Dame será reconstruida»

«Me sorprendió que no se haya mencionado la hipótesis de un sabotaje»

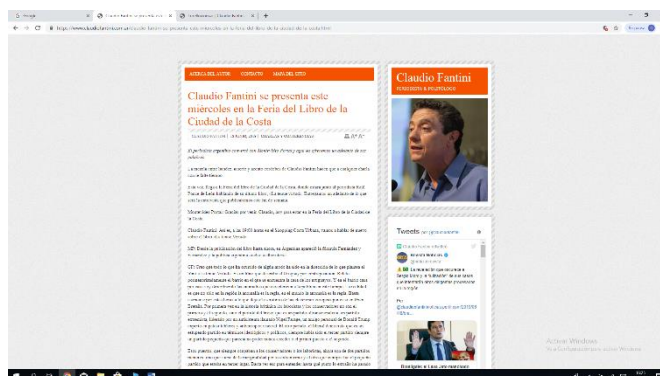
«La primera vez que se nombró una posible acción intencional fue para descartarla»

«En la última década hubo mucho vandalismo organizado contra las iglesias»

«La Inteligencia Criminal francesa se ha negado a descartar la acción de un sabotaje»

«Notre Dame fue, desde un principio, el mayor templo en un país teocrático durante la Edad Media»

CF.6 CLAUDIO FANTINI SE PRESENTA ESTE MIÉRCOLES EN LA FERIA DEL LIBRO DE LA CIUDAD DE LA COSTA/ 18 junio 2017/ CHARLAS Y CONFERENCIAS



Texto:

El periodista argentino conversó con Montevideo Portal y aquí les ofrecemos un adelanto de sus palabras.

La mezcla entre lucidez, acierto y acento cordobés de Claudio Fantini hacen que a cualquier charla con le falte tiempo.

Esta vez, llega a la Feria del libro de la Ciudad de la Costa, donde estará junto al periodista Raúl Ponce de León hablando de su último libro, «La tenue virtud». Entregamos un adelanto de lo que será la entrevista que publicaremos este fin de semana.

Montevideo Portal: Gracias por venir, Claudio, hoy para estar en la Feria del Libro de la Ciudad de la Costa.

Claudio Fantini: Así es, a las 19:00 horas en el Shopping Costa Urbana, vamos a hablar de nuevo sobre el libro «La tenue Virtud».

MP: Desde la publicación del libro hasta ahora, en Argentina apareció la fórmula Fernández y Fernández y la política argentina vuelve a alborotarse.

CF: Creo que todo lo que ha ocurrido de algún modo ha sido en la dirección de lo que plantea el libro «La tenue Virtud». Es un libro que describe al Uruguay por contraposición. Relato pormenorizadamente el barrio en el que se encuentra la casa de los uruguayos. Y en el barrio casa por casa voy describiendo las anomalías que caracterizan a la política en este tiempo. La realidad es que no sólo en la región la anomalía es la regla, en el mundo la anomalía es la regla. Basta asomarse por estas horas a lo que dejó el escrutinio de las elecciones europeas por caso en Gran Bretaña. Por primera vez en la historia británica los laboristas y los conservadores no son el primero y el segundo, sino el partido del brexit que es un partido ultranacionalista, un partido extremista, liderado por un antisistema llamado Nigel Farage, un amigo personal de Donald Trump experto en patear tableros y antieuropeo visceral. El otro partido, el liberal demócrata que es un estupendo partido en términos ideológicos y políticos, siempre había sido el tercer partido siempre un partido pequeño que parecía no poder nunca acceder o el primer puesto o el segundo.

Esos puestos, que siempre ocupaban a los conservadores o los laboristas, ahora son de dos partidos menores: uno que viene de la marginalidad por su extremismo y el otro que siempre fue el pequeño partido que estaba en tercer lugar. Basta ver eso para entender hasta qué punto lo extraño ha pasado a ser la regla.

Argentina, el caso de la fórmula Fernández Fernández está dentro de esa regla de la anomalía. Porque lo normal, lo lógico es que a una fórmula presidencial la encabece el dueño de los votos. No es el caso de la fórmula del kirchnerismo. Alberto Fernández no es el dueño de los votos y por ende es muy difícil imaginar que él vaya a poder ser el verdadero jefe en ese gobierno que harían si ganan la elección.

MP: Pero la jefa, es la jefa

CF: Si, pero en esto lo sano es que la fórmula refleje la naturaleza del reparto de los votos. Si no se puede ir hacia el testaferrato político. Cuando quién gobierna es en realidad un testaferro del verdadero dueño del poder, que lo ejerce desde otra posición o desde afuera.

Es lo que pasaba cuando el presidente de Rusia era Dmitri Medvédev y todo el mundo sabía que el dueño del poder seguir siendo Vladimir Putin. O lo que pasa en la Italia de estos días en la cual el Primer Ministro es Giuseppe Conté, pero en los hechos no existe ni siquiera en la tapa de los diarios y en las portadas de los noticieros. Además, el verdadero dueño del poder es Matteo Salvini, un hombre de extrema derecha hasta ostenta obscenamente, impúdicamente por lo menos que el dueño del poder es él.

Ese riesgo es el que puede correr la Argentina con una fórmula de las características de la de «Fernández- Fernández».

BLOG DE ALFREDO LEUCO

Descripción de las Características Morfológico-funcionales del Blog

El sitio de Alfredo Leuco tiene una actualización regular (cada 2 o 3 días aproximadamente). El autor publica editoriales y columnas de opinión que habitualmente tienen lugar tanto en su programa en Radio Mitre como en el de Canal 26, ambos con el nombre “Le doy mi palabra”.

Su estructura es simple, respeta un orden cronológico en cuanto a la publicación de cada entrada, la cual consiste sólo en un título y un cuerpo de texto, sin imágenes, videos ni hipervínculos.

Utiliza la plantilla de WordPress, que ofrece la posibilidad de agrupar en categorías los distintos tipos de contenidos según la temática. Quien administra el sitio, no hace uso de esa posibilidad. Todo el material publicado no está catalogado, lo que resulta difícil encontrar algo específico y, además, es poco atractiva su navegación.

En cuanto a la interacción con su audiencia, se desaprovecha la posibilidad de interactuar con sus lectores: los comentarios están desactivados. Lo mismo pasa con las redes sociales: no hay vinculación alguna ni con Facebook, Twitter, LinkedIn o Instagram.

Los ejes temáticos abordados tienen que ver con la política nacional en carácter de análisis crítico interpretativo a través de editoriales.

Interacción y Carácter conversacional.

No aparecen de interacción y colaboración (socialware). Los comentarios están desactivados. El blog no ofrece herramientas 2.0. ni interacción con foros, chats o wikis.

En cuanto a las opciones de *Visibilidad*, el sitio ofrece tres botones: “inicio” (donde aparece la última publicación posteada por el periodista); “Alfredo Leuco” (Con un texto en el que se presenta al periodista) y “Le doy mi palabra” (donde se vincula con un texto que presenta el lema, día y horario del programa de TV homónimo por Canal 26)

No hay palabras claves ni categorías de las notas. La orientación de lectura, direcciona al usuario a seguir en el último texto posteado. Se puede navegar la página web hacia abajo donde se encuentran las notas más antiguas. En el margen derecho encontramos enlaces a las “notas recientes” del propio blog. Cuenta con un

buscador de archivos de notas del autor por año y mes. También cuenta con un buscador general que remite a notas del sitio al ingresar palabras claves.

Áreas temáticas, Género y Agenda informativa.

Los temas se publican sin categorías, por lo que no hay ni etiquetas ni tags. Las columnas de opinión abordan temas de la actualidad política nacional, marcados por la agenda mediática tradicional. Los Géneros abordados son de opinión: columnas, editoriales. También Aparecen entrevistas. No hay referencias a fuentes de información, datos, encuestas, cifras ni bibliográficas. Añade entrevistas a políticos y referentes de la vida política argentina.

Multimedialidad e hipertextualidad

No hay uso de recursos multimediales en los textos. Desde 2014 hacia atrás, están subidos a la plataforma de You Tube los programas de TV “Le doy mi palabra”.

No hay uso de estrategias de hipertextualidad, enlaces sugeridos o hipervínculos. No utiliza ilustraciones ni imágenes en las publicaciones.

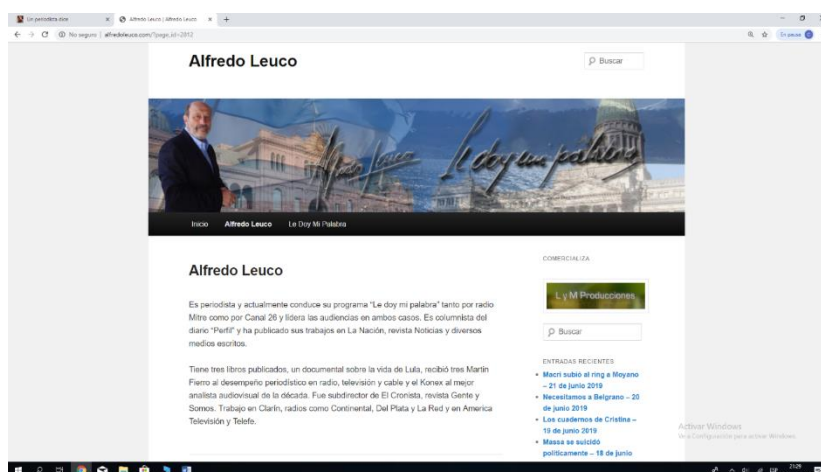
Mediciones de análisis web on-site (analytics): no son visibles a los usuarios.

Financiamiento.

Aparece un banner con el texto: “comercializa LyM producciones”. El sitio cuenta con numerosos patrocinadores y sponsors gubernamentales y del sector privado., cutos isologotipos se presentan en un banner longitudinal en el margen derecho de la página.

NOTAS SELECCIONADAS

AL.0 PRESENTACIÓN DEL BLOG



Alfredo Leuco

Es periodista y actualmente conduce su programa “Le doy mi palabra” tanto por radio Mitre como por Canal 26 y lidera las audiencias en ambos casos. Es columnista del diario “Perfil” y ha publicado sus trabajos en La Nación, revista Noticias y diversos medios escritos.

Tiene tres libros publicados, un documental sobre la vida de Lula, recibió tres Martín Fierro al desempeño periodístico en radio, televisión y cable y el Konex al mejor analista audiovisual de la década. Fue subdirector de El Cronista, revista Gente y Somos. Trabajo en Clarín, radios como Continental, Del Plata y La Red y en América Televisión y Telefe.

AL.1 CRISTINA ORGANIZÓ EL PARO / 31 marzo 2014



Texto:

Cristina lo hizo. Con su actitud caprichosa, con esa concepción antidemocrática que cree que dialogar es un signo de debilidad, la presidenta organizó el paro más grande que se hizo en la Argentina en los últimos 11 años. Es que prácticamente todos los gremios adhirieron a la medida de fuerza. Algunos con toda contundencia como los del transporte y otros, dejando en libertad de acción a sus afiliados. Pero casi ningún sector gremial representativo se atrevió a llamar a boicotear la medida. Es que la presidenta no quiere ni siquiera hablar del tema ganancias y se niega a reconocer los graves problemas que tienen la mayoría de los asalariados en el país. Tal vez por eso mandó a Axel Kicillof a mojarle la oreja a los dirigentes sindicales con un infantilismo y una impericia propio de alguien que no sabe ni la letra de la marcha peronista.

Los trabajadores que después de pagar sus aportes jubilatorios y el alquiler de su casa, aunque ganen bien, se quedan con poca plata en la mano para afrontar los gastos que la inflación hizo crecer geométricamente. Y Cristina tozuda se encierra en su propia certeza y no quiere hablar ni siquiera de diferenciar los sueldos de los gerentes de los laburantes o los que son propietarios de los que alquilan. Hay distintas formas de no castigar a tantos argentinos con el impuesto al salario. Kicillof acostumbrado a mentir y dibujar las cifras dice que es un problema que afecta al 6 % de los trabajadores. Los cálculos más rigurosos hablan de que impacta a alrededor de 3 millones de personas. Y se trata de gente que votó a Cristina alguna vez y que ahora tiene tanta bronca que dejó de votarla en el 2013 y que ahora piensa seriamente en elegir otra alternativa. Se equivoca tanto el gobierno que se dispara tiros en sus pies. Es su propio electorado el que está enojado. Encima con soberbia y altanería no les quiso tirar ni un hueso a los Antonio Caló o los Gerardo Martínez que se sacaron callos en las manos de tanto aplaudirla. Los dejó colgados del pincel.

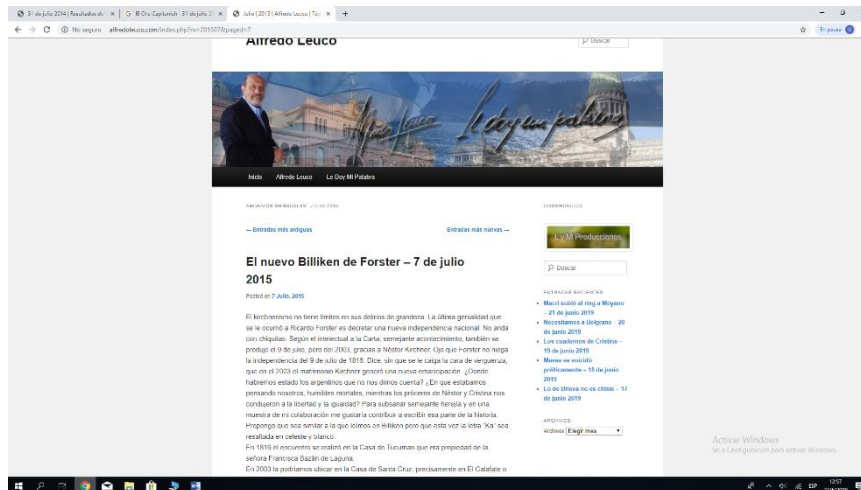
Es tan mandona, se siente tan patrona que carece de flexibilidad para negociar y no negocia. Así le va. Insisto, muchos de los que hoy protestaron son votos que eran de Cristina y que ahora miran para otro lado. Y el gobierno se masturba intelectualmente con sus propias falsedades. Axel Kicillof le dice a Cristina que es un tema de minorías y no es verdad. Se convencen a sí mismos que el tema ganancias es el único motivo de la huelga y eso tampoco es cierto. Cada uno tiene su motivo para tener bronca. Básicamente, la inflación que tanto niegan y ocultan. Los jubilados, los trabajadores, los que reciben la Asignación por hijo, los que tienen ingreso fijo son los que más sufren ese veneno que nos coloca en el podio de los que más inflación tienen junto a Venezuela y a Sudán. También protestaron hoy los trabajadores en negro que no tienen ni obra social y que son el 35% del total. El año pasado cayó el empleo y el salario real. En tres años se perdieron más de 380 mil puestos de trabajo porque cayó la actividad económica. ¿Eso también lo niegan? ¿Eso también es una mentira destituyente? ¿No se da cuenta como cierran los locales comerciales en las grandes avenidas? ¿O la actividad inmobiliaria que se vino a pique como en el 2001? ¿O se cree que con 5 mil pesos que ganan la mitad de los trabajadores están todos felices y nadie tiene ganas de protestar? El gobierno no es capaz de confesar la cantidad de pobres que hay en el país

¿Porque no modifican la escala impositiva? ¿Como demoran tanto una reforma? La renta financiera no paga un peso. Un señor que compra acciones o tiene un palo verde en plazo fijo no paga nada. Y un trabajador que gana 15 mil pesos tiene que pagar impuesto a la ganancia. ¿De qué ganancia hablan? Se dan cuenta del despropósito. De paso el mismo día prorrogan por tres meses más el blanqueo de capitales, ya decretaron otra moratoria, aunque le disfrazaron el nombre y todavía anda por ahí el festival de cedines. ¿Esto que significa? Que los trabajadores pagan impuesto a su trabajo y los que evaden, delinquen y no trabajan tienen facilidades. ¿Dónde está la equidad y el progresismo?

Socialmente fue un día de lucha para el movimiento obrero. Es el certificado de defunción para la CGT oficialista que marcha hacia la unificación de las centrales obreras. Económicamente fue un día perdido

para todos los argentinos. Pero políticamente hubo solo dos personas que perdieron: Axel Kicillof y Cristina, es decir los organizadores del paro. Cristina lo hizo.

AL.2 EL NUEVO BILLIKEN DE FORSTER/ 7 julio 2015



Texto:

El kirchnerismo no tiene límites en sus delirios de grandeza. La última genialidad que se le ocurrió a Ricardo Forster es decretar una nueva independencia nacional. No anda con chiquitas. Según el intelectual a la Carta, semejante acontecimiento, también se produjo el 9 de julio, pero del 2003, gracias a Néstor Kirchner. Ojo que Forster no niega la independencia del 9 de julio de 1816. Dice, sin que se le caiga la cara de vergüenza, que en el 2003 el matrimonio Kirchner generó una nueva emancipación. ¿Dónde habremos estado los argentinos que no nos dimos cuenta? ¿En que estábamos pensando nosotros, humildes mortales, mientras los próceres de Néstor y Cristina nos condujeron a la libertad y la igualdad? Para subsanar semejante herejía y en una muestra de mi colaboración me gustaría contribuir a escribir esa parte de la historia. Propongo que sea similar a la que leímos en Billiken pero que esta vez la letra "Ka" sea resaltada en celeste y blanco.

En 1816 el encuentro se realizó en la Casa de Tucumán que era propiedad de la señora Francisca Bazán de Laguna.

En 2003 la podríamos ubicar en la Casa de Santa Cruz, precisamente en El Calafate o en el departamento de Puerto Madero, ambos pertenecientes a la señora Cristina Elizabet Fernández de Kirchner.

En 1816 el Congreso fue presidido por el diputado sanjuanino Juan Francisco Narciso de Laprida.

En 2003 esa tarea debería estar en manos del Carlos Zannini, natural de Villa Nueva e hijo de un arriero criollo llamado Eulogio.

En 1816 el Acta decía textualmente: En la benemérita y muy digna ciudad de San Miguel de Tucumán a nueve días del mes de julio de 1816: terminada la sesión ordinaria, el Congreso de las Provincias Unidas continuó sus anteriores discusiones sobre el grande, augusto y sagrado objeto de la independencia de los pueblos que lo forman. Era universal,

constante y decidido el clamor del territorio por su emancipación solemne del poder despótico de los reyes de España, los representantes sin embargo consagraron a tan arduo asunto toda la profundidad de sus talentos, la rectitud de sus intenciones e interés que demanda la sanción de la suerte suya, pueblos representados y posteridad. A su término fueron preguntados ¿Si quieren que las provincias de la Unión fuese una nación libre e independiente de los reyes de España y su metrópoli? Aclamaron primeramente llenos de santo ardor de la justicia, y uno a uno reiteraron sucesivamente su unánime y espontáneo decidido voto por la independencia del país (...)"

En 2003 creo que el Acta de la Segunda Independencia debería decir algo así:

"En la benemérita y muy digna ciudad de Calafate (se podría reemplazar por el Barrio de Puerto Madero), etc. etc., el Congreso del Frente para la Victoria resolvió sobre el grande, augusto y sagrado objeto de la independencia de los pueblos que lo forman. Era universal, constante y decidido el clamor del territorio por su emancipación solemne del poder despótico de los reyes de la derecha cavernícola, retrógrada y oscurantista y del virreinato de los medios y las corporaciones. A su término fueron preguntados si quieren la Segunda y definitiva independencia de la patria y aclamaron, primeramente, llenos de santo ardor por la justicia legítima y los jueces subrogantes y uno a uno reiteraron su unánime, y espontáneo decidido voto por la independencia.

En 1816 participaron entre otros diputados representantes de las provincias que luego serían calles y avenidas como Laprida, Álvarez Thomas, Balcarce, Sánchez de Bustamante, Medrano, Paso, Anchorena, Malabia y Castro Barros entre otros.

En 2003 podríamos sesionar con quienes hoy están en el Foro de Forster, los poco representativos José Pablo Feinmann, Víctor Hugo Morales, Hebe Bonafini, Milagro Sala, Hugo Yasky y Javier Grossman quien será el encargado de traer las grúas para que una mujer con vestido blanco y una bandera argentina como poncho flote por el aire. Si es posible ese símbolo femenino de la libertad deberá tener en su espalda una leyenda que diga: "Gracias, Cristina".

En 1816 el pueblo celebró en las calles y se designó a Juan Martín de Pueyrredón como Director Supremo de las Provincias Unidas del Río de la Plata.

En 2003 los pibes para la liberación deberán celebrar en el Patio de las Palmeras con banderas de La Cámpora y designar a Máximo Kirchner como Director Supremo de las provincias unidas del Calafate y Hotesur.

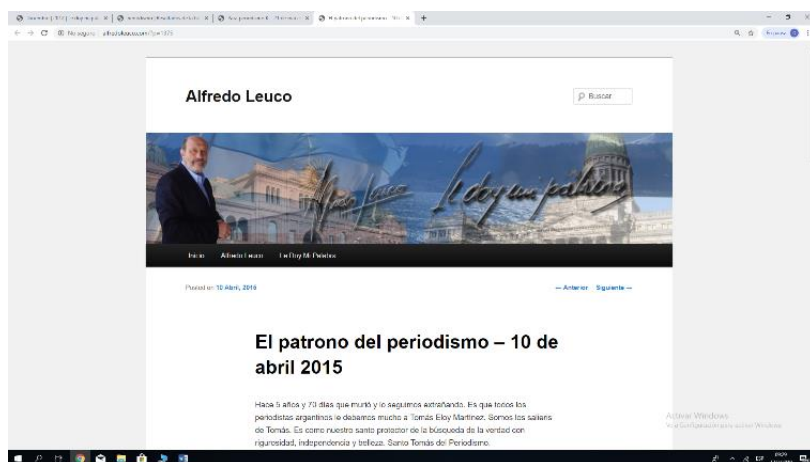
Solo faltaría hacer algunos agregados y recortes y ya tenemos todo pipí cucú como quieren Forster y Cristina. El inspector de ideología mantendrá su sencillo cargo de Secretario de Coordinación Estratégica para el Pensamiento Nacional del Ministerio de Cultura de la Nación. Toma para vos. No tenés títulos, gorosito.

En la declaración de la Segunda y Definitiva Independencia en donde dice que el Congreso invoca "al Eterno que preside el universo" se podría dejar solamente al "Eterno" y todo el mundo entenderá que se trata de Néstor.

La impresión de los millones de Billiken quedará en manos de la empresa Ciccone y se descarta que tengan un poster de Amado Boudou ni de Lázaro Báez. Esas fueron ideas de los gorilas antipatrias y antipueblo de algún destituyente de Radio Buitre.

Quieren hacer historia y hacen papelones. Ya van cinco foros realizados entre convencidos y fanáticos que se agitan entre ellos, masturbándose con la ideologitis como si recién bajaran de la Sierra Maestra. ¿Sabrá Forster que Perón sentenció que de todos lados se puede volver menos del ridículo? Un país atravesado por el atraso, la pobreza y la megacorrupción de estado, y el autoritarismo que fracturó a la sociedad y la llenó de odio, nos lleva a otro momento de la historia y no precisamente al de la Independencia. Nos lleva a decir: "Juicio y Castigo". Para firmar un nuevo contrato democrático que nos aleje de las enfermedades de los unicatos y nos acerque a la solución de la República. Para sembrar más ciudadanos patriotas y cosechar gobernantes más ciudadanos. Recién ese día amanecerá una nueva y gloriosa Nación. Sin golpistas ni corruptos.

AL.3 EL PATRONO DEL PERIODISMO /10 abril 2015



Texto:

Hace 5 años y 70 días que murió y lo seguimos extrañando. Es que todos los periodistas argentinos le debemos mucho a Tomás Eloy Martínez. Somos los salieris de Tomás. Es como nuestro santo protector de la búsqueda de la verdad con rigurosidad, independencia y belleza. Santo Tomás del Periodismo.

Tomás Eloy fue uno de los más grandes periodistas argentinos y uno de los escritores más potentes y extraordinarios que dio esta tierra. Me gusta recordarlo como alguien para el que nada que tuviera que ver con la palabra le era ajeno. Como el tucumano que empezó en La Gaceta y consumó el maravilloso casamiento entre el periodismo y la literatura. Los unió hasta que la muerte los separe. Bendijo con su talento la crónica pura y dura y la ficción. Utilizó como nadie los instrumentos más poéticos para contar las verdades más profundas. No debería permitirse ejercer el periodismo a quien no haya leído "Lugar común la muerte". Ese texto es un ejemplo emblemático de nuevo periodismo argentino. Escrito con precisión de cirujano en la información y con la magia de un novelista en el relato.

Noticias certeras e imaginación como dos caras de la misma moneda del talento.

Comparto con Jorge Fernández Díaz, con quien Tomás conversó hasta sus últimas horas, que “La novela de Perón” y “Santa Evita” conforman la mejor historia mítica del peronismo jamás escrita. El texto sobre el general, cumple 30 años desde su aparición y Santa Evita, 20 y además, es la novela argentina más traducida de todos los tiempos. Tomás, que nunca fue peronista, entrevistó por primera vez a Perón en 1966. Confesó que afrontó esa charla “con el desasosiego y el entusiasmo de quien advierte por primera vez que el secreto viento de la historia está pasando ante sus ojos”.

Tomás Eloy fue el que le dio el primer empujón a la gloriosa literatura de Gabriel García Márquez. El propio Gabo, su amigo de siempre, lo reconoció muchas veces. Hoy seguramente estarán hablando de literatura y política en alguna nube del paraíso con forma de biblioteca, tomando un café entre dos periodistas. Gabo en su momento dijo que Tomás Eloy tuvo el coraje y la visión de ponerlo en la tapa de Primera Plana y elogiar a Cien Años de Soledad pese a que nadie lo conocía. Cuando García Márquez ganó el Premio Nobel dijo que ese dinero lo iba a invertir para sacar un nuevo tipo de diario latinoamericano que se iba a llamar “El Otro”. Y llamó a Tomás Eloy para que lo dirigiera. Sabía que era un ebanista del abecedario.

Columnista de La Nación hasta el final, también publicó sus destrezas luminosas en El País, en el New York Times y fue el primer director de Telenoche. Tomás es todo esto que le cuento y mucho más que un orgullo ético de la creatividad para ejercer el oficio de las letras. Fue perseguido por ser un ineludible combatiente de la libertad. Tuvo que exiliarse porque la Triple A lo había amenazado de muerte. Una vez lo esperaban en la puerta de un bar para acribillarlo. Tomás llamó a varios cronistas amigos para que cubrieran su propio crimen. La presencia de los colegas hizo que los asesinos de LopezRega huyeran espantados.

Su relato periodístico La pasión según Trelew, al más puro estilo nazi fue quemado durante la dictadura en una plaza de Córdoba por el furber criollo, Luciano Benjamín Menéndez. Después fue incorporado como prueba al expediente de la causa que investiga la masacre. Hasta avanzada la democracia, Tomás tuvo que enfrentar un juicio que le hizo el Mussolini tucumano, Antonio Domingo Bussi.

En el discurso de apertura de la Feria del Libro del 2006, Tomás Eloy fue muy duro e irónico con el presidente Néstor Kirchner: “La presencia de un jefe de estado en un acto como este es insustituible”, dijo desde el escenario. Y después propuso crear otra vez el país, pero a partir de los libros. Sarmientinamente sugirió apagar con civilización los fuegos de la barbarie pasada. Y dijo que con el poder iletrado es imposible dialogar. Solo hay órdenes, subordinación y monosílabos.

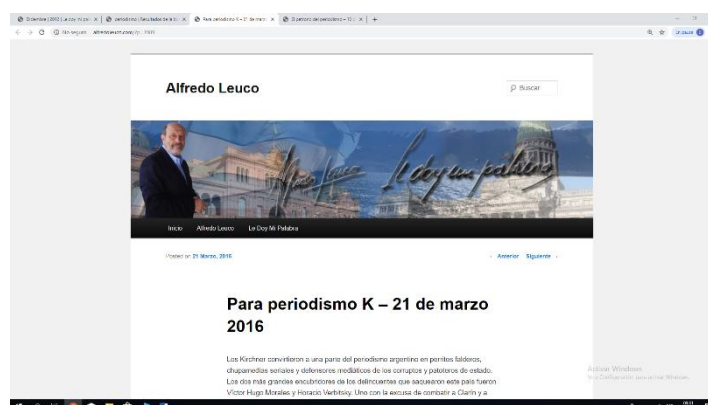
Estamos transitando momentos difíciles para ejercer el periodismo independiente. Las profundas convicciones de Tomás Eloy Martínez nos pueden servir como estandarte. El escribió que “El periodismo no tiene por qué conciliar con nada ni con nadie. Su misión es en eso idéntica a la del artista: revelar los abismos y las luces más secretas del hombre, agitar las

aguas, estimular la imaginación, provocar el cambio, luchar sin sosiego para que las perezas y los conformismos que adormecen la inteligencia sean derribados con el mismo estrépito liberador que hace tres milenios hizo caer las murallas de Jericó. Si el periodista concilia, si transa con el poder, si se vuelve cómplice de la mentira y de la injusticia, no solo está traicionándose a sí mismo, traiciona sobre todo la fe que el lector ha puesto en él y con eso destroza el mejor argumento de su legitimidad y el único escudo de su fortaleza”.

En estos tiempos de cólera contra el periodismo vale la pena recordar lo que dijo cuando agradeció el premio Ortega y Gasset en España: “aunque a la palabra se le impongan cerrojos y diques, se seguirá abriendo paso como el agua, fortalecida por la adversidad.” Tomás Eloy Martínez no había cumplido 10 años cuando se escapó de su casa a ver un circo sin el permiso de sus padres. Como castigo lo encerraron en una habitación y él allí escribió su primer cuento. Se trataba de un chico que se metía en una estampilla para poder viajar. Así, con fantasía e imaginación escapó de aquel encierro. Desde ese día empezó a viajar por países, ideas y mujeres y logró transformarse en un torrente cultural que se metió en el corazón y las mentes de sus lectores. Desde ese día se convirtió en estampilla para siempre y nunca más paró pese a que tres tipos distintos de malditos cáncer intentaron borrarlo de la faz de las letras.

Esa estampilla del realismo mágico pronto será homenajeada en el Centro Cultural San Martín con una muestra llamada 4 mil verdades. Tomás elevó la crónica a la categoría de bellas artes. Instaló el concepto de “ficciones verdaderas” para hacer más cierto el periodismo y más hermosa la escritura. Era el mejor de nosotros. Cada día lo extrañamos más.

AL.4 PARA PERIODISMO K / 21 marzo 2016



Los Kirchner convirtieron a una parte del periodismo argentino en perritos falderos, chupamedias seriales y defensores mediáticos de los corruptos y patoteros de estado. Los dos más grandes encubridores de los delincuentes que saquearon este país fueron Víctor Hugo Morales y Horacio Verbitsky. Uno con la excusa de combatir a Clarín y a Magnetto y el otro refugiado en su trinchera antimperialista subsidiada por los dólares la Fundación Ford

en el CELS, sellaron sus bocas para no hablar de ninguno de los casos de coimas, estafas y lavado. Además, fueron abogados defensores, mayordomos y jefes de prensa de los jefes máximos de esta asociación ilícita monumental que instalaron los 12 años de gobiernos más corruptos que tuvo la Argentina en toda su historia.

Ayer, Jorge Lanata mostró a algunos perejiles, a los cadetes y correveidiles de esta maquinaria de ocultamiento y fabricación de la impunidad. En su vuelta a la noche de canal 13, Lanata emitió un video con algunos y solo algunos de los esbirros de Diego Gvirtz y Sergio Szpolsky. Aparecieron propagandistas menores como Hernán Brienza, Mariano Hamilton, Daniel Tognetti, Camilo García, Julia Mengolini, Mauro Viale negando todas las investigaciones de la ruta del dinero K y todas las denuncias rigurosas que ponían en el banquillo de los acusados a algunos personajes nefastos como Lázaro Báez, Cristóbal López, Amado Boudou, el corrupto confeso Ricardo Jaime, Julio de Vido y Milagro Sala, entre otros que más temprano que tarde van a tener que rendir cuentas ante la justicia. Por supuesto que, en mucho de esos casos, todos los caminos llevaban a la Santa Trinidad conformada por Néstor, Cristina y Carlos Zannini. Fue patético ver y escuchar a algunos de los que pontificaban que todo lo que decía Lanata era mentira, un invento de Clarín o una operación. Una placa de 67rocho como los bautizó acertadamente Jorge, se preguntaba: ¿Quién es más chantun y corrupto, Fariña o Lanata? Hay que decir que Fariña ayer por teléfono le pidió disculpas a Lanata por haber desmentido lo que dijo en un principio y confesó que hoy sabe que su mejor estrategia es decir la verdad. Y Federico Elaskar otro que dijo la verdad y luego reculó y desmintió por las amenazas, acaba de sostener que “la primera lavadora de dinero es Cristina de Kirchner”. ¿Fuerte, ¿no? La ex presidenta por ahora viene zafando porque el juez Sebastián Casanello, una tortuga patagónica, aceleró el expediente por temor al juicio político y la destitución, pero sigue siendo un guardaespaldas de Cristina. Como parece que tiene una bola de cristal nacional y popular, Casanello afirmó con toda contundencia que “Cristina no tiene nada que ver con todo esto, y que no piensa citarla ni como testigo”. Tal vez Casanello olvidó que Cristina es socia de Lázaro, que intercambiaron relaciones económicas escandalosas y que estamos hablando del mayor receptor de obra pública de la era K y del constructor, diseñador y ahora vigilador del faraónico mausoleo donde descansan los restos de Néstor a quien vió por última vez pocas horas antes de su muerte. ¿Serán casualidades o causalidades para Casanello?

Pero sigamos analizando el periodismo militonto que no fue tan tonto al adherir al triple empleo de sueldos monumentales y a las pautas publicitarias extorsivas que usaron los Kirchner.

El más grande receptor individual de pauta oficial fue un periodista del montón que en los últimos tiempos se transformó en un jefe de operaciones anti Macri y pro Kirchner: Roberto Navarro. Por derecha facturó fortunas al estado y por izquierda, dicen que mucho más, pero hay algunos que están investigando. Resulta que ayer Navarro aseguró que fue censurado y que le levantaron su programa en C5N el canal de Cristóbal que la sabiduría popular de inmediato bautizó: Cristina 5 Néstor. Dijo Navarro que el

gobierno presionó tanto a su patroncito de estancia que este cedió a la presión y levantó el informe que tenía preparado para demostrar que Nicolás Caputo es el Lázaro Báez de Mauricio Macri.

Pregunta al paso: ¿Va a renunciar Navarro al canal que según él dice lo censuro? ¿Va a presentar una denuncia por censura ante la justicia? Primero contra los dueños del canal y después contra los funcionarios del gobierno que lo presionaron. ¿Cómo es eso que un canal le prohíbe emitir un informe a un periodista y ese periodista no se va de inmediato con un portazo y denuncia al canal ante Fopea o la comisión de libertad de expresión de la Organización de Estados Americanos.

Si Cristóbal no resistió la extorsión macrista también debería denunciarlo y mandar al frente a los extorsionadores con nombre y apellido.

Como si semejante papelón y rosario de mentiras fuera poco, salió uno de los personajes más desprestigiados de la Argentina a defender a Navarro. Hablo de Aníbal Fernández, acusado de ser “La Morsa” y responsable intelectual del triple crimen de General Rodríguez. Aníbal sigue mintiendo sin entender que el mundo mediático en el que vivimos tiene recursos muy sencillos para desmontar sus falsedades. En un minuto y con internet, los argentinos descubrieron que era mentira que en Alemania había más pobres que en Argentina. Bueno, insiste el muchacho de Quilmes, amigo de los hermanos Lanatta con doble “te” y enemigo designado por el Papa Francisco por sus oscuras vinculaciones con el narcotráfico. Ahora Aníbal inventó que durante el gobierno de los Kirchner nunca se levantó un programa periodístico. Frágil memoria la del mariscal de la derrota más dura del peronismo bonaerense. Le recuerdo algunos casos, porque para muestra alcanza con un botón. Primero en ese mismo canal, levantaron el reportaje que Marcelo Longobardi le estaba haciendo a Alberto Fernández que criticaba a Cristina. A Marcelo también lo echaron de radio 10 por algo parecido. Ni hablar de Pepe Eliashev cuando Mona Moncalvillo lo despidió de Radio Nacional con aquel irrespetuoso: “Negro, c’estfini. Nelson Castro probó la misma medicina suministrada por otro amigo de los K en los medios: en radio del Plata le mostraron tarjeta roja los revolucionarios de Electroingeniería. Y le cuento otra que me involucra a mí y también a Longobardi. El ministro y cajero de entonces, Julio de Vido apretó tanto a América TV que lograron sacarnos del aire con nuestro programa llamado “Fuego Cruzado”. Les molestaba la apuesta a la libertad y a la crítica que habíamos armado los domingos a la noche. Pero se volvieron locos con un informe sobre los tristemente célebres fondos de Santa Cruz que se evaporaron en el aire producto de un pase de magia de Néstor. Yo lo denuncié en el último programa. Pero la demostración de que eso fue cierto es que nunca más trabajamos en ese canal. Me despidieron de radio La Red y luego les gané el juicio laboral correspondiente. No lo cuento para reabrir viejas heridas porque no me interesa. Lo conté en su momento, con Cristina presidenta, en dos libros que se escribieron sobre el tema de la censura K. Pero quiero demostrar que, si uno se siente censurado en un lugar, debe irse y que si se queda es porque no es verdad que el gobierno obligó al canal a levantarle el programa. Si Navarro se va del canal, denuncia en la justicia a los empresarios y funcionarios censuradores, la cosa va a ser más creíble. Pero la palabra credibilidad y honradez no figura en el diccionario de

tantos para periodistas de estado que se hicieron millonarios siendo los escudos protectores de una banda de ladrones y estafadores. Se trata de decir la verdad si querés que te crean. De destapar ollas, de descubrir en lugar de encubrir. De poner los huevos sobre la mesa y bancarse la que se venga. Aunque vengan degollando, como pasó durante el kirchnerismo. La libertad censurada jamás será negociada.

AL.5 MALVINAS, A 35 AÑOS /31 marzo 2017



Texto:

Malvinas es el espejo de nuestras miserias y nuestras grandezas. Es la cara y cruz de lo que somos. La cara que mostramos y la cruz que llevamos. Las dos caras de la moneda. El coraje y la cobardía. El héroe y el traidor. Los dictadores y los combatientes.

El 2 de abril debe ser nuestro día de luto. Nuestro día de reflexión para pensar en la patria. Pero en la verdadera patria. No en la de Galtieri, o Astiz, el lagarto cobarde que se rindió al primer amague. Las propias fuerzas armadas argentina recomendaron la pena de muerte para esos jefes despreciables.

Yo recuerdo a los que lucharon con dignidad. Los ex combatientes son la contracara de los terroristas de estado. Los pibes murieron por la patria y los dictadores mataron a la patria. No hay porque confundir las cosas.

Nosotros necesitamos por lo menos un día para pensar en ellos. En esos muchachos que fueron sin entrenamiento y sin el armamento necesario. En esos chicos estaqueados por robar la comida que les habían robado a ellos. En tantos colimbas que murieron sepultados en el mar con el hundimiento del Belgrano.

En esos hijos de la Argentina más humilde que, como siempre, fueron los primeros en morir. Igual que ahora. Así en la guerra como en la paz, el hilo siempre se corta por lo más delgado.

A ellos les debemos una explicación histórica. A ellos debemos pedirles perdón por la forma en que los mandaron al frente y por la forma en que los escondieron en el fondo a su regreso como si fueran delincuentes.

Pasado mañana, este domingo, se cumplen exactamente 35 años y no puedo olvidar aquella fotografía, más negra que blanca, con los viejos

fusiles FAL amontonados y cruzados como símbolo de la rendición en Malvinas. Mucho después, asocie políticamente ese momento a la capitulación que el general Mario Benjamín Menéndez firmó frente a su par británico, Jeremy Moore. Y mucho más tarde aprendí a mirar la guerra de Malvinas a través de los ojos de los héroes.

De los muchachos de carne y hueso que lucharon hasta el final. Y cómo un homenaje a los que murieron en aquellas tierras que pertenecen al pueblo argentino. Ya pasaron 35 años y si usted me permite quiero contarle nuevamente una de las historias más conmovedoras: la del soldado maestro Julio Rubén Cao. Justo ahora que hay un debate muy grande respecto del rol y del futuro de los docentes. Justo ahora que la crisis cuestiona hasta la vocación de los que levantan esa bandera de la educación pública.

Pocas horas antes de que la guerra terminara, Julio murió combatiendo. Resistió como pudo el avance de las tropas enemigas. Literalmente, le puso el pecho a las balas para proteger a sus compañeros como lo hizo desde el primer minuto que llegó a Puerto Rivero, como se bautizó primero a Puerto Argentino. Hace 35 años que Julio entregó su vida por la patria y es desgarrador recordar que ni siquiera pudo conocer a su hijita, Julia que nació un par de meses después de su muerte. Julio Cao acarició a Julia en la panza de Clara Barrios, el día que se despidió. Delmira, la abuela de Julia y la madre de Julio casi le rogó que se quedara: "Julito, no vayas. Si no te llamaron. Tengo miedo". Julio, el maestro, le respondió como un maestro de la patria: "No me pidas eso mamá. ¿Con que cara yo podría dar clases sobre San Martín o Belgrano si me escondo debajo del pupitre?". Fue uno de los pocos soldados voluntarios. Fue un apoyo permanente de sus compañeros de colimba del regimiento de Infantería Motorizada de La Tablada. Siempre con la misma alegría que tenía al frente del grado en su escuela. Siempre ayudando a escribir y a leer cartas el resto de los soldados. Siempre con optimismo.

La humedad criminal de los pozos de zorro, el viento que helaba el alma, el hambre que agujereaba por dentro y los bombardeos que destruían por fuera eran solo excusas para reforzar el coraje y para seguir yendo al frente. Así era el soldado maestro Julio Rubén Cao. Solidario, guapo, así en la paz como en la guerra. En las aulas se convertía en albañil para reparar los techos, o en carpintero para arreglar los viejos bancos de escuela. Hizo un profesorado en Literatura porque amaba a Serrat. Siempre soñó con ser docente porque admiraba a Ghandi y a la paz. Antes de embarcarse a Malvinas y después de besar el ombligo de su esposa, Julio plantó un árbol en el patio de la casa de su madre. Quiso respetar aquello de tener un hijo, plantar un árbol y escribir un libro. El libro no pudo concretarlo. Pero escribió cartas conmovedoras desde Malvinas. Una de ellas debe leerse en todos los colegios cada 2 de abril y dice así:

A mis queridos alumnos de 3ro D:

No hemos tenido tiempo para despedirnos y eso me ha tenido preocupado muchas noches aquí en Malvinas, donde me encuentro cumpliendo mi labor de soldado: Defender la Bandera. Espero que ustedes no se preocupen mucho por mí porque muy pronto vamos a estar juntos nuevamente y

vamos a cerrar los ojos y nos vamos a subir a nuestro inmenso Cóndor y le vamos a decir que nos lleve a todos al país de los cuentos que como ustedes saben queda muy cerca de las Malvinas.

Y ahora como el maestro conoce muy bien las islas no nos vamos a perder. Chicos, quiero que sepan que a las noches cuando me acuesto cierro los ojos y veo cada una de sus caritas riendo y jugando; cuando me duermo sueño que estoy con ustedes. Quiero que se pongan muy contentos porque su maestro es un soldado que los quiere y los extraña.

Ahora sólo le pido a Dios volver pronto con ustedes.

Muchos cariños de su maestro que nunca se olvida de ustedes.

Es desgarrador comprobar que solo le pidió a Dios volver y fue lo único que no pudo lograr. Hace 35 años que comenzó aquella guerra, su hija Julia, tiene 35 años y anda con algunos problemas producto de todo lo que tuvo que pasar, su madre, doña Delmira todavía lo espera, aunque muy delicada del corazón herido.

Cuando Julia cumplió 9 años, viajó con su abuela a Malvinas. En el cementerio de Darwin adoptaron una tumba y le dejaron una flor y muchas lágrimas. Hoy la escuela Nro 32 de Lafferrere donde daba clases con su impecable guardapolvo blanco lleva su nombre: "Soldado maestro Julio Rubén Cao". El árbol que plantó, ya tiene 10 metros de altura. Tras un manto de neblina no los hemos de olvidar. Ni a nuestras Malvinas ni a nuestros héroes.

Las dos islas que son un solo corazón. La melancolía de la soledad y la euforia de la Gran Malvina.

Las escarapelas en el pecho sobre un guardapolvo duro de almidón tembloroso, el pelo engominado, los zapatos bien lustrados y la celeste y blanca que sube flameando segura... Segura de que algún día dejen ser nuestras hermanitas perdidas.

BLOG DE MARIANO SARAVIA

Descripción de las Características Morfológico-funcionales del Blog

El sitio de Mariano Saravia está construido sobre una plataforma WordPress.org.

Comenzó a publicar en el año 2016, y lo hace de manera periódica todas las semanas.

En cuanto a la *visibilidad*, la página tiene formato de blog, se leen las publicaciones en orden cronológico mediante *scroll*. Los textos no ofrecen vinculación entre ellos de forma directa, sino a través de las citas mismas del periodista.

En el margen superior pueden desplegarse las opciones de navegación en el sitio:
INICIO PERFIL COLUMNAS ENTREVISTAS ESPECTÁCULOS MIRADA SUR LIBROS
FOTOS FRASES CONTACTO

Las columnas son audiovisuales, radiales o escritas. Y la opción esta discriminada al clicar el botón de “columnas”.

En el INICIO aparece la Foto de presentación de Saravia y en orden cronológico las columnas de opinión.

El botón FOTOS despliega una serie de fotografías que va posteando el autor acorde a las temáticas de la agenda que aborda.

Se utilizan herramientas *multimediales*, incorporando textos, imágenes, videos, audios, ilustraciones y diseño gráfico.

Saravia sube columnas grabadas en una plataforma de YouTube, son exclusivas para subir en su blog.

En el margen derecho, hay un buscador interno de publicaciones; además, tiene la opción de enlazar posteos según las “etiquetas” temáticas tratadas por palabras clave.

Sobre las posibilidades de *Interacción y el Carácter conversacional* del blog, se puede interactuar con el periodista es a través del correo en la casilla de CONTACTO; y además ofrece la posibilidad de “compartir noticia”, o sea viralizar las publicaciones del blog por las redes sociales del usuario. Aparecen las redes de Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn. El sitio permite al usuario crear su propio blog en la misma plataforma, abrir foros y wikis. Los comentarios a los posts están desactivados.

Los posteos se encuadran en *los Géneros periodísticos* de opinión, sumando columnas, misceláneas, entrevistas, audios y videos personalizados. Informaciones sobre charlas, espectáculo, promoción de libros propios y cursos dados por Saravia.

En el botón Mirada Sur sube el programa de política internacional conducido por el periodista por Cba24n, el canal de noticias de la Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

En ESPECTÁCULOS promociona las propuestas de presentaciones propias, donde mixtura la historia, la comunicación y la cultura junto a otros artistas y comunicadores.

Agenda informativa. Actualidad política nacional e internacional. Establece una agenda propia sobre temas de investigación y análisis político e histórico. También instala una agenda cultural a través de los espectáculos que difunde.

Mediciones. No son públicas en la página.

Financiamiento. En sitio no cuenta con publicidades ni patrocinio.

NOTAS SELECCIONADAS

MS.0 PRESENTACIÓN DEL BLOG



Texto:

Mariano Saravia es periodista, escritor, docente universitario y conferencista. Sus especialidades son la política internacional, el periodismo histórico y los derechos humanos.

[Leer más.](#)

PERFIL COMPLETO

Mariano Saravia es periodista, escritor, docente universitario y conferencista. Sus especialidades son la política internacional, el periodismo histórico y los derechos humanos.

También es conductor del programa *Mirada Sur*, sobre política internacional e integración sudamericana, que se emite los martes de 21 a 22 por CBA24n de Córdoba. Y columnista de política internacional en Canal 10 y Radio Universidad de Córdoba, Radio Del Plata de Buenos Aires y la Revista Veintitrés. Sus artículos y ensayos han sido publicados en publicaciones de Argentina y el exterior. Además, es profesor titular de la materia Política Internacional de las carreras de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Católica de Córdoba.

Hizo su carrera universitaria en la Universidad Nacional de Córdoba, recibiendo el título de licenciado en Comunicación Social. Tiene una maestría en Relaciones Internacionales del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. También realizó estudios en Italia, Alemania, Irlanda, Reino Unido, País Vasco, Polonia, Israel, Canadá, Estados Unidos y Brasil. Es profesor invitado de la Universidad Nacional de Río Cuarto, la Universidad Nacional de Villa María y la Universidad Católica de Córdoba. También de la Universidad de Wisconsin Green Bay y del Boston College de Estados Unidos.

Además recorre su provincia, Córdoba, y Argentina dictando conferencias sobre temas históricos, políticos y de derechos humanos, principalmente de Argentina y Suramérica. Ha viajado por gran parte de Europa, África, Asia y las tres Américas. Pero principalmente es un gran conocedor de Suramérica y de los procesos políticos actuales. Ha sido invitado a disertar en la mayoría de los países sudamericanos, sobre todo en Venezuela, Ecuador, Brasil y Bolivia.

Es un defensor del proceso de integración regional sudamericano. También es un militante por el reconocimiento del Genocidio Armenio. Ha asesorado al presidente boliviano Evo Morales en el conflicto con Chile por la salida soberana al Océano Pacífico que perdió Bolivia en la Guerra del Pacífico (1879-1884). Y finalmente, es también un militante por la independencia de la Guayana. Único enclave colonial de Sudamérica junto con las islas Malvinas. Actualmente es representante internacional del Movimiento de Descolonización y Emancipación Social de la Guayana.

Tiene publicados 10 libros, algunos de ellos traducidos al inglés, francés, portugués, danés y vietnamita. Uno de ellos, *La sombra azul*, fue llevado al cine con el mismo nombre.

Compartir Noticia

Etiquetas

- Agustín Tosco
- Alfredo Zalat
- Argentina
- Brasil
- Capacitaciones
- Cba24n
- Cumbre G20
- Curso de Economía
- Cómo y por qué el
- Córdoba
- Dilma
- economía
- Economía Política
- escándalo
- estados unidos
- Formación golpe
- golpe blando
- golpe de estado
- La economía a
- Libro
- Libros
- Luz y Fuerza
- Macri
- Mapas
- mariano saravia
- mercosur

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

PERFIL COMPLETO

Mariano Saravia es periodista, escritor, docente universitario y conferencista. Sus especialidades son la política internacional, el periodismo histórico y los derechos humanos.

*También es conductor del programa *Mirada Sur*, sobre política internacional e integración sudamericana, que se emite los martes de 21 a 22 por CBA24n de Córdoba. Y columnista de política internacional en Canal 10 y Radio Universidad de Córdoba, Radio Del Plata de Buenos Aires y la Revista Veintitrés. Sus artículos y ensayos han sido publicados en publicaciones de Argentina y el exterior. Además, es profesor titular de la materia Política Internacional de las carreras de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Católica de Córdoba.*

Hizo su carrera universitaria en la Universidad Nacional de Córdoba, recibiendo el título de licenciado en Comunicación Social. Tiene una maestría en Relaciones Internacionales del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. También realizó estudios en Italia, Alemania, Irlanda, Reino Unido, País Vasco, Polonia, Israel, Canadá, Estados Unidos y Brasil. Es profesor invitado de la Universidad Nacional de Río Cuarto, la Universidad Nacional de Villa María y la Universidad Católica de Córdoba. También de la Universidad de Wisconsin-Green Bay y del Boston College de Estados Unidos.

Además, recorre su provincia, Córdoba, y Argentina dictando conferencias sobre temas históricos, políticos y de derechos humanos, principalmente de Argentina y Suramérica. Ha viajado por gran parte de Europa, África, Asia y las tres Américas. Pero principalmente es un gran conocedor de Suramérica y de los procesos políticos actuales. Ha sido invitado a disertar

Es un defensor del proceso de integración regional sudamericano. También es un militante por el reconocimiento del Genocidio Armenio. Ha asesorado al presidente boliviano Evo Morales en el conflicto con Chile por la salida soberana al Océano Pacífico que perdió Bolivia en la Guerra del Pacífico (1879-1884). Y finalmente, es también un militante por la independencia de la Guayana, único enclave colonial de Sudamérica junto con las islas Malvinas. Actualmente es representante internacional del Movimiento de Descolonización y Emancipación Social de la Guayana.

Compartir Noticia

[illegible]

MARIANO SARAVIA

Lo que "SÍ SE PUEDE" **cambiar** en UNA SEMANA...

Del 4

Estalla el escándalo de los Panamá Papers, una filtración de documentos confidenciales en el diario alemán Süddeutsche Zeitung, que luego compartió el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación. Revelaban el ocultamiento de propiedades de empresas, activos, ganancias y evasión tributaria de políticos y personalidades de las finanzas, negocios, deportes y arte.

al 10 de abril

Son guaridas y no paraísos fiscales. Porque la palabra paraíso denota algo bueno y positivo, pero son verdaderas guaridas adonde se refugian de incógnito verdaderos delincuentes morales. Porque una persona bien nacida pone su dinero al servicio de la producción, la generación de trabajo, y a través de ellas intenta ganar, y no al servicio de la evasión y la especulación financiera. Entre ellos figura Mauricio Macri, que primero niega y luego se ve forzado a aceptar sus bienes y activos ocultos en guaridas fiscales.

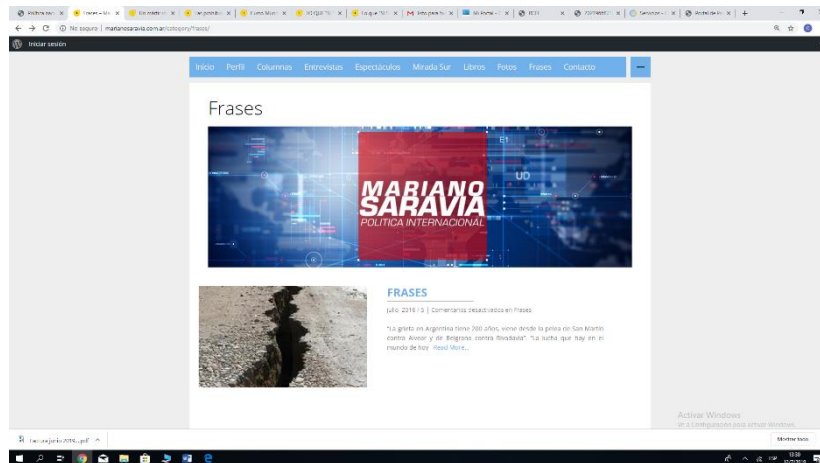
de 2016

Alberto Abad, titular de la AFIP declara públicamente con respecto a los Panama Papers de Mauricio Macri que "Si una persona física residente en el país, que no sea accionista de una sociedad constituida en el extranjero, y que integrando el directorio de la compañía no perciba ingresos bajo ningún concepto, no está obligado a presentar declaración jurada". Mientras que Gabriela Michetti expresa que la cuenta offshore no es "nada ilegal ni antieético".

Investigación: María Gina Seydell
Diseño Gráfico: Cecilia Achával

#Semana17
Del Gobierno de Macri

MS. 2 FRASES/ JULIO 2016 /



"La grieta en Argentina tiene 200 años, viene desde la pelea de San Martín contra Alvear y de Belgrano contra Rivadavia".

"La lucha que hay en el mundo de hoy es entre corporaciones y democracia, entre el capitalismo financiero y los Estados, entre los gerentes y los pueblos. Y esta lucha es también entre la vida y la muerte".

"El que no lucha por su salario es un indigno, pero el que sólo lucha por su salario es un egoísta".

"Hubo dos períodos fundamentales en la historia de nuestra liberación. Los dos duraron 15 años. Uno empezó en 1809 con las rebeliones de Quito y La Paz y terminó en 1824 con la Batalla de Ayacucho. El otro empezó en 1999

con la llegada de Chávez al gobierno en Venezuela y pareciera estar terminando ahora”.

“Macri trabaja con la doctrina del shock, un golpe cada día. Cuando estás en shock, estás desorientado, perdés las referencias. Y el único marco de referencia que tenemos a mano para reorientarnos es nuestra historia. Por eso, volvamos la vista atrás para salir del shock”.

“Nos quieren hacer creer que no tenemos historia. Porque si no sabemos por qué lucharon nuestros viejos, nuestros abuelos, menos sabremos por qué luchar hoy. Pero sí tenemos historia”.

“Despedir indiscriminadamente es terrorismo de Estado. Busca disciplinar a los trabajadores porque el terror máximo de un trabajador es perder el trabajo”.

“Hoy la Argentina es un laboratorio social y político. Nunca antes en ningún país se dio que un equipo de CEOs asaltara un Estado como el gabinete de Macri, dominado por gerentes de multinacionales”.

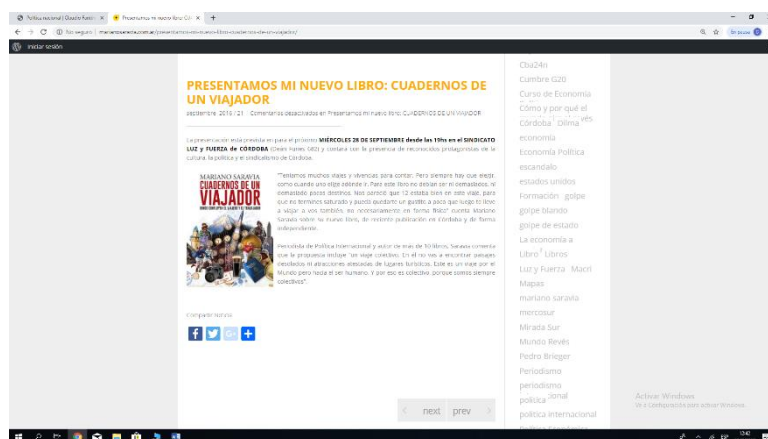
“Ninguna persona bien nacida puede tener empresas en guaridas fiscales, un verdadero empresario emprende e invierte en el país. El que figura en los Panamá Papers es un delincuente moral, sin vueltas”.

“No hablen más de paraísos fiscales, porque un paraíso siempre es algo bueno. Son guaridas fiscales, porque ahí esconden plata sucia los delincuentes morales del mundo”.

“Macri es la continuidad directa de una línea antinacional y antipopular que es la siguiente: Rivadavia, Carlos María de Alvear, Lavalle, Bartolomé Mitre, Julio Argentino Roca, Figueroa Alcorta, Uriburu, Aramburu, Onganía, Martínez de Hoz, Videla, Menem, Cavallo y De la Rúa”.

“Quien ocupa hoy la Casa Rosada no es un adversario político, es el enemigo, porque es la ideología responsable de mucha sangre y mucha muerte de nuestro pueblo: el asesinato de 50 mil gauchos luego de Pavón, la Guerra de la Triple Alianza, la Campaña del Desierto, la Semana Roja, la Semana Trágica, la Forestal, la Patagonia Rebelde, Napalpí, Oberá, Rincón Bomba, el Bombardeo de Plaza de Mayo, Trelew, los 30 mil desaparecidos de la última dictadura y los 34 asesinados de diciembre de 2001”.

MS.3 PRESENTAMOS MI NUEVO LIBRO: CUADERNOS DE UN VIAJADOR/21 septiembre 2016



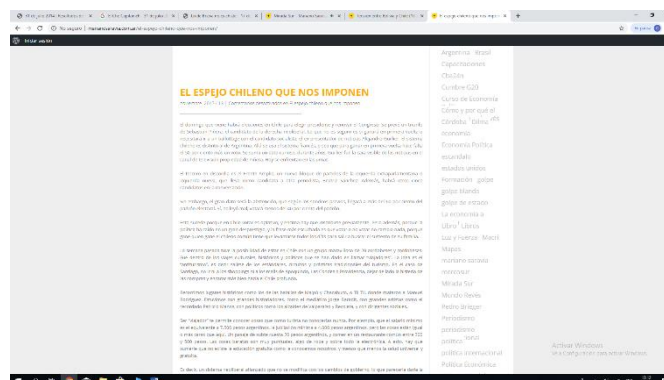
Texto:

La presentación está prevista en para el próximo MIÉRCOLES 28 DE SEPTIEMBRE desde las 19hs en el SINDICATO LUZ y FUERZA de CÓRDOBA (Deán Funes 682) y contará con la presencia de reconocidos protagonistas de la cultura, la política y el sindicalismo de Córdoba.

“Teníamos muchos viajes y vivencias para contar. Pero siempre hay que elegir, como cuando uno elige adónde ir. Para este libro no debían ser ni demasiados, ni demasiado pocos destinos. Nos pareció que 12 estaba bien en este viaje, para que no termines saturado y pueda quedarte un gustito a poco que luego te lleve a viajar a vos también, no necesariamente en forma física” cuenta Mariano Saravia sobre su nuevo libro, de reciente publicación en Córdoba y de forma independiente.

Periodista de Política Internacional y autor de más de 10 libros, Saravia comenta que la propuesta incluye “un viaje colectivo. En él no vas a encontrar paisajes desolados ni atracciones atestadas de lugares turísticos. Este es un viaje por el Mundo, pero hacia el ser humano. Y por eso es colectivo, porque somos siempre colectivos”.

MS.4EL ESPEJO CHILENO QUE NOS IMPONEN/13 Noviembre 2017



Texto:

El domingo que viene habrá elecciones en Chile para elegir presidente y renovar el Congreso. Se prevé un triunfo de Sebastián Piñera, el candidato de la derecha neoliberal. Lo que no es seguro es si ganará en primera vuelta o necesitará ir a un ballottage con el candidato socialista, el ex presentador de noticias Alejandro Guillier. El sistema chileno es distinto al de Argentina. Allí se usa el sistema francés, o sea que para ganar en primera vuelta hace falta el 50 por ciento más un voto. Se suma un dato curioso, durante años, Guillier fue la cara visible de las noticias en el canal de televisión propiedad de Piñera. Hoy se enfrentan en las urnas.

El tercero en discordia es el Frente Amplio, un nuevo bloque de partidos de la izquierda extraparlamentaria o izquierda nueva, que lleva como candidata a otra periodista, Beatriz Sánchez. Además, habrá otros cinco candidatos en la conversación.

Sin embargo, el gran dato será la abstención, que según los sondeos previos, llegará a más del 60 por ciento del padrón electoral. Sí, no leyó mal, votará menos del 40 por ciento del padrón.

Esto sucede porque en Chile votar es optativo, y encima hay que inscribirse previamente. Pero además, porque la política ha caído en un gran desprestigio, y la frase más escuchada es que votar o no votar no cambia nada, porque gane quien gane el chileno común tiene que levantarse todos los días para salir a buscar el sustento de su familia.

La semana pasada tuve la posibilidad de estar en Chile con un grupo maravilloso de 20 cordobeses y cordobesas. Fue dentro de los viajes culturales, históricos y políticos que se han dado en llamar “viajadores”. La idea es el “antiturismo”, es decir salirse de los estándares, circuitos y prácticas tradicionales del turismo. En el caso de Santiago, no ir ni a los shoppings ni a los malls de Apoquindo, Las Condes o Providencia, dejar de lado la histeria de las compras y encarar más bien hacia el Chile profundo. Recorrimos lugares históricos como los de las batallas de Maipú y Chacabuco, o Til Til, donde mataron a Manuel Rodríguez. Estuvimos con grandes historiadores, como el mediático Jorge Baradit, con grandes artistas como el recordado Patricio Manns, con políticos como los alcaldes de Valparaíso y Recoleta, y con dirigentes sociales.

Ser “viajador” te permite conocer cosas que como turista no conocerías nunca. Por ejemplo, que el salario mínimo es el equivalente a 7.500 pesos argentinos, la jubilación mínima a 4.000 pesos argentinos, pero las cosas están igual o más caras que aquí. Un pasaje de subte cuesta 20 pesos argentinos, y comer en un restaurante común entre 300 y 500 pesos. Las cosas baratas son muy puntuales, algo de ropa y sobre todo la electrónica. A esto, hay que sumarle que no existe la educación gratuita como la conocemos nosotros, y menos que menos la salud universal y gratuita.

Es decir, un sistema neoliberal afianzado que no se modifica con los cambios de gobierno, lo que parecería darle la razón a esa gran mayoría que no se interesa por votar. Es más, desde la vuelta de la democracia en 1990, mayoritariamente ha gobernado la coalición de partidos que gobierna hoy, formada especialmente por demócratas cristianos y socialistas (y hoy con la incorporación también de los comunistas). La derecha sólo gobernó con el primer mandato de Piñera, entre 2010 y 2014. En Chile, la palabra clave es: estabilidad. Y la estabilidad puede ser muy buena, o también muy mala, cuando significa estancamiento, imposibilidad de cualquier cambio. Y si esa estabilidad es impuesta “por la razón o la fuerza”, como dice el escudo de Chile, la cosa se parece mucho a un sistema que oprime al pueblo.

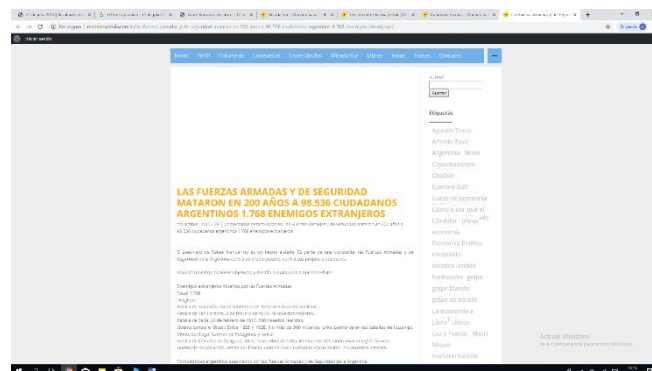
De hecho, tampoco se ve en Chile una reacción popular frente a esta situación. El nivel de sindicalización no llega al 10 por ciento de los trabajadores y la huelga es una palabra desconocida, porque la reforma laboral hacia la que vamos los argentinos es una realidad desde hace mucho en Chile.

Chile sigue siendo el ejemplo en el cual la derecha argentina quiere que nos miremos, pero por todo lo que he venido contando. Que esto quede bien clarito, quieren que nos parezcamos a Chile en todo esto: en romper la tradición de lucha y de sindicalización, para garantizar un sistema cada vez más desigual pero que además garantice estabilidad. Los méritos de ese sistema que también nos refriegan los políticos y periodistas de la derecha argentina, son mentira. Como que hay menos corrupción y que

todo funciona bien y en regla: en una semana no me dieron un ticket ni una factura fiscal en ningún lado, sobre todo en restaurantes o negocios menores.

Son las ventajas de viajar como “viajadores” y no como turistas. Salir un poco de los malls y los shoppings, esos “no lugares” que no habilitan para decir que uno conoce Chile. O cualquier lugar.

MS.5 LAS FUERZAS ARMADAS Y DE SEGURIDAD MATARON EN 200 AÑOS A 98.536 CIUDADANOS ARGENTINOS 1.768 ENEMIGOS EXTRANJEROS/29 noviembre 2017



Texto:

El asesinato de Rafael Nahuel no es un hecho aislado. Es parte de una constante: las Fuerzas Armadas y de Seguridad de la Argentina contra su propio pueblo, contra sus propios ciudadanos.

Aquí les muestro números objetivos, y desafío a cualquiera a que los refute.

Enemigos extranjeros muertos por las Fuerzas Armadas

Total: 1.768

Desglose:

Batalla de Tucumán. 24 de setiembre de 1812. 453 muertos realistas.

Batalla de San Lorenzo. 3 de febrero de 1813. 40 muertos realistas.

Batalla de Salta. 20 de febrero de 1813. 480 muertos realistas.

Guerra contra el Brasil. Entre 1825 y 1828. No más de 500 muertos, principalmente en las batallas de Ituzaingó, Monte Santiago, Carmen de Patagones y Juncal.

Batalla de la Vuelta de Obligado. 20 de noviembre de 1845. 40 muertos del bando invasor inglés-francés.

Guerra de las Malvinas. Desde abril hasta junio de 1982. Dictadura cívico-militar. 255 muertos ingleses.

Compatriotas argentinos asesinados por las Fuerzas Armadas y de Seguridad de la Argentina

Total: 98.536

Desglose:

Campaña del Desierto de Rosas: 3.500 indios mapuches y pampas

Bartolomé Mitre. Plan sistemático entre 1861 y 1868: 30.000 gauchos y montoneros

Campaña del Desierto. Julio Argentino Roca, entre 1879 y 1883. 20.000 mapuches

Campaña del Chaco. En los mismos años, Victorica asesinó a más de 10.000 indígenas

Matanza de Springhill. 1903, Tierra del Fuego. Segunda presidencia de Julio A. Roca. Envenenaron una ballena y de esa manera exterminaron una tribu completa de 500 onas, entre ellos hombres, mujeres, niños y ancianos. Masacre de la playa de Santo Domingo. También en Tierra del Fuego, en 1905. Presidencia de Manuel Quintana. Terratenientes con el apoyo del Ejército exterminan a 300 onas, entre ellos hombres, mujeres, niños y ancianos.

La Semana Roja. A partir del 1º de mayo de 1909. Gobierno de Figueroa Alcorta. 14 obreros anarquistas asesinados por la Policía.

Semana Trágica. Enero de 1919. Gobierno de Yrigoyen. El Ejército y la Policía asesinan a 700 obreros.

Masacre de Fortín Yunká. En Formosa, 19 de abril de 1919. Gobierno de Yrigoyen. El Ejército asesina a 700 indios pilagás y qom, entre ellos hombres, mujeres, niños y ancianos.

La Patagonia Trágica. Fines de 1921 a enero de 1922 en Santa Cruz. Gobierno de Yrigoyen. 1.200 peones rurales fusilados por el Ejército Argentino.

La Forestal. 1922 en el norte de Santa Fe y sur del Chaco. Gobierno de Yrigoyen. 500 obreros del tanino y el quebracho asesinados por la Gendarmería Volante (fuerza paramilitar).

Napalpí. 19 de julio de 1924. Gobierno de Marcelo T. de Alvear. La Policía del Territorio Nacional del Chaco asesina a unos 300 tobas y mocovíes.

Masacre de Oberá. 15 de marzo de 1936. Década Infame, gobierno de Agustín P. Justo. La Policía reprime a colonos rusos y ucranianos, viola mujeres y mata a un número indeterminado, alrededor de 20 colonos.

Matanza de Rincón Bomba. Las Lomitas, Formosa, 1947. Gobierno de Perón. La Gendarmería Nacional masacra a más de 400 pilagás, entre ellos hombres, mujeres, niños y ancianos.

Bombardeo de Plaza de Mayo, 16 de junio de 1955. Los aviones de la Armada Argentina masacran a más de 350 civiles argentinos en la Plaza de Mayo.

Masacre de Trelew. Agosto de 1972. Dictadura de Lanusse. 16 presos políticos escapados de la cárcel de Rawson fueron fusilados por la Armada Argentina en la Base Aeronaval Almirante Zar de Trelew.

Última dictadura cívico-militar. Años '70. 30.000 ciudadanos argentinos víctimas de las Fuerzas Armadas.

Diciembre de 2001. Gobierno de De la Rúa. 34 ciudadanos argentinos asesinados por las fuerzas de seguridad.

2017. Santiago Maldonado, Rafael Nahuel. En el marco de la represión de la Gendarmería y la Prefectura Naval al pueblo-nación mapuche. Régimen de Macri-Durán Barba.