UNC: El evidente plagio de la tesis doctoral de la decana Mariela Parisi de la FCC

Category: Nueva Investigación
escrito por Javier Llorens | 31/07/2025

El 31 de mayo del 2018, mediante la resolución N°724 /2018, el Consejo Superior de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), con el voto positivo de la entonces decana de la de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) Dra. Mariela Parisi, aprobó **el** ***"Programa Tutela del Derecho de Autor".***

El mismo, avalado expresamente por la Facultad de Comunicación, tiene como propósito principal "*proponer un marco regulatorio de la UNC que permita la definición de las conductas que constituyen plagio, sus distintos niveles y las sanciones según la gravedad de la falta y el claustro*".

HONORABLE CONSEJO SUPERIOR

Sesión ordinaria: 22 de Mayo de 2018.

ACTA Nº 6

PRESIDENCIA DEL SEÑOR VICERRECTOR: Dr. Ramón Pedro Yanzi Ferreira

Secretaría del señor Secretario General, Ing. Roberto Terzariol

DECANOS y VICEDECANOS: PÉREZ, Elena del Carmen; BORETTO, Jhon Darío; CONRERO, Juan Marcelo; PARISI, Mariela Lucrecia; RECABARREN, Pablo Genaro Antonio; MARCHISIO, Mariela Alejandra; OLGUÍN, Guillermo Jorge; SPADILIERO de LUTRI, Mirta Mónica; KITROSER, Myriam Beatriz; IRIONDO, Mirta Susana; CHIABRANDO, Gustavo Alberto; BARONE, Lorenzo Daniel; CUELLA, Silvina Alejandra; YORIO, Marcelo Augusto; FIOL de CÚNEO, Marta Haydée; ABRATTE, Juan Pablo; DEZZUTTO, Flavia Andrea; TORCOMIÁN, Claudia.

DIRECTORES: FERREYRA, Francisco Alejandro; GUERRA, Aldo Sergio.

DOCENTES: GAUNA, Eduardo Jesús; PERALTA, Valentín Arcadio; ARGÜELLO, Silvina Graciela; JUÁREZ, Ana Valeria; PACHECO, Marcela; RUEDA, Nelly Elena María; BELMAÑA, Ricardo Javier; SAMAR, María Elena; ATECA, María Rosa del Pilar; BUONANOTTE, Carlos Federico; LI GAMBI, José Antonio; KISBYE, Noemí Patricia.

EGRESADO: PURICELLI, Marco Julio; GANDOLFO, Domingo Martín.

ESTUDIANTES: CORONEL, Consuelo; SÁNCHEZ MALO, Mariana; TURNES ESCOBAR, Micaela; SECCO, Guadalupe; GONZÁLEZ CAMACHO, Juan; CHINELLATTO, Rocío; DEL VITTO, Luis Gaspar; MOHUANNA, Samir; MUSSO, Nicolás Lionel; AUGUSTO, Florencia; PASCUAL, Luciano.

NO DOCENTES: FRANCHI, Nicolás Orlando.

Concretamente, referido al concepto de plagio, en el punto 3, ***"Violaciones al Derecho de Autor",*** que figura en el anexo de la resolución N°724/2018, la UNC, textualmente, estableció:

"Es de suma importancia analizar y discutir las conductas vinculadas con las violaciones al Derecho de Autor, ya que en este acto se infringen tanto los derechos morales como los derechos patrimoniales del autor, ***y se daña, además, la reputación de la institución****".*

"En virtud del repudio de la UNC a las violaciones al derecho de autor cometidas en su seno se considerará que cualquier acción dirigida a copiar en lo sustancial obras ajenas sin las citas correspondientes o a hacerse pasar por autor de las mismas sin serlo constituye una infracción susceptible de ser sancionada. Esto es, se comete violación al derecho de autor en los casos de:

“a) Reproducción parcial o total de una obra ajena atribuyéndose la autoría como propia.”

“c) ***Paráfrasis encubierta****, es decir,* ***cuando se cita a un autor simulando que se han reelaborado sus ideas y, en realidad, sólo se ha copiado textualmente y omitido colocar las comillas****”*.

Con lo cual, si uno se rige estrictamente por esta normativa establecida por la UNC, aprobada por la propia decana de Comunicación Dra. Mariela Parisi, se pude afirmar que su tesis en semiótica ***“Periodismo de Autor 2.0: êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)”***, es un evidente plagio.

Universidad Nacional de Córdoba

Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

PERIODISMO DE AUTOR 2.0

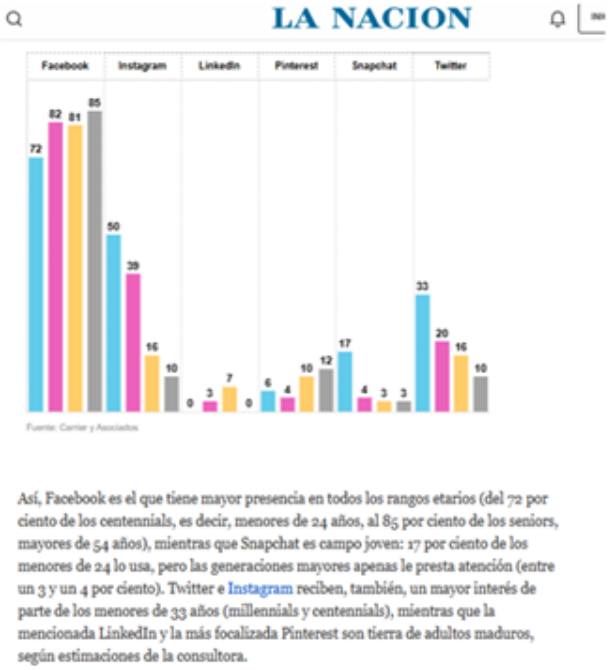
êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)

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

Una clara muestra de este plagio son las dos imágenes de abajo. El de la izquierda es un párrafo de un artículo diario La Nación publicada el 20 de octubre del 2017. El de la derecha es el primer párrafo de la página 84 de la tesis doctoral de Parisi. Ambos exactamente iguales, hasta en los gráficos. Sin cita alguna correspondiente.

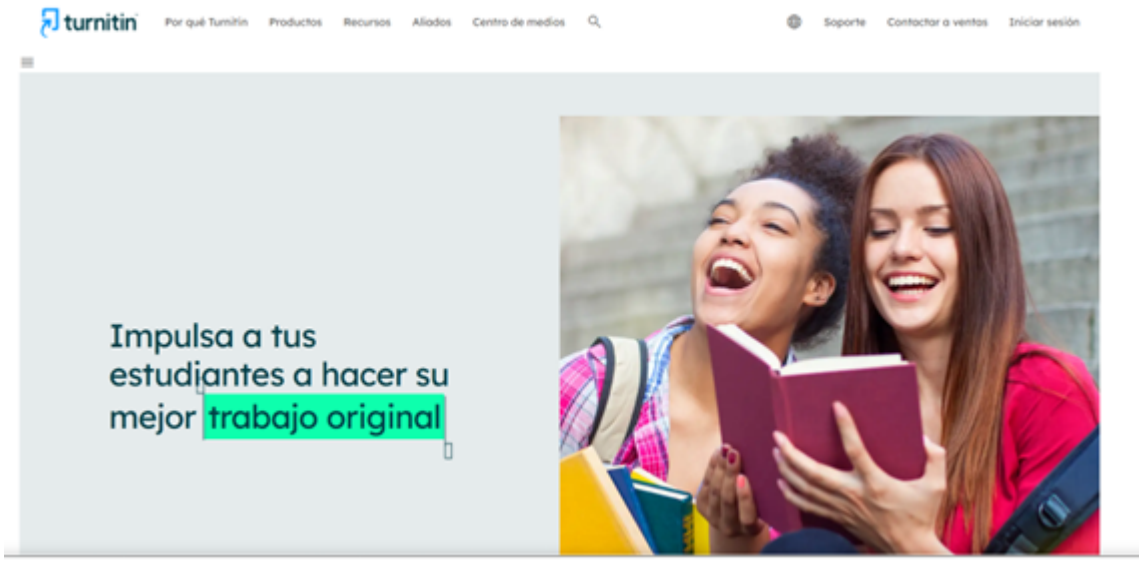


Cómo plagiar una tesis

La primera evidencia, fácilmente comprobable de que la tesis doctoral de la decana Parisi sería un plagio, son los tremendos resultados que arrojan dos softwares disponibles para detectar este tipo de prácticas en los textos académicos. Uno de ellos arroja un plagio de más del **90%**.

El **Turnitin** por ejemplo, es uno de los programas más utilizados a nivel mundial para la detección de plagio en trabajos universitarios. Es ampliamente reconocido por universidades y otras instituciones educativas para verificar la originalidad de los trabajos académicos.

Para ello, según su web, compara el trabajo académico con otras fuentes, *"como bases de datos de trabajos académicos, internet, y artículos de revistas"* etc. En base a ellos, arroja un *"Informe de Originalidad"* con un *"Índice de Similitud""* que tiene ese trabajo con respecto a las otras fuentes consultadas.



Este "*índice de similitud*" pueden deberse a cuatro razones: 1) **CITA TEXTUAL**, entrecomillas y nombre del autor; 2) **PARAFRASIS** donde se expresan las ideas de otro autor con palabras propias citándolo; 3) **PARAFRASIS ENCUBIERTA** que es citar la idea de un autor, sin nómbralo, cambiando algunas palabras; 4) **PLAGIO**, que es copiar tal cual la frase de otro autor sin nombrarlo.

El propósito principal de los informes de Turnitin, no es establecer si hay o no plagio, "*sino simplemente señala las áreas donde el trabajo coincide con otras fuentes para que el instructor o estudiante puedan revisarla*". En ese sentido, en las universidades del mundo donde se utiliza, hay un consenso que un trabajo académico es aceptable, para un alumno, **cuando tiene un "*Índice de Similitud*" de entre un 15% o 20% como máximo**.

Sin embargo, como se puede ver en la imagen de abajo, si uno somete al programa Turnitin la tesis doctoral de la decana Parisi, *"Periodismo de Autor 2.0: êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)"*, su *"Informe de Originalidad"* arroja que su trabajo académico tiene un ***"Índice de Similitud"*** del… ¡52%! Casi el triple a lo establecido en las principales universidades del mundo para trabajos de alumnos.

A este 52%, se le puede restar, el 10% que corresponde al trabajo *"Periodismo de autor 2.0: visibilidad y autorrepresentación política"* que la decana publicó, copiando buena parte de su tesis doctoral en noviembre 2024. Aun así, el *"Informe de Originalidad" de* Turnitin, arroja que un **42%** del trabajo académico de posgrado de la decana Parisi, está hecho con citas de otros autores. Mas del doble a lo permitido a estudiantes según los cánones (15-20%).

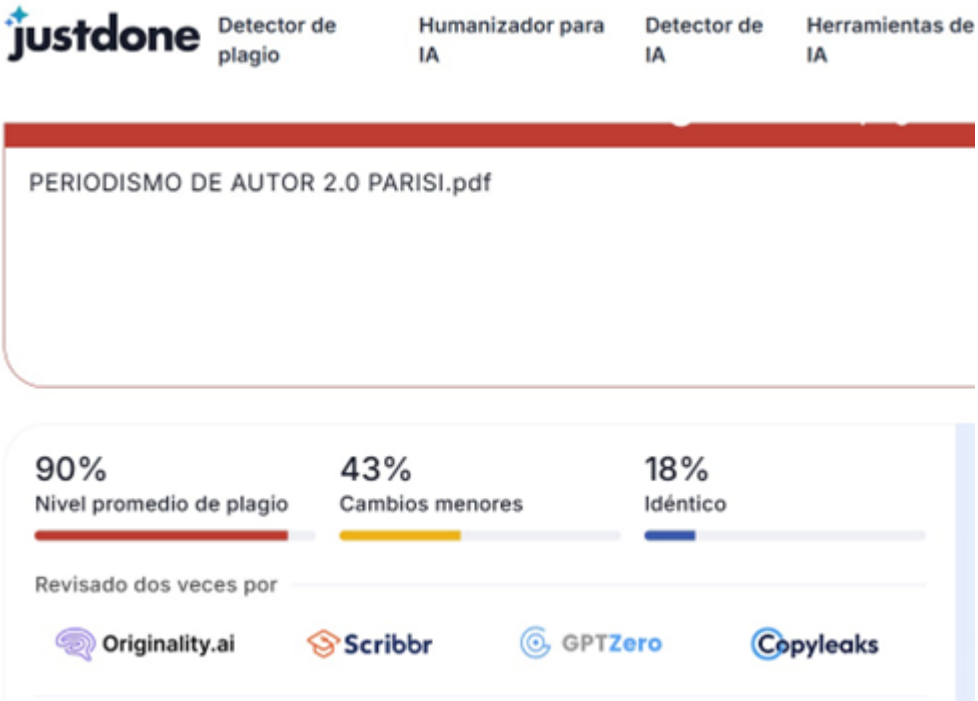
Más evidencia de plagio

Además del Turnitin hay otro programa superior, en base a Inteligencia Artificial (IA), que permite detectar el plagio de un trabajo académico. Es **JustDone** y lo utilizan, entre otros, las universidades norteamericanas de UCLA, Cornell, Jhons Hopskins y el departamento de Educación de New York.

Este software usa tecnología IA y entrecruza distintas plataformas como *"Originality.ai"*, *"Scribbr"*, *"GPTZero"*, *"Copyleaks"*. Además, según sus características principales, la *"IA de JustDone es experto en **identificar contenido parafraseado**. Emplea un análisis lingüístico sofisticado para reconocer variaciones y similitudes sutiles, lo que garantiza la detección exhaustiva de textos parafraseados que puedan infringir los derechos de la obra original".*

Sometiendo la tesis doctoral de la decana Parisi al JustDone,

sus **resultados son peores** que los de Turnitin, como se puede ver en la imagen de abajo. Este arroja que su trabajo académico tiene un ***"nivel del 90% promedio de plagio"*.** Con un **43% de citas** con cambios menores (paráfrasis encubierta) y un **18% idénticas**.



O sea, según JustDone un 61% de la tesis doctoral sería de citas con "*cambios menores*" o "idénticas". Entre un 10% y 20% más al "*Índice de Similitud*" del "*Informe de originalidad*" de Turnitin. Resultado indecente para una tesis de posgrado de una decana de una universidad como la UNC.

Doctora en "copiar y pegar"

Luego que los softwares Turnitin y JustDone arrojaran que la tesis de Parisi *"Periodismo de Autor 2.0: êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017)"*, contendría un inusitado nivel de plagio, Stripteasedelpoder.com profundizó la investigación y analizó más detalladamente el trabajo académico de la decana.

Así constató que Parisi, que esta semana termina su gestión como decana y sería nombrada -paradójicamente- como secretaria de Posgrado de la FCC, es decir a cargo de las maestrías y

doctorados de la facultad, a lo largo de toda su tesis doctoral realizó unos 54 **burdos plagios cortando y pegando textos de diferentes autores y fuentes**. Esta detección se hizo de manera aleatoria, haciendo hincapié en los más evidentes. Seguramente un tribunal de juicio académico imparcial podría encontrar muchos más.

Ver Los 54 plagios detectados aleatoriamente en la tesis doctoral de la decana Mariela Parisi

Los detectado por Stripteasedelpoder.com son plagios de párrafos enteros, o parte de ellos, a diarios La Nación, CNN, o trabajos de conocidos académicos como, Patrick Charaudeau, Martín Becerra, Lucrecia Escudero Chauvel y otros docentes universitarios que la decana copia sin citarlos. En algunos casos, simulando paráfrasis o cambiando, una o dos palabras para adaptarlos a su tejido textual y disimular así el plagio, que, como se detalló al principio, está penado por la resolución rectoral N°724 /2018 -"*Programa Tutela del Derecho de Autor*"- por ella misma aprobada.

Palabras textuales

Como se dijo, a lo largo de la tesis, detectamos aleatoriamente que la decana Parisi copió y pegó más de **medio centenar de frases y párrafos de otros autores**, tal cual figuran en el original, y las pone como producción propia. Seguidamente para no abrumar al lector, citamos algunos de ellos. Por ejemplo, al comienzo de su tesis, en el pie de página de la **página 11**, pone una cita (5), donde textualmente dice:

[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

11

Esta frase, como puede verse abajo, fue encontrada y visiblemente copiada y pegada tal cual del párrafo cuatro del artículo "*Verón: Semiosis social*", publicado el 26 abril 2013 en el blog "*Todo al 27*", como se puede certificar **aquí**.

También, en la **página 29** a la mitad del cuarto párrafo, la decana Parisi escribe como una paráfrasis sin comillas:

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).

Sin embargo, esta supuesta paráfrasis, fue copiada tal cual aparece en el original del autor, de un texto de Patrick Charaudeau, "*Las emociones como efectos de discurso*", revista Versión, N°26, junio 2011, UAM, México, como se puede certificar **aquí**.

Imprimer : Las emociones como efectos de discurso http://www.patrick-charaudeau.com/spip.php?page=imprimir_articulo&i...

universal que la *vergüenza*), la especificidad cultural (el pudor, el orgullo parecen estar ligados al contexto societal), el menor o mayor grado de la orientación de la acción (la *indignación* parece desembocar en una acción reivindicativa, la *piedad* también, pero en un grado menor), en fin, la más o menos evidente racionalidad (la *indignación* parece estar ligada más a un juicio –que se puede compartir- sobre el comportamiento del otro en relación con normas de justicia, la *angustia* más a una pulsión individual sin determinación precisa de un objeto-soporte).

El punto de vista de un análisis del discurso no puede confundirse totalmente ni con el de la psicología –aunque ésta fuera social-, ni tampoco con el de la sociología -sea ésta interpretativa e interaccionista-. El objeto de estudio del análisis del discurso no puede ser lo que resienten efectivamente los sujetos (¿qué significa sentir cólera ?), ni lo que los motiva a experimentar o a actuar (¿por qué o en función de qué se siente cólera ?), como tampoco las normas generales que regulan las relaciones sociales y que se constituyen en categorías sobredeterminantes del comportamiento de los grupos sociales.

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. De ahí que el *miedo*, por ejemplo, no se ha de considerar en función de la manera en que el sujeto lo manifiesta por su fisiología, ni como una categoría a priori

Luego en esa misma **página 29**, la doctora Parisi, en su tesis escribe:

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).

29

Esta paráfrasis de Fairclough y Wodak, en realidad es una abreviación casi textual, de una conocida cita de estos autores que se puede encontrar completa y traducida en varios textos. Entre ellos, en la página 15, capítulo 1, como prefacio del libro de Calsamiglia y Tuson (1999) "*Las cosas del decir. Manual de Análisis del discurso*", editorial Ariel, como se puede certificar **aquí**.

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO 1

EL ANÁLISIS DEL DISCURSO

Describir el discurso como práctica social implica una relación dialéctica entre un evento discursivo particular y la situación, la institución y la estructura social que lo configuran. Una relación dialéctica es una relación en dos direcciones: las situaciones, las instituciones y las estructuras sociales dan forma al evento discursivo, pero también el evento les da forma a ellas. Dicho de otra manera: el discurso es socialmente *constitutivo* así como está socialmente constituido: constituye situaciones, objetos de conocimiento, identidades sociales y relaciones entre personas y grupos de personas. Es constitutivo tanto en el sentido de que ayuda a mantener y a reproducir el *statu quo* social, como en el sentido de que contribuye a transformarlo (Fairclough y Wodak, 1997: 258).

El agravante en este último caso es que Parisi omite partes de la frase que ella cita sin aclarar que la cita está incompleta. A pesar de que menciona el número la página, pero sin usar las comillas necesarias para expresar que se trata de una cita textual.

En la **página 35**, la decana Parisi también escribió el párrafo cuatro como una especie de paráfrasis, que dice:

> 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.

Sin embargo, esta paráfrasis, en realidad es un plagio estilo Frankenstein, con tres citas textuales distintas a un artículo monográfico del doctor en letras de la Facultad de Tucumán, Julio Cesar Sal Paz, titulado *"El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de la Gaceta de Tucumán*", publicado en el 2016, en el repositorio digital del CONICET. La primera cita es una parte del resumen de su trabajo; la segunda, una parte del primer párrafo de la introducción; y la tercera la totalidad del tercer párrafo, como se puede certificar **aquí**.

Julio César Sal Paz

CONICET - Universidad Nacional de Tucumán

Recibido: 19/01/2016 - **Aceptado:** 4/02/2016

Formato de citación: Sal Paz, J.C. (2016). "El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de La Gaceta de Tucumán". *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 158-216, http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/salpaz1.pdf

Resumen

Las transformaciones que las TIC ejercen sobre el periodismo y sus condiciones de producción y recepción han despertado, a lo largo del tiempo, el interés de la comunidad científica. En este contexto, una de las consecuencias de la aplicación de las tecnologías digitales al ámbito periodístico es el surgimiento de nuevos géneros discursivos de participación ciudadana, de nuevos modos de comunicación e interacción social. El objetivo de este artículo es caracterizar, desde los estudios del discurso, el comentario digital, género periodístico de participación ciudadana presente en el ciberespacio y representante de la lógica comunicativa y conversacional de los nuevos medios.

1. INTRODUCCIÓN

La incorporación de Internet y la de sus diferentes herramientas a distintas esferas de la praxis social tiene como correlato el surgimiento de nuevos géneros discursivos que se convierten en verdaderos sistemas de organización del comportamiento comunicativo. En especial, porque estos evidencian la forma en que los grupos y las comunidades definen y resignifican las actividades sociales –en términos discursivos–, a través de diversas estrategias, pautando tanto sus acciones, como sus modos de representación e identificación.

En efecto, 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.

Posteriormente, en la **página 45 Parisi** escribió este párrafo, nuevamente como una paráfrasis:

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).

Sin embargo, esta paráfrasis es otra copia tal cual aparece en el original, armando un párrafo tipo Frankenstein, con dos frases extraídas del libro "*La intimidad como espectáculo*" página 172 y 221 de Paula Sibilia. El resto es una cita entrecomillada de la misma autora, como se puede certificar **aquí**.

¿Y ahora, cómo transmutan todas estas figuras en el contexto contemporáneo? Quienes recurren a las diversas herramientas de autoconstrucción y de autoexposición disponibles en Internet parecen emparentados más directamente con la figura del "autor artista" que con aquella silueta arcaica del "narrador artesano". No obstante, ¿de qué tipo de autor o artista se trata? Para comprender mejor estas nuevas configuraciones, conviene afinar la mirada histórica. En la Edad Media, por ejemplo, no habría tenido el menor sentido la idea de "personalidad artística", con su exaltación de la originalidad individual del autor que se plasma en cada una de

[3] Walter Benjamin, *op. cit.*, pp. 220 y 221.

BRUNA SURFISTINHA

CUANDO más se ficcionaliza y estetiza la vida cotidiana con recursos mediáticos, más ávidamente se busca una experiencia auténtica, verdadera, que no sea una puesta en escena. Se busca lo realmente *real*. O, por lo menos, algo que así lo *parezca*. Una de las manifestaciones de esa "sed de veracidad" en la cultura contem-

Luego, en el último párrafo de la **página 52**, la doctora Mariela Parisi escribió sobre el "êthos", tema central de su

trabajo, lo siguiente:

> 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 mismo[22].

Nuevamente este párrafo no es autoría de la decana, sino un pastiche de dos frases copiadas y pegadas textualmente del trabajo académico *"La noción de ethos de la retórica al análisis del discurso"*, de la profesora emérita de la Universidad de Tel Aviv, *Ruth Amossy, página 5 y 6*, como se puede certificar **aquí**.

El ethos en el análisis del discurso de Dominique Maingueneau

La elaboración de esta noción como construcción de una imagen de sí mismo en el discurso debe ser investigada en los trabajos de pragmática y de análisis del discurso de Dominique Maingueneau. Es en *Génesis del Discurso (Genèses du Discours)* (1984) que es presentada de antemano una "semántica global" la que intenta insertar en un modelo integral las diversas dimensiones del discurso. Entre ellas, un lugar determinante es reservado a la enunciación y al enunciador. En efecto, el enunciador debe conferirse, y conferir a su destinatario, un cierto status para legitimar su decir: el se otorga en el discurso una posición institucional y marca su vínculo a un cierto saber.

En el conjunto, se ve que el análisis del discurso según D. Maingueneau retoma las nociones de cuadro figurativo expuesto por Benveniste, y de ethos propuesto por Ducrot, dándoles una expansión significativa. La manera de decir autoriza aquí la construcción de una real imagen de sí mismo. En la medida en que el alocutario deberá ponerla en evidencia a partir de diversos indicios discursivos, ella contribuye al establecimiento de una relación entre el locutor y su interlocutor. Participando de la eficacia del habla, ella

Posteriormente, en último párrafo de la **página 55** de su tesis, Parisi también escribe:

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)

55

Pero este párrafo, es otra copia textual de un texto de Lucrecia Escudero Chauvel, profesora de Teoría y Modelos de la Comunicación del Departamento INFOCOM –IUT– Universidad de Lille (Francia), publicado en Revista Sociedad, Nro. 11 agosto de 1997, Facultad de Ciencias Sociales / UBA, que aparece citado en papers de la propia Escudero en el artículo *"¿Quién es el autor de las noticias? Acerca del contrato mediático de la información"*. Tal como se puede certificar **aquí**.

Narrativas

INICIO ARTÍCULOS CÁTEDRAS TRELEW TERMI

¿QUIÉN ES EL AUTOR DE LAS NOTICIAS?
ACERCA DEL CONTRATO MEDIÁTICO DE LA INFORMACIÓN

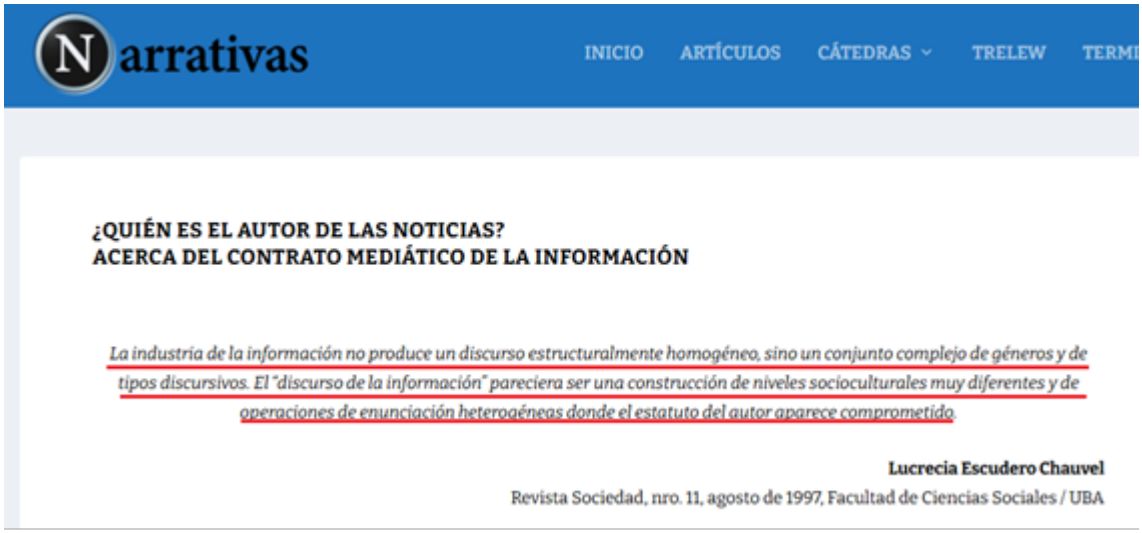
La industria de la información no produce un discurso estructuralmente homogéneo, sino un conjunto complejo de géneros y de tipos discursivos. El "discurso de la información" pareciera ser una construcción de niveles socioculturales muy diferentes y de operaciones de enunciación heterogéneas donde el estatuto del autor aparece comprometido.

Lucrecia Escudero Chauvel
Revista Sociedad, nro. 11, agosto de 1997, Facultad de Ciencias Sociales / UBA

En la **página 59**, Parisi vuelve a **copiar y pegar tal cual** aparece en el texto de la profesora Escudero Chauvel, cuando dice:

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.

Como se puede ver abajo, este párrafo que se atribuye Parisi como una paráfrasis, salvo las primeras palabras, el resto es una copia textual del primer párrafo del papers *"¿Quién es el autor de las noticias? Acerca del contrato mediático de la información"* de Escudero, como se puede apreciar en el vínculo anterior.


Narrativas

INICIO ARTÍCULOS CÁTEDRAS TRELEW TERMI

¿QUIÉN ES EL AUTOR DE LAS NOTICIAS?
ACERCA DEL CONTRATO MEDIÁTICO DE LA INFORMACIÓN

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" pareciera ser una construcción de niveles socioculturales muy diferentes y de operaciones de enunciación heterogéneas donde el estatuto del autor aparece comprometido.

Lucrecia Escudero Chauvel
Revista Sociedad, nro. 11, agosto de 1997, Facultad de Ciencias Sociales / UBA

En el párrafo 2, de la **página 70**, en su tesis doctoral Parisi escribe otra supuesta paráfrasis:

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.

Sin embargo, este párrafo es casi en su integridad, una copia textual de un párrafo del artículo "*Contratos mediáticos: credibilidad y estrategias discursivas*", del Licenciado en Comunicación Social y Magister Adrián, Eduardo Duplatt, como se pude certificar **aquí**.

Por su parte, Eliseo Verón se refiere a un contrato enunciativo para construir hábitos de lectura perdurables. 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. Para analizar un contrato de lectura se recurre a la teoría de la enunciación: en todos los discursos siempre hay dos dimensiones observables: el enunciado y la enunciación. El nivel del enunciado tiene que ver con "lo que se dice" -el contenido-; mientras que el nivel de la enunciación tiene que ver con las "modalidades del decir" -cómo se dice lo que se dice-.

En la **página 84**, párrafo 1, hablando sobre el alcance de las redes sociales, la decana Mariela Parisi dice:

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.

Sin embargo, este párrafo es una copia textual con gráficos incluido, de un artículo periodístico de diario La Nación, "*Las redes sociales preferidas por los argentinos, según su edad*", publicado el 20 de octubre del 2017. El mismo es citado al pie de página por Parisi, en la página anterior, la 83, pero sin nombrarlo en el texto. Y aparece copiado y pegado en la 84 como puede verse abajo. La única diferencia, si se observa con detalles, es que las cuatro últimas palabras que tiene el texto de La Nación, "*estimaciones de la consultora*", la ex decana Parisi las pone al principio, como se puede certificar **aquí**.

Así, Facebook es el que tiene mayor presencia en todos los rangos etarios (del 72 por ciento de los centennials, es decir, menores de 24 años, al 85 por ciento de los seniors, mayores de 54 años), mientras que Snapchat es campo joven: 17 por ciento de los menores de 24 lo usa, pero las generaciones mayores apenas le presta atención (entre un 3 y un 4 por ciento). Twitter e Instagram reciben, también, 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, según estimaciones de la consultora.

LA NACION Redes sociales • Facebook • Instagram

Conforme a The Trust Project >

Luego, en el penúltimo párrafo de la **página 85** de su tesis, Parisi escribió:

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

85

Este párrafo está copiado íntegramente del conocido investigador en medios Martín Becerra, en su trabajo "*Los medios digitales: Argentina*" página 20. El mismo fue publicado por la Fundación Open Society de George Soros con la colaboración de Santiago Marino y Guillermo Mastrini, como se certificar **aquí**.

En términos generales puede decirse que el mercado argentino de medios de comunicación presenta una oferta algo diversa, pero una demanda fuertemente concentrada. 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. La extraordinariamente alta penetración de la televisión por cable en el país (más del 70 por ciento), permite el acceso a una gran variedad de señales, incluidas algunas de origen extranjero como la CNN, la italiana RAI y la española TVE.

De todas formas, el consumo de televisión en los hogares abonados al cable gira en torno de los canales de aire gratuitos, que son distribuidos a través de las redes de cable. Como resultado, y pese a la disminución de

17. Por medio de esta campaña el diario ha incrementado el número de suscriptores, quienes compran ediciones del matutino y/o revistas de la editorial y reciben, a cambio, la membresía a un club que posee descuentos en locales de ropa, restaurantes y en una variada gama de comercios. Más información en: www.clublanacion.com.ar

18. Nielsen Argentina, *Encuesta de uso de Internet 2008*. Disponible en: http://rtrucios.blogoo.com/content/view/757182/Las-redes-sociales-aventajan-al-correo-electronico-Nielsen.html

20 LOS MEDIOS DIGITALES ■ ARGENTINA

En la **página 87**, la “doctora” Parisi vuelve a hacer una cita al pie de página (50) donde dice:

[50]El “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.

87

Pero otra vez, esta cita supuestamente de Parisi, en realidad es una copia textual de dos párrafos de artículo de la CNN en Español *“Nativos digitales: ¿Quiénes son y qué significa?”* publicado el 25 de enero del 2013. Lo único que hace la doctora es juntar los dos en uno, como se puede certificar **aquí**.

CNN Ciencia y Tecnología Tecnología

(CNN) — La guerra entre los nativos y los inmigrantes terminó. Los nativos ganaron. Fue un conflicto sin derramamiento de sangre, peleado no con balas y lanzas, sino con iPhones y disquetes.

El "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.

Además, en la **página 104**, párrafo dos, la "doctora" en semiótica escribió en su tesis:

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.

Sin embargo, salvo algunas palabras, Parisi la extrajo esta frase tal cual aparece en el artículo de Antonio Fumero, "*El abecé del universo blog*", Revista Telos (2005) de la Fundación Telefónica, como se puede certificar **aquí**.

TELOS | Fundación Telefónica REVISTA TEMAS SOBRE TELOS PUBLICAR

La frecuencia de actualización y el contenido se consideran características definitorias. El contenido ha evolucionado, dando cabida a elementos cada vez más ricos. Éste se estructura en bloques con entidad propia apuntes, entradas, anotaciones o *posts* (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 ha sido considerada la característica clave, puesto que resulta fundamental para la existencia de las conversaciones, elemento básico en la dinámica de la blogosfera

En el último párrafo de la **página 110** de su tesis, nuevamente Parisi escribe una especie de paráfrasis:

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.

Pero, salvo algunas palabras, esta supuesta cita indirecta también es una copia casi textual de un párrafo del artículo "*La década posteada. Blogs de escritores argentinos (2002-2012), de Diego Vigna*", publicado el 14 de octubre de 2014 por Martín Cristal en su blog "*El Pez Volador*". Donde, con comillas, cita palabras textuales del propio Vigna sobre lo que versa su libro. Por eso el encomillado incorrecto de la decana, con comillas simples algunas de sus palabras, cuando deberían ser dobles, como se puede certificar **aquí**.

De la superposición circunstancial de esa época de oro de los blogs con los gobiernos sucesivos de Néstor y Cristina Kirchner, deviene el título del libro, paráfrasis de la famosa frase con que la Presidenta calificó a dicho período ("la década ganada"). Vigna bautiza "*la década posteada*" al decenio *"de pruebas y 'formas' escriturarias que alternaron y alternan entre soportes impresos y virtuales, y que, tras la crisis de 2001, se nutrió con los clichés siempre dispuestos a ser renovados: el 'auge de la subjetividad' y 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".*

Posteriormente, en la **página 113**, párrafo dos y tres, la ex decana de la FCC escribió en su tesis doctoral:

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]

Con alternancia en el orden de algunas oraciones, estos dos párrafos también son una copia casi textual extraído del texto "*Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística*", página 11 de Koldobika Meso Ayerdi, publicado en la Revista Latinoamericana Comunicación Chasqui (2005) Ecuador. Como se puede ver, luego de cortar y pegar el párrafo de Koldobika Meso Ayerdi, Parisi cita al mismo autor (83). Con lo cual, en estos dos párrafos, casi no tienen producción propia alguna por parte de la decana de Comunicación, como se puede certificar **aquí**.

Hoy por hoy, el mayor exponente de esta tendencia es un diario coreano, *OhMyNews*, que en poco más de tres años ha logrado una media diaria de 14 millones de visitas. La mayor parte de los contenidos son elaborados y remitidos por los propios lectores habituales, una estrategia pensada desde el primer momento en que se creó este medio, que se ha esforzado en presentar a cada lector como si se tratara de un reportero y que se ha convertido en el sitio de noticias más influyente de Corea del Sur. En España, gracias a *Qué!*, el lector tiene la oportunidad de dar a conocer las noticias que le interesan sobre el barrio, la ciudad o la comunidad en la que vive, gracias a sus aportaciones mediante *blogs*.

En España también destaca el ejemplo de *Periodista Digital*, desde donde se tiene el convencimiento de que la red está 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. Para ello, apuestan por el *periodismo participativo*, un periodismo en el que la noticia no sea algo inerte sino que tenga vida propia; un periodismo en red que sobrepase el tradicional formato emisor-receptor.

En la **página 168**, la decana y actual docente de la UNC redactó en su tesis doctoral:

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 (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.

168

Sin embargo, como se puede ver abajo, este párrafo es una copia casi textual extraído de un artículo académico de Ruth Amossy, titulado "*La presentación de sí Ethos e identidad verbal*". Decimos "*casi*" porque, al comienzo, Parisi cambia la conjugación de los verbos "*se observa*" escrito por Amossy por "*podemos observar*".

Luego, para adaptarlo a su tema, los blogs periodísticos, sustituye "escritor" del texto de Amossy por el "periodista", elimina el nombre de "Ziegler" y lo sustituye por el de "Fantini" (Claudio), el periodista cordobés que tiene un blog personal motivo de estudio doctoral de la exdecana, y elimina las marcas que permitirían inferir que Amossy habla de Ziegler (la matemática por ejemplo), como se puede certificar **aquí**.

Se observa así de qué modo este ethos es negociado en el texto con el lector virtual. La credibilidad se construye, en principio, con las informaciones precisas (las cifras): el escritor aparece ante el público como un autor que domina el tema, como un experto. Su poder de convencimiento reposa también sobre el razonamiento matemático, prolongado por un argumento lógico que persuade al lector de la capacidad de Ziegler de no dejarse llevar y de construir un razonamiento válido. La razón de las emociones debe ser mostrada ante los ojos de los occidentales dado que siempre desconfían de la pura pasión. Sólo sobre la base de esta imagen de racionalidad son posibles las aserciones fuertes que apelan a los sentimientos y que se fundamentan en valores compartidos: piedad para las víctimas,

En la **pagina 171**, en el párrafo que viene de la página

anterior (170), la decana afirma en su tesis doctoral:

> 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).

Nuevamente, este párrafo es una copia textual de un resumen de una publicación de la lingüista de la Universidad Nacional de Río Negro, Laura Eisner, titulado "*Argumentación didáctica y argumentación polémica en la prensa política de la primera mitad del siglo XX*" publicado en el 2014, como se puede certificar **aquí**.

Resumen

Español

En este trabajo presentamos un estudio longitudinal de las modalidades de argumentación que predominan en el Anuario Socialista, publicación de difusión doctrinaria editada por el Partido Socialista argentino entre 1928 y 1951, y que se inscribe en la tradición genérica del almanaque popular. A través del relevamiento de las estrategias retóricas que se ponen en juego en la publicación, analizamos su ubicación relativa en ese conjunto heterogéneo que conforma el discurso social y, por otra parte, las tensiones entre las diferentes "duraciones" discursivas que la atraviesan y sus cambios a lo largo del período estudiado. Abordamos el Anuario como un artefacto retórico complejo, conformado por múltiples componentes con configuraciones semióticas y funciones comunicativas diversas (crónicas, informes, relatos, estadísticas, manifiestos, biografías, poemas, fotografías, publicidades, por mencionar algunas). En primer lugar, por medio de un análisis microdiscursivo, analizamos cómo, en una primera etapa de la publicación, que se extiende hasta 1937, y apoyándose en su heterogeneidad compositiva, el Anuario construye 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 (Courtine, 1983), 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). El análisis de la segunda etapa de la publicación (hasta su desaparición en 1951) nos permite identificar un fuerte contraste respecto de los dispositivos retóricos utilizados, ya que se verifica una tendencia a la homogeneización genérica en torno a los artículos propiamente políticos y una exacerbación de la dimensión polémica con mayor apelación al pathos. Finalmente concluimos que estos desplazamientos repercuten en el ethos del colectivo socialista en tanto construcción enunciativa asociada a las modalidades argumentativas que se ponen en juego en cada etapa.

Luego, en el primer párrafo de la **página 180**, hablando del periodista Alfredo Leuco, en su tesis doctoral Parisi sostiene:

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*.

Sin embargo, la segunda oración del párrafo está extraído, casi íntegramente, nuevamente del artículo *"La presentación de sí Ethos e identidad verbal"* de Ruth Amossy. Autora que Parisi ya había copiado y pegado en varias secuencias de su tesis, por ejemplo en la página 168, como se puede certificar **aquí**.

CONSTRUCCION DE UNA IMAGEN DE SÍ Cualesquiera que sean las determinaciones y sus márgenes de libertad, de la imagen de sí se desprenden, ante todo, las huellas que el locutor, deliberadamente o no, deja en su discurso. Es en la materialidad del lenguaje donde se establece la articulación entre la inscripción de la subjetividad y la construcción del ethos. En otros términos, las marcas concretas de la subjetividad dibujan la imagen de aquel que dice

Para ir terminando, en la **página 201**, último párrafo, simulando otra vez una paráfrasis de Leonor Arfuch con una cita al pie (100), Parisi en su tesis doctoral escribió:

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 formas reguladas y establecidas, sino "momentos biográficos" en un vasto campo que excede a la textualidad escrita.

Sin embargo, como fácilmente puede verse abajo, esta cita no es una paráfrasis, sino que es una copia textual del primer

párrafo de un artículo del diario La Nación escrito por la propia Leonor Arfuch, titulado *“En torno a la subjetividad”*, publicado el 8 de diciembre de 2002, como se puede certificar **aquí**.

LA NACION > Cultura

En torno a la subjetividad

EL ESPACIO BIOGRAFICO Por Leonor Arfuch-(Fdo. de Cultura Económica)-272 páginas-($ 27)

8 de diciembre de 2002 · 1 minuto de lectura Actualizado el 16 de junio de 2020

¿A qué llama Leonor Arfuch "espacio biográfico" (partiendo del ya clásico concepto de Lejeune)? No se trata de un reservorio o sumatoria de géneros literarios constituidos, sino de un "horizonte de inteligibilidad": 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 formas reguladas y establecidas, sino "momentos biográficos" en un vasto campo que excede a la textualidad escrita.

Por último, en el párrafo 1 de la **página 207** de su tesis doctoral, la decana Parisi escribió:

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 formas reguladas y establecidas, sino "momentos biográficos" en un vasto campo que excede a la textualidad escrita.

Como se puede ver abajo, lo marcado con amarillo no es autoría de la doctora Parisi, sino del doctor en letras de la Universidad de Tucumán, Julio Cesar Sal Paz escrito en su artículo *“El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de la Gaceta de Tucumán”*, que ya había

sido copiado en la página 35 por la decana de la UNC, tal como se puede certificar en el vínculo consignado al respecto.

En efecto, 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.

Es decir, el paulatino desarrollo de las TIC ha estimulado la proliferación de una gran variedad de contextos inéditos de interacción cuya observación y análisis no resultan

Aposta. Revista de Ciencias Sociales · ISSN 1696-7348 · Nº 69, Abril, Mayo y Junio 2016
http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/salpaz1.pdf

159

Tribunales

Lo casos anteriores, son solo algunos de los plagios que incurrió en su tesis doctoral, la decana de Comunicación Mariela Parisi. Hay decenas más detectadas con una análisis aleatorio, y seguramente surgirán bastantes más con un análisis más profundo. Y lo hizo trasgrediendo la resolución rectoral N°724 /2018 que busca preservar el derecho de autor en la UNC por ella misma votada. Aun así, durante 4 años, gracias a este título de posgrado pudo cobrar un plus salarial del 17% más en su ya de por sí abultado salario como decana que ronda los 8 millones de pesos.

Recordemos que la ahora decana, como lo mostró este portal y lo confirmó una auditoria de la UNC, durante sus ocho años de gestión hizo gastos y contrataciones de todo tipo, también de manera irregular. Al margen de la ley.

Ver **MARIELA PARISI: la decana nepotista de la Facultad de Ciencias de Comunicación de la UNC (1)**
Ver **MARIELA PARISI II: La decana despilfarradora de la FCC de la UNC que nadie audita**
Ver **Parisi, la decana autócrata de la FCC – UNC que nunca concursó, precarizó los cargos, y amaño concursos**

Ver [BOMBA: La Auditoría de la UNC confirmó las anomalías de la decana Parisi de la FCC relevadas por Stripteasedelpoder ¿Qué hará el rector Boretto?]

Por este accionar, la doctora en semiótica Parisi fue denunciada penalmente en febrero pasado en los Tribunales Federales. Y la Facultad de Comunicación, recibió, en dos oportunidades, inéditas visitas de funcionarios judiciales en busca de documentación. La última de ellas fue el día de las elecciones decanales en mayo pasado, oportunidad en la cual las autoridades las hicieron pasar desapercibidas.

En el caso de su tesis doctoral, *"Periodismo de autor 2.0. Ethos discursivos en soportes digitales emergentes. (Argentina 2006-2017)"*, fue defendida en plena pandemia, por zoom, gracias a la ausencia de muchas horas de trabajo. Su codirectora, y una de la responsable de advertir estos evidentes plagios, fue **Fabiana Martínez**. Quien un año después, ¡oh casualidad! fue elegida como su vicedecana. Cargo desde donde avaló muchas de las irregularidades advertidas por Stripteasedelpoder.com y luego confirmadas por la auditoria de la UNC.

Mariela Parisi y Fabiana Martínez – Tesista y Co-Directora de Tesis. Decana y Vicedecana de la FCC – UNC.

Por su parte, al tribunal que evaluó el trabajo de Parisi lo integraron los docentes **Gastón Cingolani**, **María Teresa Dalmaso** y **Paulina Emanuelli**. Esta última, amiga y funcionaria de Parisi en la Coordinación del Doctorado en Comunicación y en la Secretaría de Posgrado, cargo que pasaría a ocupar Parisi en la nueva gestión de Gustavo Urenda y Marta Pereyra a partir del 1 de agosto.

Dos años después de haber integrado el tribunal de la tesis de Parisi, ¡oh causalidad! **Emanuelli** fue reconocida como "*profesora emérita*" de la UNC, a instancias de la propia Parisi. Una emérita que no vio ni uno de los burdos plagios expuestos ut supra y en el anexo que se adjunta, que trasgreden la Resolución Rectoral N°724 /2018 y dañan una vez más la reputación de la UNC.-

Con la colaboración el equipo de investigación de Stripteasedelpoder.com

Ver también:
La treta de la decana de la FCC-UNC Parisi, su boga Orosz, y el fiscal Senestrari para zafarla de la causa penal persiguiendo un periodista
ESCANDALO UNC: la decana de la FCC Parisi y su esposo Barraco de los SRT quieren silenciar a un periodista de STDP con una demanda por 24 palos
El alegre viaje a España de la decana de la FCC Parisi con su marido Barraco de los SRT, costeado por la UNC
La oposición denunció en la justicia a la decana Parisi de la FCC de la UNC en base una investigación de STDP