Título del trabajo: VISIBILIDAD Y AUTORREPRESENTACIÓN EN EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0 COMO GÉNERO EMERGENTE

Identificación: Dra. Mariela Parisi, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba, EJE 2: DISCURSOS, LENGUAJES Y MEDIATIZACIÓN.

Palabras claves: Identidad digital, Periodismo de autor 2.0, Autorrepresentación.

Resumen

Este artículo presenta el estudio sobre un tipo específico de construcción de la subjetividad: la identidad digital de periodistas argentinos, configurando una particular representación de sí mismos y dando lugar a un nuevo género discursivo: el Periodismo de Autor 2.0 en soportes digitales emergentes. Esta indagación constituye un estudio sociosemiótico y análisis de discurso de un corpus integrado por publicaciones en blogs y sitios periodísticos (2006-2017). La opción metodológica y la dimensión analítica se sitúan en el ámbito de la producción discursiva del enunciador, con el fin de describir las huellas que las condiciones de producción han dejado en el discurso. La operación de ¨presentación de sí mismo¨ -como proyección de identidad y efecto de realidad- busca obtener el reconocimiento de los lectores/usuarios a través de la exhibición de atributos que conforman el êthos, a partir del cual se refuerza la credibilidad del discurso. Los resultados muestran que los periodistas constituyen sus identidades digitales desde la posición de enunciador y legitimados en el prestigio previo, cuyo efecto discursivo tiende a reestablecer el nombre propio y actualizar el pacto de lectura con los destinatarios. La validación del discurso está dada por la legitimidad que el yo autoral le confiere a lo dicho. Así, en el periodismo de autor 2.0 el narrador es el centro del relato y la referencias a lo íntimo, a lo cotidiano, humanizan la figura del periodista. El criterio de legitimación es la firma, las propiedades y capitales del autor (periodismo de marca) más que el capital simbólico de los medios institucionales.

Introducción

El período de transposición hacia la digitalización a partir de la década del '90 en Argentina, es el marco para el surgimiento de publicaciones personales en formatos emergentes como los Blogs, que inauguran nuevas formas de visibilidad y autorrepresentación de los sujetos.

En el caso de los periodistas, la enunciación del discurso periodístico adquiere características propias de la condición de digitalidad del soporte tales como la autorreferencialidad en los modos de escritura digital y la hipertextualidad en las formas de estructuración textual.

Las condiciones materiales que lo hicieron posible, se remontan a tres grandes transformaciones que cambiaron el escenario de los medios de comunicación y de los periodistas: en primer lugar, la revolución en los soportes y lenguajes a partir de las tecnologías y la convergencia digital (Salaverría & Negredo, 2009; Becerra, 2004; Becerra & Mastrini, 2009); en segundo lugar, la modificación en los procesos de producción, circulación y consumo de los contenidos periodísticos estrechamente ligados a la inmediatez y el poder de la imagen en las redes, así como a la extrema espectacularización de la intimidad y la realidad (Navarro-Zamora, 2009; Cassany, 2012; Sibilia, 2008); en tercer lugar, la mercantilización y la crisis de representatividad de los medios tradicionales hegemónicos como instancia neutral (Kitzberger, 2005; Escudero, L. & García, C.,2007; Mosco, 2009; Becerra et al., 2012, Becerra & Beltrán, 2014; Ramonet, 2011).

En este contexto la industria mediática argentina impactada por las tecnologías digitales modificaron las comunicaciones y generaron nuevos procesos de producción, circulación y consumo de la información.

El 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 la proliferación de blogs y sitios a comienzos de este siglo (Sal-Paz, 2016; Pardo-Kuklinski, 2009; Edo, 2009; Cebrián-Herreros & Flores-Vivar, 2007; Orihuela, 2006). Nos preguntamos si es posible conceptualizar, en la Argentina de principios de siglo XXI y, debido a la crisis de representación de los medios tradicionales, la irrupción de 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 (Parisi, 2021; Arfuch, 2010; Sibilia, 2008; Samela, 2018).

Desarrollo de la investigación

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; y, en consecuencia, proponemos al periodismo de autor 2.0 como nuevo género con características distintivas vinculadas a las interacciones digitales.

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

Dadas las características y especificidades de los sitios web, para analizar la presentación de sí, además de elementos lingüístico-discursivos tenemos en 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 discurso de su êthos digital.

De ahí que paralelo al análisis discursivo de las publicaciones se estudió la "representación de si" de los periodistas en relación a las características morfológico-funcionales del Blog o sitio web, teniendo en cuenta dimensiones tales como: Periodicidad y actualización; Interacción y Carácter conversacional; Visibilidad; Cantidad de visitas (pregnancia); Financiamiento y auspicios; Géneros periodísticos abordados; Enlaces internos/externos; Hipertextualidad; Fuentes de información y bibliográficas; Agenda informativa; Multimedialidad y recursos.

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 se puede visualizar la conformación del êthos mediante características distintivas. Por ejemplo, en los casos estudiados, vemos 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"; "El sitio de …" son ejemplos de los nombres y lemas con que encabezan sus blogs Sergio Carreras, Claudio Fantini, Enrique Lacolla y Alfredo Leuco, Mariano Saravia respectivamente.

A partir de las observaciones preliminares de los contenidos posteados por los periodistas 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) de estos discursos periodísticos, se modifica según las diferentes instancias de enunciación en las que este yo emerge y es enmarcado?

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.

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.

La operación de presentación de sí mismo -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.

Características de la presentación de sí en el Periodismo de autor 2.0

En los blogs periodísticos estudiados 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.

Identificamos la proyección del êthos para generar credibilidad. Desde el punto de vista de la enunciación, 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 p200), la escritura periodística gestiona una tensión que le es constitutiva al hacer uso de una seudo imparcialidad en donde el locutor trata de ausentarse de su discurso y de borrar su êthos. Aparece de manera recurrente la identificación del enunciador posicionado como periodista-autor que se dirige hacia un destinatario configurado como un lector/usuario/seguidor, 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.

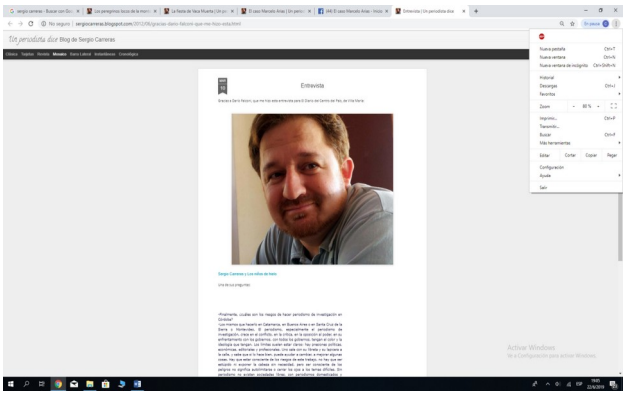
En los blogs/sitios estudiados se visualiza un marcado culto a la profesión, una exaltación del yo identificado fuertemente con el êthos ¨soy periodista¨. Por ejemplo, en el Blog de Sergio Carreras ("Un periodista dice") la pestaña del perfil que se nomina como "Historia", agrega contenidos referidos 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*".

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".

Figura 1. Portada de presentación al sitio de Sergio Carreras



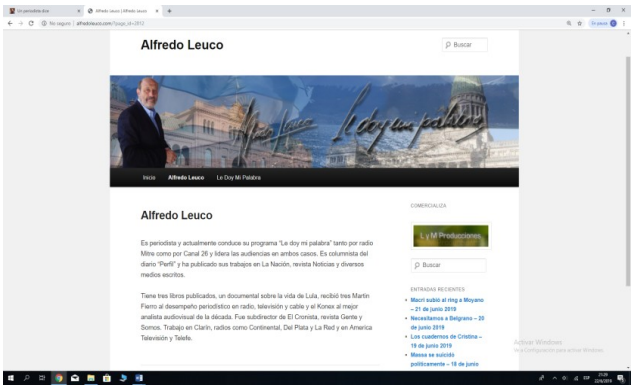
10 marzo 2014/Blog de Sergio Carreras

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. El narrador emerge 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.

Esta característica también se observa en el sitio de Alfredo Leuco "Le doy mi palabra", cuando en la enumeración de las funciones desempeñadas se va proyectando su êthos profesional y 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.

Figura 2. Portada de presentación al sitio de Alfredo Leuco



Página de Inicio del Blog Le doy mi Palabra de Alfredo Leuco

Observamos 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:

1. El hacer profesional

Los blogs corresponden a una nueva modalidad discursiva de lo informativo en la cual los autores se posicionan como enunciadores 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.

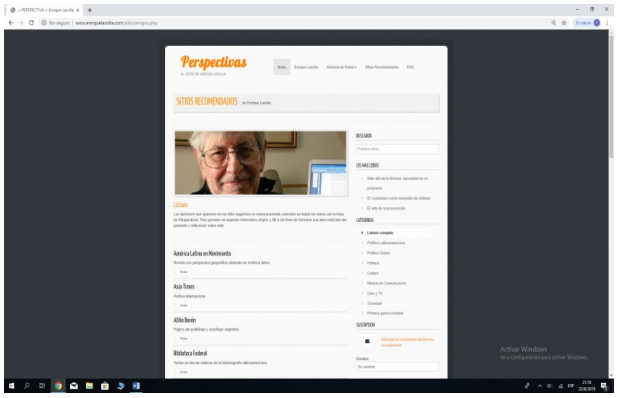
En la foto, el periodista establece con su destinatario una relación ojo-ojo[1] (Verón, 1983), un principio de contacto organiza la materia icónica que establece la vinculación complementaria con un destinatario, lector imaginario. La subjetividad inicial de la materia lingüística (yo soy…) se complementa 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*

[1] Verón propone considerar la circulación del sentido a través de sus operadores -miradas, mímicas, gestualidad y proxémica, es decir, la función del registro indicial en la interacción social. Las miradas del periodista centradas sobre el destinatario determinan una relación del tipo «los ojos en los ojos» y operan como índices de un régimen de lo real, una garantía de un género no ficcional reforzando la credibilidad de la información.

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"

Figura 3. Portada de presentación al sitio de Enrique Lacoya



Nota: Fotografía de Lacolla y presentación de si en el Perfil del Blog Perspectivas.
Fuente: http://www.enriquelacolla.com

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.

2. El saber legitimado

El enunciador 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". De este modo, estar en los medios, recibir premios y publicar libros son acciones que, vinculadas a los estereotipos sociales de ser exitoso, ser premiado, tener/ser autoridad.

En relación con 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 enunciador se configura desde el valor simbólico de los productos de la cultura escrita.

3. 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 dispuesta 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.

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 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 con 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 les otorga legitimidad a sus afirmaciones.

Figura 4. Portada de presentación al sitio de Mariano Saravia.

Nota: Presentación de Mariano Saravia en el blog homónimo.

Fuente: http://marianosaravia.com.ar

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").

4. 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.

Por ejemplo, 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 definido. 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.

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".

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 y poniendo de manifiesto la trayectoria que sustenta un êthos previo (o prediscursivo) asociado a medios de comunicación reconocidos, ligados a un perfil crítico.

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.

5. 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 en buscar la verdad, resguardar su independencia y 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 borradura enunciativa y las tensiones propias del discurso periodístico. Es evidente 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".*

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 tópicas 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.

Vemos que como característica especifica 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. 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 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.

Periodismo de Autor 2.0: género periodístico emergente

Finalmente, en nuestro estudio consideramos al blog periodístico como soporte de un nuevo 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.

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 contendidos (publicaciones o post) con cierta frecuencia.

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. La autorreferencialidad, la valoración de los antecedentes profesionales, la formación y el reconocimiento público representan la trayectoria o reputación personal y 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. 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 autentico, el yo reconocido, el yo legitimado, el yo real.

Así, 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. A continuación, en la tabla se presentan los rasgos distintivos del Periodismo de autor 2.0 como género hibrido emergente (ver Tabla 1):

Tabla 1. Rasgos distintivos del Periodismo de autor 2.0

Periodismo de Autor 2.0
El narrador es el centro del relato y se define por su rol profesional, desde la posición de periodista.
Autorreferencialidad y explicita valoración de la trayectoria o reputación personal que opera como legitimante êthos previo.
Influencia de los géneros autobiográficos como nuevas maneras de inscribir la subjetividad en los discursos.
Referencias a lo íntimo, a lo cotidiano, humanizando la figura del periodista.
Se desatacan como rasgos 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.
La hibridez del Periodismo de Autor 2.0. se da por el acoplamiento de lo novedoso en lo tradicional.
La novedad está fundamentalmente en la enunciación en primera persona y en las innovaciones del soporte digital para organizar y

articular las materias significantes (multimedialidad)
El criterio de legitimación es la firma, las propiedades y capitales del autor (periodismo de marca), y ya no el capital simbólico de los medios institucionales.

Fuente: elaboración propia

A modo de reflexión final

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. Es decir, 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 destinario 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.

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

Amossy, R. (2010). La présentation de soi. Ethos et identité verbale. Presses Universitaires de France.

Arfuch, L. (2010). El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea (1era Edición). Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Barthes, R. (1987). El susurro del lenguaje. Editorial Paidós.

Becerra, M. & Beltrán, R. (Comps.) (2014). Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación (1a ed.). Proyecto UBACYT.

Becerra, M. (2004). Sociedad de la Información: Proyecto, convergencia, divergencia. Grupo Editorial Norma.

Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI. Prometeo.

Becerra, M., Marino, S., & Mastrini, G. (2012). Cartografía de los medios digitales en Argentina. SCRIBD. https://www.scribd.com/doc/131089231/Argentina-Mapping-Digital-Media-Castellano

Benveniste, É. (1979). Problemas de lingüística general. -3ªed- Tomo II. México: Siglo XXI.

Cassany, D. (2012). En línea. Leer y escribir en la red. Editorial Anagrama.

Cebrián-Herreros & Flores-Vivar (Eds.) (2007). Blogs y periodismo en la Red. Fragua.

Edo C. (2009). "La noticia en Internet: cibermedios, blogs y entornos comunicativos emergentes", Universidad Complutense de Madrid.

Escudero, L., & García, C. (2007). Democracias de opinión. Medios y comunicación política. Editorial La Crujía.

Fabbri, P. (1999). El giro semiótico. Las concepciones del signo a lo largo de la historia. Madrid: Gedisa.

Foucault, M. (1969). Las Palabras y las cosas. Argentina: Siglo XXI.

Kitzberger, PH. (2005). "Acceso a los medios de comunicación y ciudadanía democrática". En Revista Diálogo Político, Buenos Aires N°1 Pp.11-26

Mosco, V. (2009): La economía política de la comunicación: una tradición viva. En Albornoz, L. A. (Comp.), Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación (pp. 61-90). Editorial Paidós.

Navarro-Zamora, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital: interactividad e

hipertextualidad. Revista Científica de Educomunicación, 12(33). Doi: 10.3916/c33-2009-02-003
Orihuela, L. (2006). La revolución de los blogs. La Esfera de los Libros.
Pardo-Kuklinski, H. (2009). El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet. En Carlon, M., & Scolari, C. (Eds.), El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate (pp. 251-262). Editorial La Crujía.
Parisi, M. (2021). Periodismo de Autor 2.0: êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017) [Tesis doctoral inédita] Universidad Nacional de Córdoba.
Pecheux, M. (1975). Les Verités de la Palice. Maspero.
Ramonet, I. (2011). La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales. Editorial Capital Intelectual.
Salaverría, R., & Negredo, S. (2009). Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Sol90 Media.
Sal-Paz, J. C. (2016). El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de la Gaceta de Tucumán. Aposta, (69), 158-216. http://hdl.handle.net/11336/30265
Samela, G. (2018). Subjetividades virtuales: las narrativas del yo en internet. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
Scolari, C. (2017). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. Hipermediaciones. https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-translector-lectura-y-narrativas-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/Accedido el 01/06/2019
Sibilia, P. (2008). La Intimidad como espectáculo. Fondo de Cultura Económica de Argentina.
Verón, E. (1983). Construir el acontecimiento. Editorial Gedisa.
Verón, E. (1985). El análisis del "Contrato de Lectura". Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En Touati, E., Les Medias: Experiences, recherchesactuelles, aplications. Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires.
Verón, E. (1988). La semiosis social. Fragmentos de una Teoría de la discursividad. Editorial Gedisa.

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