

De las redes a los massmedia (y viceversa): casos sobre la circulación discursiva

Oswaldo Beker

“Un gran poder conlleva una gran responsabilidad”.

(Tío Ben a Peter Parker, en *Spiderman*)

En la actualidad, las condiciones de circulación que caracterizan a la sociedad contemporánea tienen como constituyentes fundamentales fenómenos de sentido hipermediáticos a través de mensajes que se transmiten desde las redes sociales hacia los medios masivos y también en una dirección contraria (y, eminentemente, en un movimiento constante de ida y vuelta). La interrelación entre *massmedia* y redes se ha vuelto insoslayable. Bien vale contemplar la idea de que los contenidos de las redes sociales (Twitter, Instagram, YouTube, Facebook, Snapchat, Tik Tok, etcétera), día tras día, se han vuelto una “cantera” principal de la que se sirven los grandes medios de comunicación masiva para la construcción de las noticias (esto es: para el establecimiento de la agenda mediática de la que se hablará en la sociedad a lo largo de una jornada o de una semana o de otro lapso). Así, para referirnos a los clásicos criterios de noticiabilidad en el discurso de los medios periodísticos, ahora es indispensable contemplar, más o menos en la que va de la última década, otra modalidad que ha pasado a ser jerárquica en la cotidianeidad, más allá de los criterios tradicionales como la actualidad, la inmediatez, la magnitud, la proximidad, la espectacularidad, la curiosidad, el conflicto y el interés.¹ De este modo, aquella información que surge de ciertos posts en las redes sociales se convierten en el material privilegiado para la construcción de la noticia en cualquiera de los soportes tradicionales.

En su libro *Fragmentos de un tejido*, en el capítulo “El sentido como producción discursiva”,² Eliseo Verón plantea una diferencia contundente entre lo que denominó “sociedad mediática” y, para contraponerla, “sociedad mediatizada”. La primera de ambas expresiones hace alusión al hecho de que los medios de comunicación, tradicionalmente, operaban en base a una lógica, “moderna”, de nexos entre la realidad empírica, concreta, y una pararealidad, construida por ellos mismos (de allí sobreviene la distinción existente entre lo que se entiende como una “realidad tangible” y una “realidad mediática”). La segunda expresión, que responde a la lógica posmoderna, por contraste, ostenta un estatuto por el que “el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios”.³ De la última modalidad creemos que el objeto de este trabajo se inscribe.

¹ Ver Colombo, 1995 y Martíni, 2019. Ambos autores se han referido a los “criterios” de noticiabilidad periodística o *newsmaking*.

² Verón, 2014.

³ Carlón, 2020.

En las líneas que siguen se llevará adelante un acercamiento a ciertos casos polémicos y puntuales en los que se verifica el modo en que ha operado la circulación discursiva correspondiente a la comunicación periodística en particular y al paisaje mediático en general.

1. El caso de Santi Maratea o el límite de lo mostrable

La Generación Z, los que nacieron en el siglo veintiuno y no conocieron el mundo sin internet, constituye la mayor parte de los seguidores de Santi Maratea, un influencer de gran éxito en nuestro país y que se caracteriza por sus posteos desenfadados, por sus regalos de todo tipo de artículos, por crear términos luego usados por miles de jóvenes y por, entre otras cosas, desafiar a las figuras de los medios masivos de comunicación tradicionales. Maratea aprovecha ampliamente una función jerárquica que cumplen las redes sociales, e Internet, en nuestras formas de organización y reproducción de sentido, y por eso sus clips, fundamentalmente en Instagram, aunque también tiene cuentas menos abultadas en Twitter y en Twitch, representan legítimas tomas de palabra en la que sus posturas ideológicas y culturales despiertan un enorme sentimiento de identificación en sus *followers*, quienes replican y comparten sus intervenciones de manera automática y numerosa.

A mediados del 2020, Maratea fue invitado a participar, junto a otros YouTubers e Instagrammers, en una emisión televisiva de juegos. En un momento en el que fue al baño, encendió un cigarrillo de marihuana y decidió postear la circunstancia. El hecho tuvo una alta repercusión en los medios masivos que se extendió por varios días en los distintos soportes. *La Nación*, el día posterior, ofreció un título que mezcla el desempeño de Maratea en el programa con el episodio en el baño:

LA NACIÓN, 13 de junio 2020

LN LA NACION

Santi Maratea y su polémica participación en El Precio Justo por fumar marihuana en el baño de Telefe

Después de mostrarse fumando marihuana en el baño de Telefe, Snatiago Maratea respondió a las críticas de Beto Casella. Comentar (4).

13 jun. 2020



Perfil, del mismo modo, construye el titular de una manera ambigua. Por un lado, es verdad que el episodio desató una serie de discusiones y polémicas por todo el espectro mediático. Por otro lado, ofrece una expresión estereotipada en el final del título, propia del lenguaje periodístico:

PERFIL, 13 junio 2020


 Exitoina

Santi Maratea fumó marihuana en Telefe y estalló el escándalo

Santi Maratea fumó marihuana en un baño de Telefe durante su visita del día miércoles a El Precio Justo, el programa que conduce Lizy Tagliani ...

La representación mediática de lo que trascendió por las redes de Maratea tuvo varios capítulos más a lo largo de esas semanas. Algunas figuras de la televisión, periodistas, conductores y panelistas, dieron su opinión, su repudio, contra el comportamiento del joven. El influencer Maratea, genuino líder de opinión de centenares de miles de jóvenes seguidores que replican, repostean, comentan y “megustean” sus intervenciones, no se detuvo en simplemente conocer las críticas por parte de muchas figuras televisivas, sino que duplicó la apuesta y el polémico comportamiento que tuvo en el baño de las instalaciones del canal se vio seguido de una larga lista de temáticas que salieron a flote y fueron el centro de las discusiones por varias semanas. La circulación discursiva no se detuvo tampoco en los grandes medios. *Clarín*, por su parte, también al día siguiente del “episodio”, apostó por retomar las palabras de un conductor de televisión que, a su vez, se hizo eco del hecho:

CLARÍN, 14 junio 2020

 Clarín.com

Santi Maratea le respondió a Beto Casella tras su insólita vinculación entre las drogas y la homosexualidad

El influencer apuntó contra el conductor luego de que él lo criticara por fumar marihuana en un baño de Telefe. Santi Maratea estuvo invitado por ...

Verón (2014) elaboró una propuesta, o modelo, para dar forma y calificar la comunicación, basada en la noción de “circulación” de Roman Jakobson que le permitió reflexionar sobre el debate posmoderno ligado a los medios de comunicación masiva, y que hoy muy bien, además, podemos encuadrarla perfectamente en la “era de los influencers”. En este sentido, si tomamos el concepto de “circulación” veroniano, vemos que en el caso de Santi Maratea, se produjo un fenómeno que significó el pasaje de la información desde las redes hacia los medios masivos, y viceversa, una y otra vez. A partir de las repercusiones televisivas en distintos canales reprochando su actitud sobre la inmoralidad y el mal ejemplo que daba a la sociedad, y sobre todo para muchos de sus seguidores que aún son menores de edad, el hecho

fue “levantado” y construido por varios medios y se viralizó con una magnitud tal que él, desde su cuenta de Instagram, respondió los agravios de los que fue blanco durante semanas. Tal como se ve en la noticia de *Clarín* del 14 de junio de 2020, la temática original se fue derivando hacia otros carriles completamente diferentes a la escena original (“Santi Maratea fumó un porro en el baño de un canal de televisión”) que suscitó toda una parafernalia de información.

2. El caso de ‘El Presto’ o el límite de lo decible

El caso de “El Presto” es el de un joven influencer de origen cordobés que se caracteriza por sus ideas ultralibertarias (y por una locuacidad atravesada por impropiedades y un decir “políticamente incorrecto”) y que este año empezó a cobrar una fuerte notoriedad a partir del suceso que a continuación expondremos. Anticuarentena, antikirchnerista ferviente y dueño de un estilo caracterizado por un vocabulario recargado de injurias y descalificaciones hacia la clase política, El Presto (un fiel representante de lo que Barry Wellman denominó “individualismo en red”)⁴ se presenta como el director de un blog de noticias llamado Data24. Luego de una de las marchas opositoras al gobierno de Alberto Fernández, este periodista lanzó el 27 de agosto del 2020, en Twitter, un mensaje dirigido hacia la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner que, al fin y al cabo, fue el que lo popularizó (y le reportó una descomunal viralización). Las palabras textuales que desencadenaron una subsiguiente cobertura mediática inmediata y enorme fueron las siguientes: “Te queda poco tiempo. Vos no vas a salir viva de este estallido social. Vas a ser la primera —junto con tus crías políticas— en pagar todo el daño que causaron”. A pesar de que en reiteradas oportunidades había disparado contra distintos funcionarios, tanto oficialistas como opositores (muchos de ellos, como el intendente de la ciudad de Paraná, lo habían denunciado penalmente por instigación a cometer delitos e incitación a la violencia), este posteo al que aludimos fue el que lo catapultó hacia su conocimiento a nivel nacional, lo que hace dudar sobre si todo este “incidente” le resultó perjudicial o, al fin y al cabo, beneficioso.

Luego de recibir una denuncia penal por parte de la vicepresidenta, tanto efectivos de la justicia como de la policía fueron hacia su domicilio y allanaron su domicilio, lo que despertó una catarata de referencias periodísticas en los *massmedia*:

PÁGINA 12

⁴ Wellman se refiere al “networked individualism” en oposición a las estructuras sociales tradicionales en tanto organizaciones jerárquicas tales como las familias, las comunidades, etc. El “individualismo en red” hace alusión a la producción de contenido por parte de un solo sujeto que luego se convierte en un legítimo líder de opinión.

Detuvieron a Prestofelippo, el hombre que amenazó a Cristina Kirchner por Twitter | Un militante liberta...

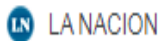
Detuvieron a Prestofelippo, el hombre que amenazó a Cristina Kirchner por Twitter. 11 de septiembre de 2020. El youtuber Eduardo Miguel Prestofelippo, ...



Su aparición en la escena nacional desencadenó, para una correspondiente contextualización, la redacción de breves biografías para que el público tuviera más datos sobre él:

LA NACIÓN

“Perfil. Quién es Eduardo El Presto Prestofelippo, el periodista denunciado por amenazar a Cristina Kirchner”



Perfil. Quién es Eduardo El Presto Prestofelippo, el periodista denunciado por amenazar a Cristina Kirchner

El periodista fue denunciado por un mensaje en contra de Cristina Kirchner. Comentar (422). Me gusta. Me gusta. Compartir. E-mail. Twitter.



Asimismo, su irrupción massmediática provocó que se incluyeran columnas de opinión que lo situaban como un legítimo antejemplo con respecto al comportamiento ciudadano en las redes sociales:

PERFIL

“El Presto y la peligrosa moda de los odiadores”



El Presto y la peligrosa moda de los odiadores

... la residencia presidencial. Y la amenaza a la vicepresidenta Cristina Fernández, realizada por el youtuber alias Presto. Te puede interesar



Por lo que se ha ilustrado aquí, el caso de circulación discursiva originado por El Presto responde a una práctica que se ha vuelto visible gracias a (o por culpa de) las redes sociales. Se trata de un tipo de manifestación que naturalmente ha existido siempre por parte de todos aquellos ciudadanos que se oponen a la gestión de un gobierno determinado y sacan a relucir sus críticas, ya sean moderadas, ya sean con la inclusión de improperios. Pero no solo habrá que entender esa idea, sino que la cuestión aquí es que, en este caso, las palabras de este joven y pirotécnico abogado y periodista cordobés alcanzaron mayor conocimiento y repercusión por el hecho de que los *massmedia* repararon en su conducta en las redes a lo largo de varios días y ello desencadenó el hecho de que su conducta (y las consecuencias resultantes) fuera viralizada. Jean Burgess y Joshua Green⁵ han señalado que las manifestaciones y expresiones en las distintas redes sociales no constituyen algo novedoso si es que consideramos el “mensaje”, en términos jakobsonianos. Lo que sí es novedoso es la enorme escala en la que los mensajes pueden enviarse a través de estos canales que parecerían no tener límites. Si a eso se le agrega que los *massmedia* “levantan” tales posteos, la trascendencia de los actos puede llegar a ser, lo sabemos, asombrosa.

3. El caso de Martín Cirio ‘La Faraona’ o el límite de lo posteable

Martín Cirio, que es un influencer ampliamente reconocido (en nuestro país y en varios lugares de Latinoamérica y España) también como “La Faraona” (tal apodo se debe a que vivió un largo tiempo en Egipto y decidió autobautizarse de esa manera, pues en todo momento juega con las inflexiones genéricas en la lengua) es un *youtuber* e *instagramer* que comenzó su vertiginosa carrera con la publicación de una enorme cantidad de videos de sus viajes turísticos (a destinos tan dispares como la India, Egipto, Dubái, Ucrania, Rusia, Malasia, Inglaterra, Perú, Rumania o Polonia) y dando desopilantes consejos sobre amor y sexo (una de sus secciones más conocidas se llama “El consultorio de la Faraona” en la que lee preguntas de sus seguidores para luego responderlas haciendo uso del recuerdo de un sinnúmero de anécdotas personales, todas atravesadas por un empleo del lenguaje sin pruritos). Su elocuencia, histrionismo y profundo humor negro sin tapujos (modalidades humorísticas de intervenciones cotidianas y referidas a cualquier elemento de la cotidianidad y que Marín denominó como una “risa proteica”)⁶ lo llevaron a alcanzar, en poco más de tres años, una cifra superior al millón de seguidores en *YouTube* y más de un millón cien mil en la plataforma de *Instagram*.⁷ Sus *followers*, altamente fieles (tanto que a veces parecen ser adoradores de Cirio), al mismo tiempo, han logrado constituirse como una verdadera

⁵ Burgess y Green, 2009.

⁶ Marín, 2017.

⁷ El sello editorial Planeta le ha publicado un libro de ficción que, sin embargo, posee fuertes marcas autobiográficas, *El diario de Sandy*, en 2019.

comunidad, con un particular lenguaje (imaginado y promovido por el mismo Cirio) y un simbolismo propios: entiéndase que Cirio, con sus 35 años, y esto mismo él lo señala, hace uso de un registro lingüístico que más bien se vincula con adolescentes o jóvenes veinteañeros. En ese sentido, su léxico está plagado de giros y expresiones tales como “ahre”, “sorry not sorry”, “xica”, “dijo nadie nunca”, “quebrar”, “tipo”, “pasti”, “pepa”, “tranqui”, “belles”, “estoy matado”, “flashear”, entre muchos otros. Por otro lado, el contenido de sus numerosos posts -que son diarios-, ha ido mutando y expandiéndose hacia nuevos horizontes fundamentalmente ligados a los comentarios ácidos dirigidos hacia figuras del espectáculo y de la política nacional. Es notable verificar las diferencias cualitativas existentes entre sus primeros posts, de hace unos cuatro años, y los actuales: tanto las temáticas abordadas como el modo de representarlas han experimentado profundos cambios, así ha pasado de una enunciación más solemne a una modalidad más ligada al desparpajo. Veamos algunos de los “rebotes” en la prensa masiva a partir de sus polémicos posts:

LN LA NACION

Los picantes comentarios sexuales de Ofelia Fernández y Ángela Torres en un video de Martin Cirio

Los picantes comentarios sexuales de Ofelia Fernández y Ángela Torres en un video de Martin Cirio.

31 oct. 2019



Clarín.com

Martin Cirio, La Faraona, en guerra con una diputada de Chaco

Comentarios. Comentar las notas de Clarín es exclusivo para suscriptores.

24 oct. 2018



Vía Vía País

En medio de una “guerra virtual”, Martín Cirio acusó a la diputada Claudia Panzar...

En medio de una “guerra virtual”, Martín Cirio acusó a la diputada Claudia Panzardi de homofóbica ... chaqueña, sobre todo por frases del estilo “Tan Chaco que duele”. ... Ante esta situación, “La Faraona” -como se autodefine

24 oct. 2018



Algo que podríamos denominar “escrache mediático”,⁸ comportamiento que Cirio llevó adelante en reiteradas oportunidades haciendo uso de sus centenares de miles de seguidores que eran los encargados de dirigirse a los afectados por las innumerables injurias, se transformó, sin embargo, para él, en un “efecto búmeran”. En octubre de 2020, un cantante de cumbias, el Dipy, fue otro más de las víctimas del “escrache” por parte de Martín Cirio.

⁸ Hay dudas con respecto a la certeza etimológica del término “escrache”. Hay hipótesis que lo derivan del inglés y hay otras que lo hacen desde el italiano.


Sin embargo, lejos de quedar afectado, posteo una serie de tuits antiguos de La Faraona en los que, como un legítimo “búmeran”, el influencer había expresado varias ideas por las que se percibía un contenido fuertemente polémico (mensajes cargados de ideas ligadas a la pedofilia). Los medios masivos de comunicación inmediatamente se hicieron eco de ese cruce:

CLARÍN, 15 octubre 2020

Clarín.com

Jorge Rial destrozó a "La Faraona" tras la viralización de unos mensajes pedófilos que serían del youtuber

El conductor explotó indignado contra el instagramer, cuyo nombre real es Martín Cirio. El episodio se dio tras una polémica con El Dipy.
hace 3 días



LA NACIÓN, 16 octubre 2020

LA NACIÓN | ESPECTÁCULOS | EN LAS REDES

La Faraona. Quién es Martín Cirio, el youtuber criticado por sus tuits sexuales que involucran menores



Tanto los medios de comunicación masiva gráficos como de la televisión, en portales de Internet, e incluso en la radio, construyeron la noticia a partir de los diversos y numerosos posteos en las redes. Esa “denuncia pública” tuvo como consecuencia que La Faraona se retirara de las redes por el tiempo de un mes llamándose a un silencio muy evidente que también, a su vez, fue retomado por los massmedia.

En ninguno de los tres casos planteados más arriba en este artículo los medios masivos de comunicación contemplaron algún hecho de la “realidad empírica”, al decir veroniano, sino que consideraron los distintos posteos hechos por estos influencers. Todo esto nos lleva a pensar que estamos viviendo en un “paisaje metamediático” en el sentido de que los medios se refieren a otros medios (los *massmedia* se refieren a los contenidos de las redes). Esta modalidad metamediática nos habla sobre un fenómeno constante de retroalimentación

existente entre medios masivos y redes que muy bien permiten entonces que nos refiramos a un tipo de “circulación discursiva transmediática”. A la vez, si retomamos las ideas planteadas más arriba por Burgess y Green (2009), las prácticas (el consumo de una sustancia ilegal, las injurias hacia la investidura vicepresidencial, y los escraches y el empleo de humor negro) son preexistentes a los dispositivos tecnológicos, solo que ahora aparecen evidenciadas (más ampliamente visibilizadas, viralizadas) en los medios y, fundamentalmente, en las redes sociales. Todo esto, repitamos, lleva a pensar que los contenidos cotidianos en los canales empleados por los influencers se vuelve hoy día una “cantera” insoslayable de donde los massmedia extraen la “información” para la construcción de las noticias. Así, este factor decisivo y jerárquico de circulación discursiva representa una opción relevante en la actualidad para el Newsmaking (o la noticiabilidad) con todo el enorme vacío legal que existe para la práctica: he allí un gran tema pendiente que atañe a las decisiones en torno a la deontología periodística. De todo esto, se desprende la idea de que la preexistencia de diversos comportamientos que se manifiestan discursivamente en este singular “paisaje transmediático”, ahora, en el tándem massmedia-redes sociales, se da la necesidad de la implementación de diferentes normas que alcancen a la práctica periodística, en particular, y mediática, en general. En definitiva, las palabras del epígrafe que se corresponden a un personaje de la ficción, “un gran poder conlleva una gran responsabilidad”, muy bien pueden considerarse como un legítimo apotegma para discutir el rol de los *influencers* y de los *massmedia*, dada su natural esencia, y porque estos últimos retoman a los primeros de manera constante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BURGESS, J. y GREEN J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity.

CARLÓN, M. (2020). “Tras los pasos de Verón...”. Disponible en https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532020000100005

COLOMBO, F. (1995). *Últimas noticias sobre el periodismo*. Madrid: Anagrama.

MARÍN, J. (2017), “La risa proteica, el humor y los pesimistas” en Revista *Escritura e Imagen*, 14, 233. Ediciones Complutenses.

MARTINI, S. (2019). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

SCOLARI, C. y FRATICELLI, D. (2016), “Nuevos sujetos mediáticos en el ecosistema de medios: el caso de los youtubers españoles”. En el V Congreso de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual. ASAECA, Bernal, Argentina.

VERÓN, E. (2014). *Fragments de un tejido*. Gedisa: Buenos Aires.

VERÓN, E. (1987). *Construir el acontecimiento*. Gedisa: Buenos Aires.

WELLMAN, B. (1999). *Networks in the global village: life in contemporary communities*. Boulder, CO: Westview Press.