



INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO “NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DISCURSIVA”

SEMIÓTICA DE REDES

Cátedra Carlón

Comisión 24

Alumnos:

Alonso Jerónimo, DNI 44594773.

Di Paolo Lautaro, DNI 44367049.

Lernoud Esteban, DNI 42994347.

López Candela, DNI 44748592. Palacio Palacio Jonás, DNI 44691531.

Vazquez Camila, DNI 36914716.

2023

Fantagate

Introducción al caso.

Cada cuatro años, Argentina tiene la oportunidad de ejercer su voto para poder elegir quién será el próximo presidente de la Nación. Durante toda la campaña electoral, los principales precandidatos presidenciales utilizan estrategias para lograr la mayor cantidad de votos posibles. Hasta el día de la elección, la única manera de “comprobar” cuál es la imagen que tiene cada uno es vía encuestas realizadas por consultoras profesionales o también, por las de los medios de comunicación tradicionales cuando salen a las calles en búsqueda de la voz de la gente. Sin embargo, este último método suele estar acusado de manipulación por varios sectores políticos al candidato que sale favorecido en la boca de urna, ya sea por cercanías del político al medio o el candidato envía a sus votantes a que lo apoyen en la encuesta y de esa manera, hacer creer que tiene un gran apoyo e imponer confianza.

El caso elegido tiene origen en los medios masivos tradicionales y se presentó en el noticiero televisivo “La Cruel Verdad” conducido por Esteban Trebucq y emitido por el canal A24. Durante la época electoral, el periodista se caracterizó por recorrer las calles del centro de la Ciudad de Buenos Aires y preguntarles a los transeúntes, quién era su precandidato para las PASO de agosto. La noche del 9 de mayo de 2023, tres meses antes de las PASO, Trebucq fue como movilero por las calles de San Justo. Durante la nota, el periodista les preguntó a los ciudadanos a quién iba a votar y mientras ellos respondían, él notó algo particular: de las veintiún personas que les consultó su intención de voto, seis eligieron al precandidato Horacio Rodríguez Larreta y esas seis, tenían una botella de Fanta. Quienes no lo mencionaban a Larreta, no tenían la gaseosa, generando el debate en los medios de comunicación tradicional y, sobre todo, en las redes sociales, especialmente en Twitter. Los distintos internautas dieron su opinión sobre el caso, tanto de manera crítica como humorística, donde se destacaron políticos opositores y el sector del partido de Juntos por el Cambio que pelea la interna con Rodríguez Larreta.

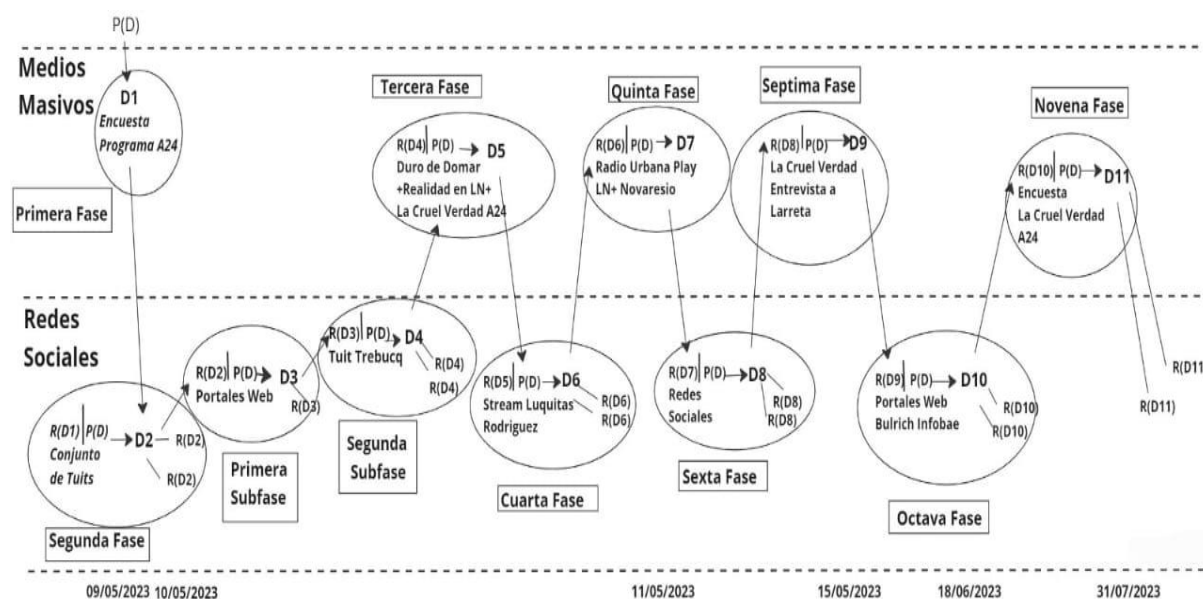
A la mañana siguiente, las redes sociales se despertaron con la noticia y este episodio fue llamado *Fantagate*. Los opositores categorizaron el hecho como sospechoso al ver que todos los entrevistados, teóricamente escogidos al azar, tenían la botella de la gaseosa naranja en su mano y nombraban al mismo precandidato. Esto levantó un revuelo

importante en la opinión pública. Por un lado, hubo teorizaciones que remitían al porteño de armar la situación durante la nota en San Justo, y por otro, el sector larretista del PRO/Juntos por el Cambio negaba la manipulación y sostenía que había sido una tercera parte (por parte del oficialismo u otra oposición) la que quiso ensuciar su imagen. Este hecho llamó nuestra atención para realizar el análisis, ya que creemos es pertinente a la temática humorística de la comisión, además de que creemos que podemos encontrar variedad discursiva en la circulación, considerando una serie de saltos entre los sistemas de medios masivos y el Internet en forma de idas y vueltas.

El caso elegido intentará demostrar las fluctuaciones en la circulación mediática del discurso y las diferentes resignificaciones que tuvo en la opinión pública. La gran repercusión mediática, especialmente en Twitter, donde se han manifestado los políticos, deja en claro la mixtura entre el Internet y los medios tradicionales una fuerte circulación del sentido y construcción de colectivos que podrán sentenciar el resultado de las elecciones presidenciales y, por qué no, el futuro del país hasta el 10 de diciembre de 2027. En el reportaje en cuestión, se notó la duda que convino a la mayoría de las televidentes del programa (y al mismo notero) por la similar perspectiva política y el elemento previamente mencionado, la bebida Fanta. Podemos mencionar entonces, como discurso objeto asimilado, que este fragmento arroja ciertas complejidades que tomamos para poder desarrollar un análisis de circulación de sentido; nos ocuparemos de distintas fases que aborda momentos clave para poder desarrollar un abordaje acorde al análisis de gráfico, teniendo en cuenta que lo que caracteriza a la comunicación contemporánea son los cambios sistémicos que se producen a nivel mediático y comunicacional (Carlón, 2016).

El análisis constará de nueve fases que saltarán entre los medios tradicionales de comunicación y redes sociales con base en Internet, además de dos subfases localizadas en redes sociales.

Gráfico de la circulación discursiva dentro de *Fantagate*



Dicha circulación es de carácter descendente/ascendente, ya que circula de manera inter-sistémica, es decir, entre el sistema de medios masivos, y el sistema de medios con base en internet, para luego continuar de manera intra-sistémico, expandiéndose a través de las redes con base en internet, en donde por último se da un salto inter-sistémico nuevamente desde internet hacia medios masivos y sucesivamente.

La circulación en la mediatización del caso es una de tipo mixto y transversal, se genera desde afuera de la institución a la que llamaremos PRO, hacia adentro de la misma, en donde en los medios masivos (canal A24), se expuso de una manera poco favorable a esta institución. Al ser un medio con gran alcance en la población, el tema se reflejó casi de manera inmediata en las redes sociales, generando una gran circulación. Un gran colectivo de individuos comenzó a crear contenido sobre un mismo tópico denominado *Fantagate*. Esta gran circulación tanto en internet como en medios masivos hizo que desde el PRO tengan que salir a dar explicaciones sobre lo ocurrido. A su vez podemos observar que la circulación es desde arriba hacia abajo, ya que comienza en los medios masivos y desciende a través de las redes para incentivar el contenido generado por cada internauta de manera individual.

1. Nivel de observación por fase.

1.1. Primera fase: El inicio de la polémica.

La primera fase inicia la noche del 9 de mayo de 2023 con el ya conocido formato de encuesta callejera electoral de La Cruel Verdad, conducido por Esteban Trebucq en A24. En esta edición, las calles de San Justo dieron lugar a nuestro discurso objeto (D1). En la realización del vivo, el propio periodista preguntando por la intención de voto de transeúntes de la zona, sospechó ante las llamativas botellas; quien tenía la gaseosa naranja, respondían que votarían a Larreta y algunos se contradecían en sus declaraciones. Además, le resultó extraño que solamente ellos habían dicho el nombre del jefe de Gobierno y el resto de los encuestados mantenían a Javier Milei como el principal candidato.

Es importante destacar que el discurso analizado surge desde los medios tradicionales. Como Carlón considera a los medios masivos por arriba de los “nuevos medios” (Carlón, 2016), la dirección comunicacional dentro del sistema hipermediático es manera descendente, propia del sistema de medios masivos.

La primera fase inicia en la fecha previamente mencionada. El programa da lugar a nuestro discurso objeto, marcado como (D1). Como se mencionó previamente en la investigación, el mismo periodista comenzó a sospechar en el propio informe que, quienes tenían la gaseosa naranja, respondían que votarían a Larreta. Además, le resultó extraño que solamente ellos habían dicho el nombre del jefe de Gobierno y el resto de los encuestados mantenían a Javier Milei como el principal candidato.

Es importante destacar que el discurso analizado surge desde los medios tradicionales. Como Carlón considera a los medios masivos por arriba de los “nuevos medios” (Carlón, 2016), la dirección comunicacional dentro del sistema hipermediático es desde arriba hacia abajo, es decir, de manera descendente. Traemos esto a consideración teniendo en cuenta que este momento es el que dispara el inicio de la circulación de nuestro caso; es significativamente importante para nosotros resaltar esto ya que inicia con lo que, luego, comienza con distintas direcciones y repercusiones.

En este primer acercamiento veremos que P(D), es decir, la condición de producción del discurso representa, justamente, las condiciones bajo las cuales se produjo nuestro discurso, en este caso, nombrado como D1 (discurso). La barra punteada marca el inicio del sistema “medios masivos” y la flecha entra hacia dicho sistema, indicando las condiciones previas de producción que dan lugar al discurso.

1.2. Segunda fase: La llegada a Twitter y el inicio del *Fantagate*.

Tras la emisión del programa, la circulación discursiva se tornó hacia el sistema de Internet. La dirección de la discursividad fue de manera descendente; desde el sistema de medios masivos, la discusión se trasladó, en primera instancia a Twitter, Instagram y portales de noticias web.

Ante las claras irregularidades de la emisión, múltiples individuos comenzaron a denunciar la posible manipulación de la encuesta ni bien había salido la nota al aire. Cabe destacar que el usuario @Mgrealpolitik fue el primero en elogiar la tarea del notero y este mismo le respondió por la misma vía agradeciéndole a las 22:39 del mismo 9 de mayo. Sin embargo, al día de elaborar el presente informe, el usuario eliminó el *tweet*, impidiendo investigar su impacto.

En base a esto, decidimos partir desde el hilo de Twitter de @Brascoso2023. El ex redactor de Clarín posteo el primer comentario registrado, el cual tuvo una gran propagación en la red social del pajarito¹, teniendo 15 mil *likes* y más de 2 mil *retweets*. A las 22:51, es decir, media hora después de que el periodista finalice la encuesta, comenta lo sucedido catalogándolo de “insólito” y denunciando al canal A24 de operador. Minutos más tarde, a las 23:13, este mismo individuo fue el primero en denominar la polémica mediante otro *tweet* como “*Fantagate*” superando los mil *likes* y centenares de reposteos. A partir de esta primera interacción, la discursividad en torno al episodio se intensificó. Las palabras “Fanta”, “*Fantagate*” y “Larreta” se encontraron entre las primeras posiciones de las tendencias de Twitter en Argentina y durante varios días fue el tema

¹ Un dato que destacar. En los comienzos del desarrollo de la investigación del caso, tomamos en cuenta la red social que consideramos central para la recolección del corpus: Twitter. En el transcurso de la investigación, la red en cuestión pasó a llamarse “X”, provocando que varias de las referencias mencionadas a la red social en el trabajo, queden confusas. Al referenciar como “pajarito” a X, nos referimos a la característica simbólica del antiguo nombre y estética, pero sigue referenciando a X.

principal en el Internet a nivel local. La cuenta oficial de La Libertad Avanza (@LLibertadAvanza) continuó con los reconocimientos de la emisión. Desde este medio, la institución política pública una foto de Fanta con la leyenda “Juntos por la Fanta” a las 23:36, obteniendo 350 mil de vistas y más de mil *retweets*. Seguido, Carlos Maslatón también comentó mediante un *tweet* desde su cuenta personal (@CarlosMaslatón) a las 23:46, cuestionando a Trebucq en su labor periodística y dando un impulso a la discusión, obteniendo más de 600 mil de vistas y 600 comentarios. Otro *tweet* publicado, fue desde la cuenta humorística @PonzistaAnti, donde se convierte el *Fantagate* en el fenómeno #*Fantagate* y, además, sube el primer meme con el “#” (aunque obteniendo pobres métricas, es relevante en cuanto al uso del hashtag). Para los primeros minutos del 10 de mayo, la palabra “Fanta” ya era tendencia. A partir de allí, el fenómeno mediático no paró de expandirse. Cabe destacar que, dado este último dato acerca del *Fantagate*, es el nombre pertinente del título de esta fase.

A la mañana del día siguiente al programa (10 de mayo), Twitter siguió inundado por comentarios acerca del *Fantagate*. A las 08:32, Mauro Brissio (@BrissioMauro) daría lugar a un hilo tratando el tema y abriendo un espacio para que muchos individuos generen discursos risibles en relación a lo ocurrido. El hilo tuvo más de 200 comentarios y cerca de mil *retweets*. Este discurso nos permite dar cuenta de la producción de reconocimientos de índole risible, que luego fue extendida por diversas cuentas.

Esa misma mañana, referentes políticos emitieron comentarios en la red social. Actores políticos como Hernán Lombardi (@herlombardi), jefe de campaña electoral de Bullrich, y Ricardo López Murphy (@rlopezmurphy), diputado por Juntos por el Cambio, comentaron que la Fanta era artificial, haciendo alusión a las irregularidades de la encuesta. El *tweet* de Lombardi, publicado a las 10:09, generó 400 comentarios, 500 *retweets* y 2000 *likes*, mientras que Lopez Murphy, publicado a las 11:06, obtuvo más de 900 mil vistas, mil comentarios, más de 2 mil *retweets* y 14 mil *likes*. Otro discurso destacable realizado por un individuo de la esfera política es Ramiro Marra, quien desde su cuenta (@RAMIROMARRA) apuntó directamente sobre un complot entre el periodista y el precandidato de Juntos por el Cambio, *tweet* publicado a las 10:25, con 80 mil vistas, 300 *retweets* y mil *likes* aproximadamente.

Mientras corrían los minutos en la encuesta realizada en los medios masivos tradicionales, como hemos visto, distintos usuarios a través del Internet, especialmente en

la red social Twitter, comenzaron a discutir sobre el hecho que estaba sucediendo. “Llegada” en el título denota, a propósito, la llegada del caso a las redes.

Nos encontramos, en este caso, con una circulación intra-sistémica de carácter ascendente ya que, de todo el conjunto significativo de *tweets* que comienzan a aparecer alrededor de los primeros pasos del caso, consideramos que estas repercusiones representan una circulación dentro del mismo sistema de redes sociales con base en Internet. Es uno de los momentos registrados dentro del caso donde se da una fuerte concentración de reconocimientos a partir de nuestro discurso objeto, que se dieron, como mencionamos, desde el primer momento desde la realización de la encuesta, y siguió durante todo el día siguiente, el 10 de mayo, como aclaramos en el gráfico.

Especificando algunos de los momentos o *tweets* más significativos dentro de esta fase, tenemos que varios internautas comenzaron a denunciar la posible manipulación de la encuesta ni bien había salido la nota al aire de Esteban Trebucq. Cabe destacar, en este sentido, a @Mgrealpolitik, quién fue el primer usuario que tuvo repercusión en la fase al elogiar.

Consideramos pertinente aclarar que la clave aquí es que se produce un salto de escala en la mediatización: pasamos a un modelo denominado inter-sistémico, de manera descendente, entre medios masivos y los que tienen base en Internet. A partir de este momento, cualquier internauta podía opinar generando una democratización sobre el tema. Siguiendo con el análisis del gráfico, resaltamos algunas ideas que surgieron en todo nuestro recorrido por el caso seleccionado. En este sentido, más allá de las repercusiones que tuvo nuestro discurso objeto en distintos medios propios del sistema de medios masivos, encontramos la importancia de este para llegar a, como anticipamos anteriormente, otro sistema dentro de su circulación, el de redes sociales con base en Internet. Partimos de una línea propia de los primeros reconocimientos de nuestro discurso que sale hacia abajo, produciendo reconocimiento, que luego pasa a ser condición de producción para que se generen los nuevos discursos dentro del sistema.

Los principales comentarios vinieron desde usuarios con tendencias hacia la oposición liberal, como el mismo Brascoso, y fueron unos pocos que se sumaron a la polémica para defender a Rodríguez Larreta. Mientras los cuestionamientos e indignación

de los usuarios aumentaban (principalmente desde el oficialismo y liberales), una nueva ola de nuevos discursos no tardó en llegar: los discursos risibles.

Cada temática que se convierte en tendencia en Twitter siempre genera comentarios de apoyo o de enojo creando un amplio debate por toda la red social. No obstante, es el humor quien suele terminar de controlar la red con comentarios sarcásticos, juegos de palabras, humor gráfico, memes, chistes, chanza, comentarios cómicos y humorísticos, entre otros. Ni bien se abrió la segunda fase con origen a las redes sociales de Internet, miles de usuarios decidieron tomar el evento de forma risible, generando una nueva forma de respuesta al *Fantagate*.

Una vez que se produjo el estallido entre las cuentas de Twitter no tardaron, como hemos visto, en aparecer los referentes políticos desde distintos sectores: todos los precandidatos se “autoinvitaron” a opinar sobre la polémica que, al igual que el usuario “común”, dominó el discurso crítico que acusaba de “manipulación” al candidato Larreta. Si bien previamente marcamos a grandes rasgos quienes fueron los que participaron, consideramos pertinente exponer el contenido y no sólo mencionar la mera participación. A menos de una hora del primer discurso viralizado con esta temática, se registró el primer comentario del sector político: no se trató de una persona en particular, sino que se trató de Libertad Avanza (@LLibertadAvanza), el espacio comandado por Javier Milei: A las 23:36 la cuenta *tweeteó* “Juntos por la Fanta” agregando una foto de la lata de la gaseosa, acusando, de una manera humorística, al partido Juntos por el Cambio.

Exactamente diez minutos después, la subfase tuvo otra inclinación cuando Carlos Maslatón (@CarlosMaslaton) acusó a Esteban Trebucq de cómplice y que es sospechoso que un día todos votaban al candidato liberal y al otro día, a “Sombrilla Larreta”. Debido a que el economista liberal realizó una crítica sin buscar una reacción risible, su discurso surge de los *tweets* críticos.

A la mañana del 10 de mayo de 2023, el día siguiente al inicio de *Fantagate*, la fase continuó expandiéndose: Lopez Murphy (@rlopezmurphy), diputado por Juntos por el Cambio, *tweeteó* de manera indirecta una foto suya tomando una cerveza en un bar y diciendo que la “Fanta era artificial”. Si bien su discurso risible fue tomado de manera humorística por sus seguidores, muchos no comprendieron la ironía y le cuestionaban la hora que estaba tomando la cerveza ya que su *tweet* lo publicó a las 11:06. Ante esto el

ex ministro de economía se vio obligado a aclarar que se trataba de una fotografía vieja. Eso no quitó que quienes apoyaban a Horacio Rodríguez Larreta no se hayan tomado el tema con humor, cómo fue el caso del comunero Federico Ballán (@ballan_federico) subiendo una foto mostrándose, trabajando con gaseosas Fanta el mismo día.

Tras este salto de escala, la discusión continuó igualmente en Twitter e Instagram. Actores políticos alineados a Larreta, subieron diversas fotografías en las redes sociales a forma de mostrar su opinión, burlándose de la posibilidad de un complot entre Larreta y Trebucq. Eduardo Machiavelli (@edumacciavelli), quien *tweeteó* a las 15:02, y Federico Ballán (@ballan_federico) fueron algunos de los individuos que compartieron imágenes tomando Fanta. Entre ambos, obtuvieron alrededor de 600 mil vistas, 600 *likes* y 400 *retweets*, siendo de mayor visibilidad el *tweet* de Ballán, publicado a las 15:06. Podemos mencionar, siguiendo este hilo, el *tweet* de Marcelo Gioffre (@marcelogioffre), quien le responde a este último acusándolo a él y al equipo de “bajísima calidad institucional”.

Los discursos criticando el planteo y desarrollo de la encuesta de A24 no sólo recorrió a aquellos individuos profesionales e instituciones, como los partidos políticos, provocando que salieran a dar su opinión, sino que fomentó a individuos amateurs como Hunter Schafer (@hunter_cottage), quien publicó a las 18:53 tratando de “opereta” al periodista en cuestión y al canal; por su parte, en este mismo planteo, el usuario Guillermo Mónaco (@guimonacook), de forma risible, publica un meme haciendo alusión a la misma idea de “falsedad” hacia los acusados, planteando un supuesto de colaboración secreta entre Larreta y Trebucq.

Por el lado de Instagram, el medio digital Blender (@estoesblender) realizó un post en su cuenta con más de 200 mil de seguidores, burlándose de Larreta, comparándolo con Aníbal Ibarra y subiendo imágenes editadas digitalmente. El post tuvo casi 3 mil *likes*. Mencionamos la importancia de toda esta consagración en las redes sociales con base en Internet en que incluso, se comenzaron a desarrollar discursos más críticos.

Este conjunto de *tweets*, del que mencionamos antes como uno de los momentos de mayor circulación de reconocimientos, se puede observar en el Gráfico 1 al ser representados como (D2), pudiendo dar cuenta de su circulación en varias direcciones tanto ascendente, como descendente y horizontal obteniendo en cada sentido sus respectivos reconocimientos, marcados como R(D1) y R(D2).

1.2.1. Primera Subfase: Repercusión en portales web.

El impacto de los *tweets* y los memes fue tal que varios medios masivos digitales tomaron los que creyeron ‘los mejores’, los que creían ser los más elaborados e ingeniosos para generar notas periodísticas. Sin embargo, éste momento ya no se parte de la segunda fase ni de la tercera, sino que, según Carlón, se trataría de una subfase que será explicada a continuación.

Esta nueva etapa de la circulación del discurso se la denomina “subfase” debido a que, según Mario Carlón, se va consolidando un fenómeno que ya se había iniciado en la red social (Carlón, 2016): la generación de un colectivo de comunicación por un proceso descendente dentro de las redes sociales. Se produce un ascenso intra-sistémico, pero no asciende nuevamente a los medios masivos ya que todo sucede dentro del mundo del Internet, es decir, dentro del mismo sistema mediático. La novedad se debe también a que pone en juego una enunciación que ya no puede considerarse individual, subjetiva, sino social o supraindividual.

Los medios digitales son los protagonistas de la primera subfase; si bien tomamos significativamente a Clarín y La Nación como referentes en esta etapa en la circulación por la fuerte impronta en sus niveles de resonancia en distintos medios y la posición consolidada como medios masivos digitales, no fueron los únicos. Estos principales diarios de Internet hicieron eco de lo que estaba sucediendo tanto en el programa de A24 como en las redes sociales y comenzaron a redactar noticias sobre el tema; como *Ámbito*, otro portal de noticias web que el día 10 de mayo a las 12:56 publicó una nota vinculada al *Fantagate*, utilizando memes provenientes de Twitter. También tomamos al portal de Infonews que elaboró una nota el mismo día a las 14:46. Podemos mencionar también, el trabajo de Urgente24, quienes a las 20:09 publicaron una nota resumiendo la repercusión hasta ese momento de lo que estaba sucediendo tanto por medios masivos como por redes sociales. Estos portales explicaron cuál fue la polémica y al final de las notas, retomando los que fueron los comentarios y memes más ingeniosos, destacándose los humorísticos. A este conjunto de portales web los nombramos como (D3) dentro de nuestro gráfico 1, entendiendo que dentro del sistema obtuvieron sus reconocimientos, por ser portales de renombre con muchos lectores.

1.2.2. Segunda Subfase: Trebucq responde por Twitter.

Ante la inmensa cantidad de críticas de diversos sectores políticos como de individuos, tanto amateurs como profesionales, producidas en Internet, el periodista involucrado, Esteban Trebucq, decidió comentar sobre la situación. Trebucq, mediante su cuenta de *Twitter* @trebuquero, salió a defenderse de las acusaciones de operador y reafirmando que él fue el primero en darse cuenta de lo que estaba sucediendo en su entrevista. Además, con este *tweet* dos horas antes del inicio de su programa, anunció que lo trataría al aire. Este discurso nos sirve para dar cuenta de la circulación discursiva transversal del caso, al verse implicado en la discursividad en carácter de periodista institucional. La circulación tuvo una repercusión tan grande que Trebucq no solo se ve forzado a hablar del tema desde Twitter, sino que afirma que aclararía la situación en la transmisión del programa, trasladando nuevamente la circulación al sistema de medios masivos.

Ante las críticas de varios sectores políticos como de usuarios (de manera constructiva o risible) dentro de *Twitter* y en Portales Web, el periodista involucrado, Esteban Trebucq, decidió responder por ese mismo medio, el de redes sociales. Trebucq salió a defenderse mediante su cuenta de Twitter (@trebuquero) el 10 de mayo, a las 19:12, es decir, dos horas antes del inicio de su programa habitual, un día después de haberse dado la nota que desencadena el caso, de las acusaciones de “operador” y reafirmando que él fue el primero en darse cuenta de lo que estaba sucediendo en su entrevista. Vale mencionar la repercusión que encontramos en este momento, al encontrar que su *tweet* tuvo más de 500 mil vistas, más de 300 *retweets* y cerca de 3 mil *likes*. Consideramos pertinente marcar el hecho de que Trebucq salga a defenderse desde sus redes sociales de todas las personas que respondían al hecho críticamente, ya que nos da a entender la posición en la que (y desde la cual) se encuentra hablando, que, dicho sea de paso, nos encontramos con unos de los momentos donde más repercusión hay de discursos. Podemos observar dicho discurso dentro del Gráfico 1 como (D4), en consecuencia, de otro salto intra-sistémico.

1.3. Tercera fase: La vuelta a los medios masivos.

Para este punto, hemos visto cómo la circulación de nuestro discurso objeto ha variado en tanto descendente: desde los medios masivos, hacia las redes sociales con base en Internet. Consideramos pertinente mencionar como subfases tanto la circulación en portales web, y la respuesta de Trebucq en Twitter, dentro del sistema, de manera ascendente, horizontal y descendente para dar a entender la repercusión que hubo en torno a nuestro discurso objeto. Podemos mencionar, en este punto, la aparición de otro salto de escala en la mediatización, que conlleva, a su vez, a un cambio en la dirección comunicacional, en este caso un (nuevo) cambio ascendente: de las redes sociales con base en Internet hacia los medios masivos; graficado como un nuevo conjunto de discursos, marcado como (D5).

Dentro de esto último, podemos considerar significativamente la repercusión que tomó el caso en el programa “+Realidad”, conducido por Jonatan Viale, (extracto 17:53-18:30 / 28:30-31:00 / 38:00-38:15) quien, de forma risible y jocosa, se jacta de la famosa gaseosa y hace comentarios irónicos acerca de la situación en cuestión. Esto sucede, como se puede apreciar dentro de la línea de tiempo, el día 10 de mayo, a las 20:20. Decidimos traerlo por la dirección comunicacional que toma el caso luego de varias repercusiones dentro de las redes sociales (específicamente Twitter), en donde se produce un, nuevo, salto hacia los medios masivos retomado por todo el equipo del programa “+Realidad”, donde el conductor, en un contexto indirecto, hace alusión a la sensación dubitativa que tuvo la encuesta, trayendo algunos *tweets* que acompañan la narrativa.

Podemos mencionar que se retoma el caso del *Fantagate* en el programa humorístico “Duro de Domar”, emitido por C5N, en la misma fecha de la que venimos mencionado, a las 21:47, en el cual los panelistas critican y analizan lo que había sucedido.

Ahora, podemos mencionar que la repercusión que se dio dentro del sistema de redes sociales con base en internet fue escalando dentro de la subjetividad de los internautas a tal punto que sirvió de motivación para que Esteban Trebucq saliera a hablar acerca del tema. Si bien ya se mencionó que el periodista había dado su versión de los hechos, decidió expandir su opinión en los medios masivos donde según el gráfico de circulación del mensaje de Mario Carlón, aquellos mensajes que se encuentran en los medios masivos (en este caso, el canal televisivo A24), tienen mayor llegada. A medida que comienza a propagarse el interés por medio de Twitter, en donde distintos usuarios acusaron al conductor Esteban Trebucq y al canal como “organizadores” de todo el segmento de las

entrevistas en San Justo, Trebucq respondió en su programa en A24 a las 9 pm, (extracto 4:09-10:00) a las acusaciones de distintas personas: “hay que ver los programas, no guiarse por Twitter”.

Refiriéndonos al gráfico, podemos mencionar una flecha que sale de su *tweet* en respuesta de los discursos generados en Twitter y en Portales acerca de la nota hecha por Trebucq y no de alguna crítica hecha en sí por algún político o algún meme realizado en Twitter. Aclaremos esto, a la verdad, porque consideramos que Trebucq vuelve hacia el tema refiriéndose a este no como un ataque de otro partido a otro, ni como una fuente de contenido risible, sino como una simple oportunidad como para safar de que lo consideren “operador”, como hemos mencionado previamente.

1.4. Cuarta fase: Creadores de contenido y más repercusiones.

En esta instancia, la discursividad da un salto descendente hacia internet. Los creadores de contenido no se quedaron atrás y también participaron de la polémica, sus medios de comunicación individuales les permiten tener una gran capacidad para la generación de reconocimientos.

Entre ellos, se destacó el *streamer* “Luquitas” Rodríguez quien el día 10 de mayo a las 22:02 subió en su canal de YouTube, con 280 mil suscriptores, un video reaccionando al móvil de San Justo de la emisión de A24. El humorista reaccionó riéndose de la obviedad de las repetidas Fantas entre los encuestados y bromeó en torno al precandidato. El video generó más de 60 mil visitas, alrededor de 120 comentarios, y más de 3 mil *likes*. Además de este video, Carlos Maslatón, desde su cuenta de Twitter (@CarlosMaslatón) siguió alimentando la atención al tema. Desde su medio individual publica una foto suya, tomando una Fanta desde el estudio de Duro de Domar, programa el cual previamente habían tratado el tema y se habían burlado de Trebucq y Larreta, a quienes él apoda como “Intendente Sombrilla Larreta” y “periodista nacional ultra bearish de Esteban Trebucq”. Su *tweet* consiguió buenas métricas, teniendo 465 mil vistas, 145 *retweets* y más de 2 mil *likes*.

1.5. Quinta fase: El *Fantagate* aparece en la radio, y el retorno a la televisión.

El tema se retoma en los medios masivos de comunicación dando un salto inter-sistémico de manera ascendente, siendo la segunda vuelta a los medios masivos. En el programa radial “De Aquí en Más” emitido el 11 de mayo de ese mismo año por Urbana Play, la conductora del programa, María O'donnell, a las 07:46 realiza una llamada telefónica con Eduardo Macchiavelli, jefe de campaña de Larreta, al aire. En la llamada, la conductora le preguntó por los hechos ocurridos el nueve de mayo y Macchiavelli contestó de manera defensiva negando una posible manipulación.

Cabe destacar que “Urbana Play” fue la primera radio que comienza a difundir bajo esta vía lo que estaba pasando en torno al *Fantagate*. Su programa “De Aquí en Más” se puede transmitir bajo las redes sociales (en este caso, YouTube) generando un mayor acercamiento a los usuarios más ligados a las redes sociales y, de esa manera, un mayor acercamiento a este sistema; siendo el hecho más importante en esta nueva fase.

Esa misma mañana, en el canal LN+ a las 10:15, casi tres horas después de la primera aparición del tema bajo el sistema de la radio, también se comentó la situación. Novaresio en “Buen día Nación”, junto a su panel de periodistas, analizaron la situación de Juntos por el Cambio y la rivalidad entre los precandidatos, remarcando que el partido estaba “complicado” por las internas y el conductor destaca que lo sucedido con la Fanta lo complicaba aún más. De esa manera LN+ era el primer canal que pasa por segunda vez por la circulación.

Estos medios masivos de comunicación produjeron que los internautas de Twitter sigan debatiendo, tanto de manera seria como de forma risible, generando una cuarta descendencia hacia los medios con base en Internet. Este conjunto discursivo se localiza en el Gráfico como (D7).

1.6. Sexta fase: Internet se tiñe de política, la ruptura de JXC.

En esta fase podemos ver cómo se da otro salto de escala en la mediatización, en este caso inter-sistémico que se da entre medios masivos e Internet de manera descendente, se retoma el tema en redes sociales, tanto en *Twitter* como así también en portales de noticias.

Con el transcurrir de la mañana y una vez finalizados los noticieros matutinos, las redes sociales continuaron con su “programación”. Si bien siguieron las críticas, memes o informaciones, en esta etapa queremos destacar que el *Fantagate* comenzó a tener un tinte cada vez más político fusionado con el humor.

El 11 de mayo de 2023, el diario Página 12 publica en su portal de noticias web una nota titulada “Chicanas y especulaciones en el PRO por el *Fantagate*”. En la misma, el medio trató las repercusiones de la encuesta emitida en el canal de A24 en base a las redes sociales y la ruptura de JxC por la rivalidad previa a las elecciones PASO. Por su lado, *Ámbito* y *Perfil* también subieron notas en sus portales tratando el tema. *Ámbito* cubriendo la defensa de Larreta y *Perfil* cubriendo la defensa de Trebucq.

Por otro lado, la discusión en Twitter siguió, pero con menos intensidad que anteriormente. Un *tweet* para destacar es el de Juan Manuel Valdés (@jmvaldesre). A las 12:40, el senador del Frente de Todos sube una fotografía suya repartiendo Fantas a los senadores de JxC por el Senado. Valdés remata la publicación con “Los peronistas preferimos bebidas nacionales y más naturales”. El posteo tuvo cerca de 90k de vistas, más de 90 *likes*, 72 *retweets* y 52 comentarios, muchos de ellos negativos.

A las 20:11 el portal web de noticias Télam, publica una nota repasando la repercusión que tuvo el episodio en la opinión pública, la discursividad hallada en Twitter y las internas en el partido.

Por último, y al igual que Página 12, los periódicos web de *Ámbito* y *Perfil*, suben el mismo día una nota contando lo ocurrido desde el inicio, recorriendo memes y aquellas críticas que fueron apareciendo. Estos conjuntos discursivos se señalan como (D8) dentro del Gráfico 1.

Esta profundización política provocó que Horacio Rodríguez Larreta, uno de los señalados en la situación tuviese que salir a hablar del tema por primera vez y decide hacerlo en el “La Cruel Verdad”, el programa donde inició la polémica. Aquél momento será pensado como una séptima fase generando una nueva ascendencia a los medios masivos.

1.7. Séptima fase: Los señalados se ven las caras por primera vez.

En esta fase, podemos ver otro salto inter-sistémico que se da de manera ascendente desde internet hacia medios masivos. 15 de mayo de 2023 a las 21:12, más de un mes después del inicio de la primera fase. Antes de comenzar la entrevista, Trebucq le pregunta a Larreta que bebida elegía entre “la Fanta, el agua y la Coca-Cola” que habían presentado en la mesa que estaba frente al precandidato. De esa manera se registra el primer discurso risible teniendo como enunciador al periodista y como enunciario, a Larreta, los dos principales apuntados en la polémica. El Jefe de Gobierno, manteniendo el juego humorístico, elige el agua, pero rápidamente vuelve a la seriedad al comentar “(...) *ahora, en serio. Tramposos, picaros que quieren joder hay en todos lados*” y luego de negar estar vinculado directamente al hecho, procede a desviar la temática hacia un pequeño discurso de campaña en relación a La Matanza, lugar físico en donde inició el *Fantagate*. Este momento sucede en el canal A24, siendo el único medio que figura por tercera vez en el gráfico de circulación basado en el sistema de Mario Carlón.

Como bien marca el gráfico en el corpus, podemos ver otro salto inter-sistémico que se da de manera ascendente desde internet hacia medios masivos. Este discurso lo observamos en el Gráfico 1, como (D9). Esto provocó un nuevo descenso en los portales web y repercusión de usuarios de Twitter. La discusión en esta red social había menguado, perdiendo el caudal y relevancia de discursos que se han observado previamente. Fue recién al mes cuando se reactivó la repercusión en los sistemas mediáticos con base en Internet, la entrevista de Infobae a Patricia Bullrich, presidenta de Juntos por el Cambio.

1.8. Octava fase: Patricia Bullrich volvió a encender la interna desde los medios digitales.

Pasado el tiempo, con las elecciones en puerta, la precandidata de Juntos por el Cambio Patricia Bullrich, rival de Larreta dentro del partido, dio una entrevista para el medio digital Infobae el 18 de junio de 2023, poco menos de un mes de las PASO. En su formato de “entrevista informal”, Infobae predispuso a un grupo de jóvenes para hacerle la entrevista a la exministra de seguridad. Entre las preguntas que se le formularon, surgió por su relación con Larreta y si tenían datos o habían hecho encuestas sobre quien tuviese más chances de alcanzar el puesto de Presidente. Ella, luego de comentar su relación con

el otro precandidato del partido, en un momento de la respuesta comenta que, si bien pertenecen a la misma coalición, compiten. Luego, afirma que la principal encuesta es la calle, y le propuso a Infobae, bromeando, que vayan ambos precandidatos por veredas opuestas, pero sin Fanta. De esa manera volvió a poner en la mesa el tema que su contrincante había tenido un mes atrás con la Fanta y generar que se retomase la circulación del mensaje con el fin de avanzar a las Elecciones Generales.

El portal web Política Argentina, tras esta entrevista, retomó lo dicho por Bullrich publicando una nota titulada “Bullrich volvió a chicanear a Larreta: ‘La principal encuesta es la calle, sin Fanta’” ese mismo día. Sus dichos fueron exclusivos de los medios con base en Internet, siendo de esta manera, el suceso más importante por parte de los portales web ya que, por primera vez, este sistema brindaba contenido propio y no retoma discursos de los medios masivos o de las redes sociales.

Más de un mes después, la temática sería retomada nuevamente, en esta ocasión, en Youtube. República Z, un medio digital, publica una entrevista que Mai Pistener le realizó a Horacio Rodríguez Larreta el veinte de julio de ese mismo año. En ella, la entrevistadora le pregunta a Larreta por el Fantagate, a lo que él responde que no sabía si aquel que gestó la operación era alguien que lo quería ayudar o perjudicar, dando a entender que la ejecución del arreglo había sido ajena a él, retomando la circulación de manera descendente desde los medios masivos hacia internet, graficado como (D10).

1.9. Novena fase: La fanta sigue dando de qué hablar, a duras penas.

Finalmente, la novena fase tuvo su desarrollo, el 31 de julio del 2023 a las 21:26, a dos semanas de las elecciones. Esteban Trebucq volvió por última vez a las calles para realizar las encuestas que tanta repercusión había tenido durante la época electoral y, también hizo por última vez alusión a las acusaciones que se le habían adjudicado en su momento, que ya no continuaban durante el inicio de esta última fase.

En la emisión de “La Cruel Verdad”, el periodista repitió el formato de falso vivo encuestando la intención de voto de los transeúntes, pero esta vez fue en Retiro. En un momento del programa, un hombre se le acerca por las espaldas y afirma que votará a Javier Milei, a lo que el periodista comenta “*ahora me van a decir que los planta el pelado*”

porque se me apareció por acá atrás”, cubriéndose de posibles críticas que le podrían haber llegado mediante las redes teniendo los antecedentes del móvil de San Justo si esa persona le decía que iba a votar a Larreta, quien no fue mencionado durante ningún ciudadano. Si bien el conductor no menciona el nombre del Jefe de Gobierno Porteño ni hace una referencia directa a la bebida Fanta, da a entender por última vez que no estuvo relacionado con una posible complicidad con el precandidato de Juntos por el Cambio.

Dicho discurso (D11) fue el último registrado en los medios masivos de comunicación, siendo la cuarta vez que la circulación pasa por el canal A24. El mismo se localizó dentro de los medios masivos, y se le marca como reconocimiento dos flechas descendentes, entendiendo que este discurso al igual que los que se generan en medios masivos van a tener reconocimientos de manera masiva en las redes. No obstante, aquellas respuestas no tuvieron la repercusión suficiente de principales usuarios de Internet como las anteriores intervenciones.

2. Nivel de observación micro.

Tomando desde el comienzo al caso de análisis, podemos observar en una primera instancia, la **primer fase**, a un enunciador principal, desde el cual se dará origen a la circulación discursiva en el sistema hipermediático; este enunciador se ancla en los medios masivos de comunicación, hablamos del periodista Esteban Trebucq. Al ser parte del sistema de medios tradicional, su capacidad para generar condiciones de reconocimiento es grande, por el carácter institucional de su medio y la cobertura que tiene el canal de difusión. En cuanto a su enunciación, el enunciador se presenta como un sujeto legitimado por su medio, su nivel enunciativo está respaldado por la institución y su credibilidad, en general, tiende a ser mayor a la que puede poseer un enunciador en las redes sociales. La circulación discursiva se dirige desde el medio hacia un colectivo de actores individuales.

Al entrar a la **fase 2**, la circulación discursiva desciende del sistema de medios masivos al mundo del Internet. Sus enunciadores son variados, múltiples y sus características son diversas. Algunos individuos poseen un mayor alcance en cuanto a sus capacidades de generación de reconocimiento por su estatuto, determinado por sus seguidores, influencia e imagen y otros no tanto, al tener un estatuto menor.

El episodio periodístico abrió una amplia gama de comentarios. En esta instancia de análisis, es observable una división opinativa en relación a los enunciadores, así como enunciadores que hicieron referencia al hecho sin explicitar sus puntos de vista, como el caso de Hernan Lombardi y Lopez Murphy. En Twitter, las 3 opiniones más distintivas fueron: (1) aquellos que creen que el periodista trabajó en conjunto con el precandidato a presidente, (2) otros que opinaban que el episodio había sido gestionado por fuera de la realización periodística, es decir que el periodista no estuvo involucrado, y, por último, (3) algunos sostuvieron que el episodio había sido un montaje externo que buscaba ensuciar la imagen del precandidato. Dentro de estos 3 grupos opinativos, se encontraron discursos tanto de índole reidera como de carácter más serio, tendientes a la mera acusación, así como se encontraron enunciadores de distintos estatutos.

Los colectivos se formaron en base a los distintos perfiles de los individuos. La teorización que presentaba una operación contra Larreta (3), fue principalmente sostenido por simpatizantes del partido o por individuos dubitativos por la obviedad de las irregularidades. Por otro lado, los que formulaban que el episodio había sido un complot entre ellos (1), era sostenida por los individuos que tenían una opinión negativa del precandidato, contrincantes políticos y también de aquellos que se sintieron indignados ante la posibilidad de que se los haya tratado de tontos. Por último, la teoría que deja al margen al periodista (2), fue conformada mayormente por aquellos que daban el beneficio de duda al conductor y también por aquellos que tienen una imagen positiva del periodista y una cierta lealtad hacia él por su labor.

Algunos de los enunciadores a destacar del colectivo 1 son La Libertad Avanza, Ramiro Marra y Carlos Maslatón. Estos enunciadores son los de mayor estatuto debido a su carácter político o periodístico. Desde la cuenta de LLA y Marra se hallan ejemplos de acusaciones discursivamente serias y, por otro lado, el *tweet* de Guillermo Mónaco da lugar a los discursos risibles/ reideros.

Del colectivo 2, el *tweet* de @PonzistaAnti y el *tweet* e hilo del mismo de Mauro Brissio son una ejemplificación de la acusación a Larreta, de carácter risible.

Por último, los *tweets* de Hunter Schaffer, enunciador amateur, Eduardo Machiavelli y Federico Ballán conforman discursos que reflejan al colectivo 3. Los últimos dos discursos tienen una enunciación de índole risible, al mostrarse tomando Fanta s, burlando

la situación. Trebucq, por su lado, en carácter defensivo, publicó un *tweet* protegiéndose de las acusaciones. Al poseer un estatuto alto, tuvo gran repercusión en relación a sus métricas.

Es interesante remarcar de esta circulación discursiva en Twitter, que los colectivos institucionales implicados fueron de gran impacto. En primer lugar, desde el espacio de LLA en conjunto con sus integrantes dieron un empujón comunicacional en cuanto al colectivo opinativo 1. En segundo lugar, el colectivo institucional de JxC evidenció una ruptura, expresada a través de la polarización de posiciones de Eduardo Machiavelli y Hernan Lombardi en relación a lo acontecido.

Así como hubo un intercambio discursivo en Twitter, en Instagram se realizaron publicaciones como la de Blender, medio digital, que abordaron la polémica. El caso de Blender se presenta en contra de la imagen del precandidato. Los portales web de noticias, a su vez, también aportaron a la circulación discursiva cubriendo lo acontecido. Estos discursos mantienen una enunciación más hermética en relación a la discusión tuitera, los juicios de opinión fueron mayormente canalizados por twitter, mientras que los portales web anunciaban, con diferencias en sus tintes opinativos periodísticos, que había irregularidades en la emisión del programa.

En la **tercera fase**, los medios masivos retomaron la discusión acerca de la polémica. Nuevamente, los enunciadores se encuadran en un marco institucional, como en la primera fase. A diferencia de la primera, esta tercera fase entabla una relación distinta al episodio. Los periodistas que trataron el tema comentaban de forma burlesca a la polémica, retomaban *tweets*, instalándose en un nivel enunciativo de nivel 4, según Fraticelli en “Enunciación y humor en las redes”, o bien, analizaban la situación política del precandidato. Por ejemplo, en el programa “+Realidad”, Jonatan Viale junto a su equipo remarcaron de forma risible el *Fantagate* y además retomaron algunos de los *tweets* de los usuarios con mayor estatuto del día anterior y durante el mismo día, mayormente políticos. Este tipo de abordaje periodístico se sumó al colectivo 1 y 2. Por su lado, Trebucq también retomó lo sucedido el día anterior y se defendió al aire; tomó una parte del tiempo de su programa para volver a mostrar la encuesta y mostrar detalles que se le presentaban favorables para su presunta inocencia, este discurso colaboró con el colectivo 3.

Llegando a la **cuarta fase**, Youtube toma relevancia. El streamer Luquitas Rodriguez, humorista y coconductor de Paren la Mano realiza un video-reacción de la encuesta realizada en San Justo. Su abordaje para con la polémica fue discursivamente reidero, remarcando los groseros indicios de que no era una encuesta limpia. Su discursividad se basó completamente en este aspecto y bromeó con la conspiración entre Larreta y la Fanta, siguiendo la lógica discursiva de su medio individual, siendo su contenido humorístico.

En la **quinta fase**, nuevamente los medios masivos abordaron el tema. En ese momento, los programas matutinos dieron lugar a comentarios y una llamada telefónica al jefe de campaña de Larreta, buscando explicaciones. La fórmula de enunciación respaldada por un medio institucional se repite; los enunciadores de esta fase poseen una credibilidad institucional, sus posibilidades de reconocimiento son masivas, y hay una relación asimétrica entre los estatutos de los enunciadores y enunciatarios. Por un lado, en su programa, Novaresio junto a su equipo analizan la situación de Junto por el Cambio y comentan que la unión del partido estaba complicada por el episodio, entre otros factores. El tono de enunciación fue una amalgama entre reidero y serio, al querer impregnar un hecho en la situación política desde una enunciación tendiente a lo reidero. Por otro lado, la radio Urbana Play en su programa “De acá en más” conducido por María O'Donnell, se realizó una llamada telefónica a Eduardo Machiavelli, jefe de campaña de Larreta, quien había formado parte de la circulación discursiva en la fase 2 desde su medio individual desde Twitter, formando parte del colectivo 3. En el intercambio comunicativo, al jefe de campaña se le preguntó de manera acusatoria por el episodio y él respondió defensivamente siguiendo la lógica discursiva del colectivo comunicacional mediático del que formaba parte; una tercera parte ejecutó una operación para perjudicar al precandidato.

En la **sexta fase** la discusión retorna al sistema de Internet. En muchos portales de noticias se habló sobre una posible interna en el partido del PRO. Portales web como Página 12 o Télam cubrieron la polémica introduciendo en las entrañas del partido y mostrando un resquebrajamiento de la unión por la competencia política, cuestión ya evidenciada en la división opinativa de la fase 2. Otros medios digitales como Ámbito o Perfil retomaron lo sucedido y recuperaron los mejores memes surgidos en las redes a

partir del programa, encuadrados en el nivel 4 de enunciación hipermediática al retomar discursos que no son de su propiedad.

A su vez, en twitter, con menor intensidad que anteriormente también se retoma la temática. Un senador del Frente de Todos, Juan Manuel Valdés, publica a través de su medio individual @jmvaldesre una foto donde se encuentra repartiendo bebidas Fanta al bloque de Juntos por el Cambio, de manera irónica. Su posición como enunciador se enmarca en el colectivo 1, rematando la publicación escribiendo que los peronistas prefieren las bebidas nacionales y naturales. Las réplicas al posteo fueron variadas y las críticas por la utilización del recinto nacional fue catalogado como “creación de circo”.

Pasando a la **séptima** fase, el protagonismo de la enunciación se tornó hacia los principales involucrados en la polémica, con una emisión de A24 donde Trebucq entrevista a Larreta. El precandidato, quien no había emitido declaración al respecto hasta ese momento, utilizó su tiempo al aire para afianzar la posición que expresó Machiavelli en De Acá en Más. La enunciación de Larreta se caracterizó por un tono serio y preocupado, desviando la dirección comunicativa hacia un espacio más tendiente a presentar argumentos de campaña.

La **octava fase**, nuevamente en Internet, el medio digital Política Argentina publica una nota sobre el quiebre de Juntos por el Cambio y las declaraciones públicas de Patricia Bullrich realizadas en una entrevista para Infobae. Dentro de la entrevista “informal” realizada por Infobae, Bullrich, respondiendo a un grupo de jóvenes, comenta sobre su relación con Larreta y bromea diciendo que se debería hacer una encuesta “sin Fanta” haciendo alusión a la encuesta de San Justo. El formato de entrevista permite a la precandidata tener una enunciación más relajada, más conversacional con sus interlocutores y hace uso de los discursos risibles para entablar una relación más cercana con ellos. Si bien, sus declaraciones dejan en claro la competencia y ruptura dentro del partido, su discurso se caracteriza por ser un comentario que relaciona a la enunciativa y los enunciatarios entre risas por apuntar implícitamente hacia el otro precandidato del partido. La ruptura enunciativa del colectivo institucional de JxC es afianzado en esta fase, y toma una mayor dimensión al poseer como enunciativa a la precandidata rival de Larreta en el partido.

Por último, en la **novena fase**, Esteban Trebucq repitió el formato realizado en San Justo, esta vez en Retiro. Retoma la polémica cuando poco se hablaba de ella, hizo un comentario defensivo en relación a las anteriores emisiones del formato. El enunciador es de carácter institucional, al estar desempeñándose en su rol de periodista bajo la institución emisora. A diferencia de las otras enunciaciones de este individuo, en esta novena fase, se lo nota atento a las posibles acusaciones que se le pueden presentar e intenta evitarlas de antemano. Lo precedido con el móvil de San Justo ha hecho que su enunciación cambie, y él mismo, desde su enunciación se declara como víctima detrás de lo sucedido implícitamente.

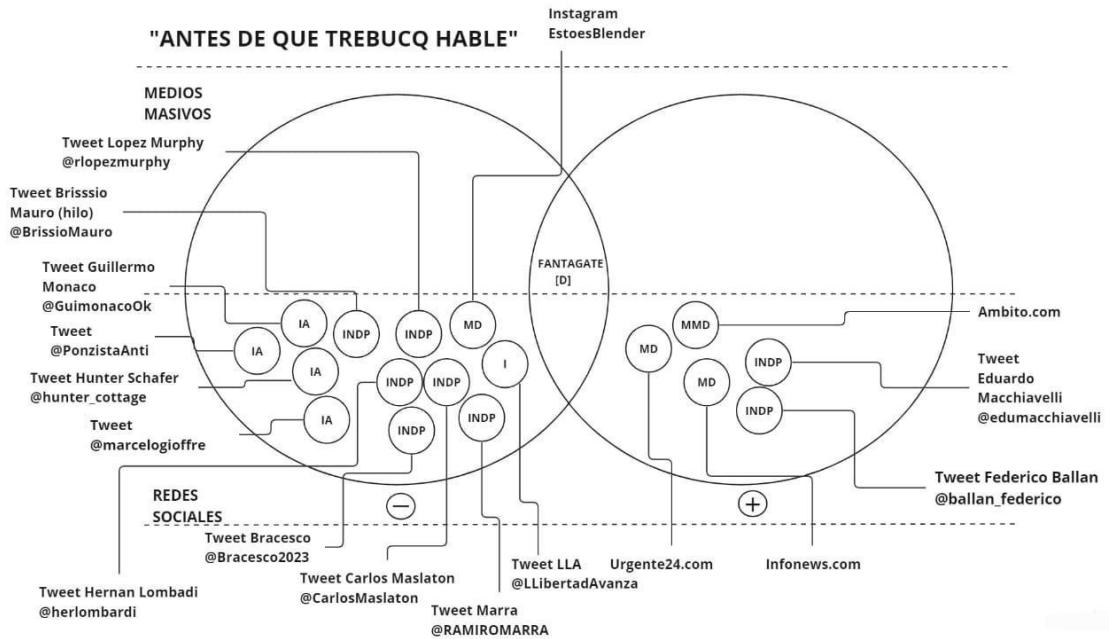
3. *Fantagate*: Análisis de la dimensión espacial del caso.

En el marco del caso de *Fantagate*, originado en el sistema de Medios Masivos, hubo un involucramiento del periodista Esteban Trebucq y el político Horacio Rodríguez Larreta en relación a sus imágenes públicas y credibilidad. El móvil realizado en San Justo dejó en evidencia una clara manipulación de la encuesta electoral del 9 de mayo del corriente año, pero, dejando en manos del espectador las diversas posibilidades del trasfondo de esta manipulación.

En base a estos hechos, consideramos de relevancia la bipolarización discursiva que rodea al caso, teniendo como eje central la credibilidad de Esteban Trebucq como periodista honesto. El punto de quiebre entre las opiniones públicas es tomado desde el *tweet* realizado por Trebucq desde su cuenta personal (medio individual) de la red social el 10 de mayo a las 19:12. En el *tweet*, el periodista hace mención de que fue él en primera instancia quien había denunciado en el vivo la sospechosa presencia de las bebidas en manos de los entrevistados, “Fui el primero en darme cuenta” asegura. A partir de este momento discursivo específico, analizaremos la circulación pertinente en los momentos anteriores y posteriores, teniendo como referencia de análisis el posicionamiento de los enunciadores discursivos desde sus respectivos lugares, sean medios, individuos, colectivos o instituciones.

Planteamos 2 gráficos en donde se plasman las distintas posiciones de los enunciadores con respecto al discurso de *Fantagate* teniendo como marco definitorio el “antes” y “después” de las declaraciones de Trebucq.

Momentos previos.



Anteriormente al momento discursivo de quiebre seleccionado, el *tweet* de Trebucq, las opiniones originadas tras la emisión de la encuesta en San Justo fueron divergentes, pero la mayoría seguía una tendencia hacia una concepción “negativa” (marcada en el gráfico como “-”) sobre las repercusiones públicas de ambos involucrados. En la red social Twitter, surgieron memes y acusaciones en contra de Trebucq y Larreta. En gran parte, los discursos encontrados se posicionaron sobre este lado negativo de la brecha de credibilidad de Trebucq; eran pocos los que aún lo defendían.

Los discursos generados a partir de la emisión del programa con tendencias negativas para con la imagen de Trebucq fueron diversos. A través de sus medios individuales, se expresaron individuos amateurs como Guillermo Mónaco, Ponzista Anti, Hunter Schaffer y Marcelo Gioffre. Los primeros, instalando una enunciación de índole risible, y los últimos dos, enunciando críticas y acusaciones de manera seria. A su vez, individuos profesionales se posicionaron de este lado del gráfico. Los discursos de Lopez Murphy, Lombardi, Marra, Maslatón, Bracesco y Mauro Brissio, son muestras de ello. Los primeros dos, siguen una misma línea lógica de rechazar la bebida “Fanta” y referirse a lo natural, mientras que Marra, Maslatón y Bracesco enunciaron discursos más incisivos en relación al periodista. Por su parte, Brissio, periodista que se dedica a desenmascarar

Posteriormente a las declaraciones de carácter defensivo de Trebucq, los discursos que se hallaron no modificaron su tendencia con respecto a los momentos anteriores. Hubo un predominio de las opiniones que dudaban de la honestidad profesional del periodista, teorizaciones de sobornos por parte del sector político involucrado y la manipulación del móvil. En el espectro negativo de la brecha, podemos encontrar diversos medios masivos que cuestionaron la labor de Trebucq. Tales son los casos de los programas, “Duro de Domar”, “+Realidad”, “De Aquí en Mas” y “8AM”. En los 4 medios, se relevó el caso al aire y se cuestionó directamente la veracidad de la encuesta, catalogándolo por lo menos como sospechoso y en algunos casos, directamente declarando que Trebucq no había sido honesto.

De la misma forma, algunos medios digitales mostraron los hechos de manera negativa. Infobae, mediante una entrevista con Bullrich, quien comunicó, implícitamente, un complot entre el periodista y el precandidato, y Política Argentina, que elaboró una nota en relación a los dichos de Bullrich y la ruptura de JxC. Por último, se encontraron discursos de individuos profesionales, los casos de Juan Manuel Valdés y Carlos Maslatón. Ambos publicaron fotografías que involucran a la Fanta, de índole risible, y marcan una tendencia hacia la concepción de una encuesta arreglada.

Por el otro lado, se encontraron discursos que favorecen a Trebucq en cuanto a esta polémica. En primer lugar, en carácter de medio masivo, todas las emisiones de La Cruel Verdad, tanto la del 10/05, 15/05 y 31/07, sirvieron como espacio para que el periodista se defienda de las acusaciones y en la de mediados de mayo, también Larreta, afirmando que “lo quisieron joder”. República Z, por su lado como medio digital, se posiciona de este lado del gráfico debido a que fue un espacio en el que Larreta pudo defenderse de las acusaciones, defendiendo, de manera indirecta, al periodista. Afirmó que había sido alguien más. Télam, otro medio digital, aportó discursivamente a esta porción de la opinión pública cubriendo lo sucedido desde una enunciación ‘neutra’, al relevar *tweets* de los sectores de JxC rivalizados y poniendo el foco en el quiebre político. Como medio masivo digital, Página 12 también centró su nota hacia este factor y mostrando algunos *tweets*, sin involucrar al periodista directamente. Tanto Perfil, como Ámbito, también en carácter de medios masivos digitales, cubren lo sucedido desde la defensa del periodista, ubicándose en este lado de la opinión pública. Por último, como individuo profesional,

Luquitas Rodriguez se emplaza en esta sección al comentar sobre la incomodidad del periodista en el móvil.

Hay consideraciones que pensamos pertinentes para el análisis y que vale la pena aclarar para poder leer adecuadamente los desplazamientos. Al tener en el centro de nuestro gráfico (tanto el primero como el segundo), como hemos mencionado, el caso *Fantagate*, basamos nuestros desplazamientos según qué tan comprometidos estaban con dicho caso. En otras palabras, la distancia que tengan los distintos enunciadores discursivos variará en tanto tengan más o menos relación directa con el caso en tanto importancia, consideración o interés de temática; todo esto enmarcado bajo el momento de análisis seleccionado.

Conclusiones.

En el transcurso de este trabajo, se ha explorado la intersección entre los medios tradicionales y el poder de Internet, un fenómeno que ha cobrado relevancia en la era digital, bajo el análisis de sentido de un caso en específico y su circulación, bajo la teoría de Mario Carlón. *Fantagate* es un caso que, si bien tuvo origen en los medios masivos (en este caso, la televisión), fue nombrado de tal manera en las redes sociales (principalmente por Twitter/X) que consideramos esto como el primer motivo por el cual plantear un estudio como el desarrollado previamente. Los estudios de Mario Carlón y Eliseo Verón resaltan la creciente fusión de estos dos mundos, donde los medios convencionales influyen en las redes sociales y viceversa.

En el análisis precedente, se observa que si una mayoría de usuarios no hubiese reaccionado (ya sea de manera seria, crítica y/o risible) al evento de A24, los portales web no hubiesen levantado la noticia sobre la repercusión de los usuarios, ni los principales políticos o partidos del país se hubiesen unido al fenómeno que involucró a Horacio Rodríguez Larreta con la mencionada bebida. Tampoco hubiese existido si los medios, al observar que los consumidores estaban interesados en la temática, no analizaban el caso ni las repercusiones que el *Fantagate* había tenido y, en consecuencia, seguir alimentando los distintos discursos en Twitter o el resto de los sistemas de medios con base en Internet. Esta convergencia, que involucra la cultura participativa y la inteligencia colectiva ya que cada usuario (sea una cuenta promedio o el partido de La Libertad Avanza) aportó algo al

saber colectivo ha dado lugar a un escenario mediático complejo y en constante evolución, se manifestó de diversas maneras entre ambos sistemas. Este es nuestro segundo motivo por el cual resaltamos la elección del caso, a saber, toda la repercusión y margen de discusiones que surgieron tanto en medios como en redes, nos dan la pauta de un caso con una cuota de validez extremadamente alta; más allá de la importancia política o por el carácter risible vinculado a este, es un dato que a la investigación aportó, junto con toda la búsqueda y análisis del corpus, un interés en el equipo que vale mencionarlo.

Uno de los aspectos más destacados de esta fusión es el papel de las redes sociales y las plataformas en línea como actores poderosos en la esfera mediática y política. Los políticos y líderes de opinión se ven obligados a utilizar estos canales para comunicarse con el público y aclarar sus discursos o posibles polémicas como fue el caso analizado: Esteban Trebucq, ante las constantes acusaciones de ser cómplice de una posible manipulación sobre la encuesta que él mismo realizó por las calles de San Justo. Las redes sociales se han convertido en un foro en el que se debaten temas de interés público, y donde las voces críticas pueden ser amplificadas con rapidez y alcance. No obstante, en el esquema de Mario Carlón (el utilizado en este trabajo, pese a que no se ha podido registrar nuestro caso en el *Underground*) sobre la circulación de los mensajes en el sistema hipermediático remarca que los medios masivos aún se encuentran por arriba de las redes sociales ya que, por el momento, continúan teniendo una mayor cuota de poder.

Además, en este entorno mediático híbrido, se observó una multiplicidad de discursos que van desde críticas serias y análisis profundos hasta contenidos ligeros y entretenidos. Son estos últimos los que predominaron tanto en las redes sociales (@estoesblender @rlopezmurphy, entre otros), como en los medios masivos (Jony Viale en LN+ o el mismo Esteban Trebucq en A24). La presencia constante de información en línea y la facilidad con la que se pueden compartir opiniones han transformado la forma en que percibimos y participamos en el discurso público. Las redes sociales se han convertido en un escenario donde las ideas pueden tomar forma, evolucionar y desafiar el *statu quo* de manera significativa.

En última instancia, esta convergencia de medios e Internet ha reconfigurado el panorama mediático y político de una manera que requiere una atención constante. Los desafíos y las oportunidades que plantea esta dinámica en evolución son significativos, y

comprender su impacto es crucial para navegar por un mundo contemporáneo donde la transparencia, la interacción y la comunicación efectiva son esenciales.

Bibliografía:

(2023, 09 de Mayo). “La Cruel Verdad”. [Programa]. A24.https://www.youtube.com/watch?v=k1mB7QUvMRs&ab_channel=A24com

(2023, 10 de Mayo) +Realidad. [Programa]. La Nación +.<https://lnmas.lanacion.com.ar/video/realidad-10-de-mayo-2023-vid0048846b/>

(2023, 10 de Mayo) Duro de domar. [Programa]. C5N. <https://youtu.be/2IkbKc3i50A>

(2023, 10 de Mayo) La Cruel Verdad. [Programa]. A24.https://www.youtube.com/watch?v=jBTs-AnFw9s&ab_channel=A24com

(2023, 10 de Mayo). "Juntos por la Fanta": la encuesta de A24 y los votos para Larreta. Infonews <https://infonews.com/larreta-a24-Fanta -la-matanza-plaza-de-san-justo-votos-este-ban-trebuca-manipulacion.html>

(2023, 10 de Mayo). *FantaGate*: Insólito ¿operativo de JxC? en programa de A24. Urgente24.<https://urgente24.com/actualidad/Fantagate-insolito-operativo-jxc-programa-a24>

(2023, 10 de Mayo). La Fanta abrió otra grieta con Larreta en JxC. *Ámbito*. <https://www.ambito.com/politica/la-Fanta -abrio-otra-grieta-larreta-jxc-n5719537>

(2023, 11 de Mayo) 8 AM [Programa] LaNacion+. <https://lnmas.lanacion.com.ar/video/8-am-11-de-mayo-2023-videda9b8fd/>

(2023, 11 de Mayo) Chicanas y especulaciones en el pro por el *Fantagate*. Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/548156-chicanas-y-especulaciones-en-el-pro-por-el-Fantagate>

(2023, 11 de Mayo) El affaire 'Fanta': encuesta en TV calificada de "artificial" reavivó interna del PRO. *Télam*. <https://www.telam.com.ar/notas/202305/628150-encuesta-pro-interna-television.html>

(2023, 11 de Mayo) Esteban Trebucq habló tras la polémica encuesta de la "Fanta": "La próxima vez lo vamos a editar". Perfil.
<https://www.perfil.com/noticias/actualidad/esteban-trebucq-hablo-de-la-encuesta-de-la-fanta-la-proxima-vez-lo-vamos-a-editar.phtml>

(2023, 11 de Mayo). De acá en más. [Radio] Urbana Play 104.3 FM.
<https://youtu.be/FYn6KaTdOJc>

(2023, 11 de Mayo) Larreta se despega de la gaseosa naranja. Ámbito.
<https://lnmas.lanacion.com.ar/video/8-am-11-de-mayo-2023-videda9b8fd/>

(2023, 15 de Mayo). La Cruel Verdad. [Programa] A24.
https://www.youtube.com/watch?v=EAewy5PmPg&t=592s&ab_channel=A24com

(2023, 18 de Junio). Bullrich volvió a chicanear a Larreta: "La principal encuesta es la calle, sin Fanta". Política Argentina.
<https://www.politicargentina.com/notas/202306/51590-bullrich-volvio-a-chicanear-a-larreta-la-principal-encuesta-es-la-calle-sin-Fanta.html>

(2023, 18 de Junio). Patricia Bullrich, en La entrevista informal: "Si alguien piensa que me pueden manejar como un títere, no me conoce". Infobae.
<https://www.infobae.com/reportajes/2023/06/18/patricia-bullrich-en-la-entrevista-informal-si-alguien-piensa-que-me-pueden-manejar-como-un-titere-no-me-conoce/>

(2023, 31 de Julio) La Cruel Verdad. [Programa]. A24.
<https://youtu.be/WYnBE6qeQWo?t=935>



Ballán, Federico [@ballan_federico] (2023, 10 de Mayo) [Laburando como todos los días. Tomamos Fanta.].
Twitter.https://twitter.com/ballan_federico/status/1656360069989036035

Blender. [@estoesblender]. (2023, 10 de Mayo). [El pelado Trebucq, de A24, anduvo preguntando en la calle a quién iba a votar la gente. Todos votaban a Larreta. Y todos tenían una Fanta en la mano. ¿Casualidad? Muy poderoso el sindicato de extras, hay que decirlo. ¡ESTO NO ES PAUTA SEÑORITA, ES GATORADE! PD: Nuestro diseñador nos va a matar 😊].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/CsEG8pCuVBe/?igshid=MzRIODBiNWFIZA>



Bracesco [@Bracesco2023] (2023, 10 de Mayo). [Acaba de pasar algo insólito en A24. Un móvil en vivo encuestaba a la gente en la calle. La mayoría tenía una botella de Fanta en la mano, los de la Fanta votaban todos a Larreta. Era la consumición de los extras. El canal siempre esta entongado en estas operaciones.]. Hilo de Twitter. <https://twitter.com/Bracesco2023/status/1656114646158303236>

Brissio, Mauro [@BrissioMauro] (2023, 10 de Mayo). [ Cuidado! Esto es un FACTOIDE. Abro hilo  explicando de qué se trata esta táctica publicitaria.] Hilo de Twitter. <https://twitter.com/BrissioMauro/status/1656260924506882048>

Carlón, M. (2016): «Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón». En Vizer, E.; Vidales, C., Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Carlón, M. (2016): «Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón». En Vizer, E.; Vidales, C., Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Página 82.

Carlón, M. (2016): «Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón». En Vizer, E.; Vidales, C., Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Página 85.

Fratlicelli, Damián (2021). Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste), La trama de la Comunicación, 25, 2, 115-129. Disponible en: <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/779>

Gioffre, Marcelo. [@marcelogioffre]. (2023, 10 de Mayo). [Los funcionarios de Larreta saliendo a militar la Fanta, como si se infatuaran y rieran de haber

manipulado una encuesta y comprado gente, es de bajísima calidad institucional].

Twitter.<https://twitter.com/marcelogioffre/status/1656412624853114880>

La Libertad Avanza [@LLibertadAvanza]. (2023, 9 de Mayo). [Juntos por la Fanta]. Twitter.

<https://twitter.com/LLibertadAvanza/status/1656126030195695618>

Lombardi, Hernan [@herlombardi] (2023, 10 de Mayo). [No tomo Fanta. No me gusta lo artificial. Prefiero sabores auténticos.].

Twitter.<https://twitter.com/herlombardi/status/1656285258956828672>

López Murphy, Ricardo. [@rlopezmurphy] (2023, 10 de Mayo) [Colosalmente artificial la bebida Fanta. Los porteños preferimos la cervecita 😊].

Twitter.<https://twitter.com/rlopezmurphy/status/1656299586611298310>

Luquitas Rodriguez [@LuquitasRodriguez]. (2023, 10 de Mayo). [LA CONSPIRACIÓN FANTA-LARRETA].

Youtube.https://www.youtube.com/watch?v=t4VuOTOhEEo&ab_channel=LuquitasRodriguez

Macchiavelli, Eduardo. [@edumacchiavelli] (2023, 10 de Mayo) [Yo prefiero la #Fanta 😊]. Twitter.<https://twitter.com/edumacchiavelli/status/1656359128548225026>

Marra, Ramiro. [@RAMIROMARRA]. (2023, 10 de Mayo). [La Casta en acción, acá se puede ver perfectamente al puntero de Larreta que entregaba una Fanta a cada persona que fuese a hablar en la nota de @trebuquero a favor de Larreta. Capaz algo que no notaron: NADIE había abierto su botella de Fanta 🤯].

Twitter.<https://twitter.com/ramiromarra/status/1656289386374332418?s=48&t=tcHZ4DrO9f-98vO3SstYEA>

Maslaton, Carlos [@CarlosMaslaton]. (2023, 10 de Mayo). [Desde el plateau de Duro de Domar por C5N, masacrando esta noche una Fanta en botella de plástico, ante la gravedad de la hora política, dedicada al Intendente Sombrilla Larreta y al periodista nacional ultra bearish de Esteban Trebucq].

Twitter.<https://twitter.com/carlosmaslaton/status/1656465142979100675?s=48&t=tcHZ4DrO9f-98vO3SstYEA>

Maslaton, Carlos [@CarlosMaslaton]. (2023, 9 de Mayo). [El periodista Trebucq, para ustedes. Dos semanas atrás en Constitución paraba gente y todos votaban Milei. Hoy para gente y todos votan Sombrilla Larreta. O sea, digamos, todo en Argentina es una joda.].

Twitter.<https://twitter.com/CarlosMaslaton/status/1656128547742797825>

Mónaco, Guillermo. [@GuimonacoOk]. (2023, 10 de Mayo). [Parece que el Pelado Trebucq no entendió la premisa del Pelado Larreta].

Twitter.<https://twitter.com/GuimonacoOk/status/1656416976720338963>

Morando, Lucas [@morandolucas]. (2023, 10 de Mayo). [Conociendo un poquito la política local y cómo el "Fanta gate" reavivó la tensión entre Larreta y Bullrich, en cualquier momento sale algún político tomando Fanta como señal de apoyo. Acuérdense.].

Twitter.<https://twitter.com/morandolucas/status/1656288921901318146>

Morando, Lucas [@morandolucas]. (2023, 10 de Mayo). [Uno de los arquitectos de Campaña de Larreta. Les dije esta mañana que esto iba a pasar.].

Twitter.<https://twitter.com/morandolucas/status/1656389677836906498>

[-n554937](#)

Ponzista Anti [@PonzistaAnti]. (2023, 9 de Mayo). [El #Fantagate ha comenzado, Larreta, sos un caradura].

Twitter.<https://twitter.com/PonzistaAnti/status/1656128558413012992>

Republica Z [@republicaz]. (2023, 20 de Julio). [En Confianza | “Con las mujeres era el antihéroe” Mano a Mano con Horacio Larreta]. Youtube.

<https://youtu.be/DRoBi8W1yrI?t=1246>

Schafer, Hunter [@hunter_cottage]. (2023, 10 de Mayo). [Ahora, hablando en serio. El grasa del "pelado de crónica" (A24) Trebucq se mandó terrible opereta con el peronismo de los multimedios para regalarle material a los mileístas y pegarle a Larreta con "regalan Fantas a pobres para que lo voten". Muy berreta todo]. Twitter.

https://twitter.com/hunter_cottage/status/1656417280937320454

Trebucq, Esteban. [@trebuquero]. (2023, 10 de Mayo). [Soy el primero en darme cuenta de que los de las gaseosas votaban al mismo. Lo digo en el momento. Y refuerzo dos veces en el piso. También digo que esos votos no se cuentan. Vean el video. Gracias a todos por los mensajes. Ahora a las 21 volveré a hablar del tema en virtud de la repercusión que tuvo].
Twitter.<https://twitter.com/trebuquero/status/1656421934907682817>

Valdez, Juan Manuel [@jmvaldesre]. (2023, 11 de Mayo) [En la sesión de hoy le regalé una Fanta a cada diputado del @juntoscambioar. Los peronistas preferimos bebidas nacionales y más naturales.]. Twitter
<https://twitter.com/jmvaldesre/status/1656685801021874186>