



SEMIÓTICA DE REDES

Nordeltus

Informe Final

Bessone, Embon, García Berro, Grabowiecki, Massaldi, Ramos, Tello, Vilte

02/11/2017

Presentación

El informe final del trabajo práctico tiene por objetivo concluir el análisis de las condiciones de circulación del caso de estudio. Los resultados se organizarán en cuatro niveles de observación (diacrónico, fases, micro y espacial) y una conclusión del fenómeno. En lo que sigue se determina qué debe contener cada apartado.

Nivel de observación diacrónico

El nivel de observación diacrónico tiene por objeto el análisis del despliegue de las fases de la circulación. La manera de dar cuenta de ella es la siguiente:

- 1- Adjuntar el gráfico de la circulación del caso con las correcciones observadas en las entregas anteriores. Si el caso ha seguido desarrollándose, hacer el recorte diacrónico hasta el 25 de octubre. En el gráfico deben figurar las fases, la línea de tiempo indicando los hitos más significativos de la circulación y las direcciones de la comunicación.
- 2- Indicar a qué remite cada elemento significativo de la circulación. Por ejemplo, si D⁴ es un video que produjo un cambio de fase con un reconocimiento en un programa de televisión R (D⁴), nombrar D⁴ con el nombre del video y R (D⁴) con el nombre del programa.
- 3- Describir las propiedades fundamentales de la circulación:
 - a. Indique qué tipo de circulación hipermediática posee el caso de estudio.
 - b. ¿Cuántas fases se dieron en la circulación? ¿Cuáles fueron sus direcciones comunicacionales?
 - c. ¿La temporalidad de los movimientos ascendentes/descendentes y horizontales es la misma? Describa la temporalidad de cada fase.
 - d. En la circulación, ¿hay momentos en los que se producen mayor cantidad de discursos en reconocimiento? Describa estos momentos.

Nivel de observación de fases

El nivel de observación de fases tiene por objetivo el análisis de cada tramo de la circulación en el que hubo cambios de sistema mediáticos (de redes sociales a medios masivos, de medios masivos a redes sociales). Para alcanzarlo se deberá tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- 1- Adjuntar la descripción de cada una de las fases anteriormente entregadas con las correcciones que fueron señaladas. Si el caso continuó desarrollándose

agregar las fases que aparecieron. Recordar que el recorte diacrónico llega hasta el 25 de octubre. En la descripción aclarar:

- a. Nombre de las fases y su justificación.
 - b. Redes sociales y medios masivos (con sus respectivas cuentas y programas) donde se produjeron las circulaciones.
 - c. Si es posible, cantidad de suscriptores, retwees, likes, etc., del canal de YouTube, cuenta de Twitter, etc. y los discursos que produjeron los cambios de fases.
- 2- Indicar en la descripción las remisiones al gráfico del apartado anterior. Por ejemplo: “El video *Gripe A* del YouTuber Magnus Mefisto (D⁴) ascendió a los medios masivos al ser transmitido por Telefe Noticias (RD⁴)”.

Nivel de observación micro

El nivel de observación micro tiene por objetivo dar cuenta de las escenas de intercambios que se produjeron en las redes sociales y en los medios masivos. Se deberá describir:

- 1- El estatuto, las cualidades y los cambios de escala del enunciador fase por fase. Se deberán describir las propiedades de la enunciación y los cambios que sufre a lo largo del proceso de circulación. Se deberán adjuntar ejemplos.
- 2- Las cualidades de los colectivos que se conforman en cada fase y las segmentaciones dentro de los colectivos. Se deberán describir las propiedades de los colectivos y los cambios que sufren a lo largo del proceso de circulación. Por ejemplo, en la fase 6 el colectivo NiUnaMenos se segmenta en dos: el colectivo articulado a los femicidios y el que se articula con la lucha por el aborto legal. Se deberán adjuntar ejemplos.

Nivel espacial

El nivel espacial tiene por objetivo dar cuenta de los posicionamientos de los enunciadores, de la valoración que realizan y de los cambios que se producen frente a determinados acontecimientos. Se deberá describir:

- 1- Los enunciadores presentes en el momento de origen de la circulación y su posicionamiento. Tenga en cuenta la clasificación de enunciadores desarrollada en Carlón (2017, en prensa¹).

¹ Carlón, Mario (en prensa). *Segunda apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial*. CISECO.

- 2- Los enunciadores que se agregan en las fases siguientes y los que dejan de producir discursos.
- 3- Los cambios en la valoración de los enunciadores.

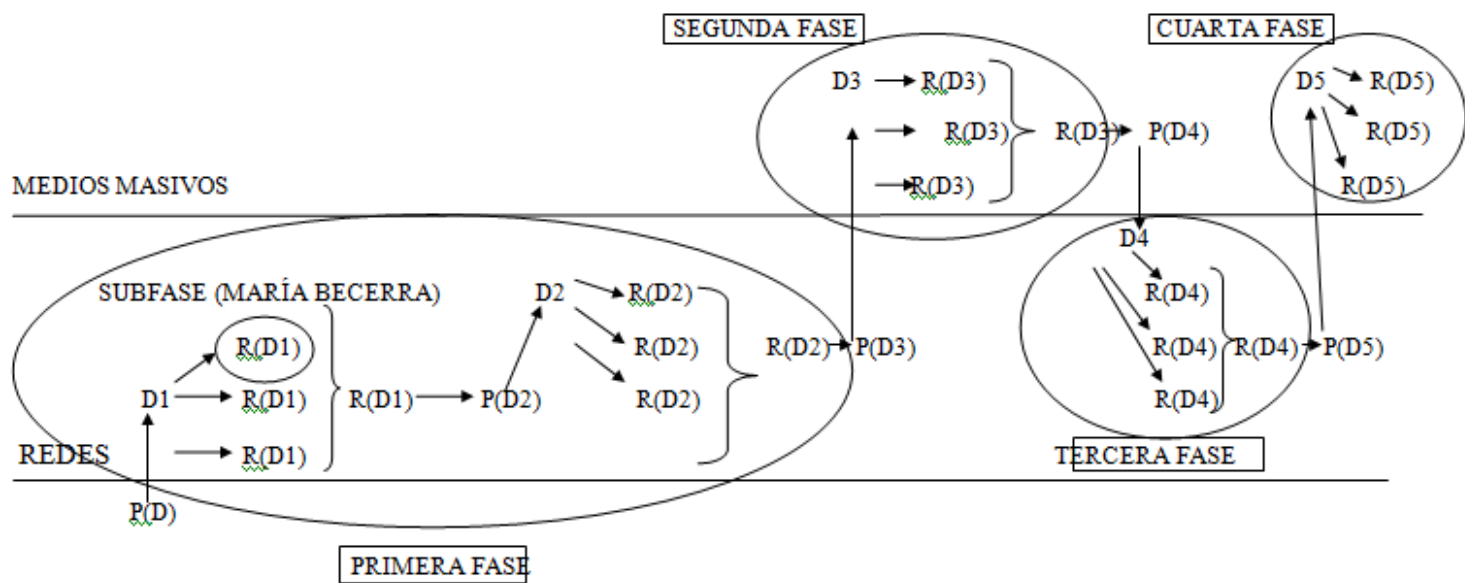
Conclusiones

- 1- Indique qué transformaciones advierte entre el discurso con el cual se dio a conocer el caso y el que produce el último cambio de fase de su línea de tiempo.
- 2- Indique qué transformaciones advierte entre los enunciadores y sus discursos en el momento de origen y los que producen el último cambio de fase de su línea de tiempo.
- 3- Indique las diferencias principales entre el discurso en las redes sociales y su ascenso a los medios masivos y/o las diferencias entre el discurso en los medios masivos y su descenso a las redes sociales.
- 4- Teniendo en cuenta los desarrollos de lo político, lo periodístico, lo risible y lo artístico en la era de los medios masivos descritos a lo largo del año y, partiendo del análisis de su caso, describa las novedades en los discursos, las operaciones, la circulación y las prácticas de la sociedad hipermediatizada.

Condiciones de la entrega

Extensión: no deberá superar las 8 páginas.

Fecha: será entregado la semana del 30 de octubre, el día de su práctico. Asimismo, ese mismo día el grupo tendrá que subirlo al Facebook de su comisión y enviarlo en formato digital a semioticaderedes@gmail.com especificando el número de comisión y los integrantes del grupo. No se considerarán trabajos incompletos ni aquellos que adeuden su envío digital.



Línea de tiempo

9/9/16	8/10/16	26/10/16	Abril 2017	5/5/17
Subió su primer video a Youtube en el que muestra como pasea en su lancha. Éste tuvo muchas repercusiones negativas.	A partir de esta fecha, luego de que una youtuber conocida (María Becerra) sube un video hablando de él, se hace más famoso dentro de las redes.	Le hacen una entrevista en "Radio Palermo", y en otros programas y medios.	Continúa haciendo contenidos dentro de las redes en una dirección descendente con sus espectadores.	Nota en "TU LIKE" radio y punto.

Nivel de observación diacrónico

1) Gráfico.

2)

R(D1): “Rico vs Pobre” de María Becerra. A partir de este video Nordeltus asciende dentro de la misma red ya que en él es nombrado por Becerra, una youtuber muy conocida. Esto produce una subfase dentro de la circulación.

D2 y R(D2): No se refieren a un video en particular sino al conjunto de sus videos que fue haciéndolo más famoso y logró llamar la atención de los medios masivos.

D3: Entrevista en Radio Palermo, programa “Buenos Amigos”. Esta fue la primera vez que apareció en los medios masivos. A partir de entonces, siguió su recorrido en diferentes programas.

D4: paquete discursivo que incluye diferentes contenidos generados por el YouTuber luego de ascender a los medios masivos. Esto lo posicionó en una situación de superioridad con respecto a sus seguidores.

D5: Nota en “TU LIKE”, Radio y Punto. Nordeltus regresa a los medios masivos.

3) Este caso de estudio posee un tipo de circulación que fluctúa constantemente entre las redes sociales y los medios masivos. Al comienzo se da una circulación horizontal entre Nordeltus y los enunciatarios. Él se mostraba como un chico común que hacía videos como cualquier otro. Luego del reconocimiento de María Becerra, se posiciona –dentro de la misma red- como enunciatador broadcast y asume una dirección descendente con respecto a los espectadores de sus videos. Con el correr del tiempo y la producción de nuevos videos fue ganando más reconocimiento hasta lograr el interés de los medios masivos, donde se produce una circulación en dirección ascendente. Luego de aparecer en los MM, siguió produciendo contenidos para Youtube, por lo que aparece también una circulación descendente (de medios masivos a redes). Esto es un rasgo característico de la era hipermediática en donde aparecen –por lo general- estas tres direcciones (ascendente- horizontal- descendente) por la convergencia entre los dos sistemas de medios (redes sociales y medios masivos).

Como señalamos se dieron 4 fases dentro de la circulación y las direcciones comunicacionales fueron variadas. De la primera fase a la segunda hubo una dirección ascendente (desde las redes a los medios) debido al interés que generó en los medios masivos el “youtuber más joven y divertido de la Argentina”. De la segunda a la tercera fase tuvo lugar una dirección descendente ya que volvió a generar contenido en las redes luego de su aparición en

los medios masivos. Y por último de la tercera a la cuarta fase la dirección fue ascendente, otros medios masivos se volvieron a interesar en él.

Estos ascensos y descensos dentro de la circulación se dieron en diferentes temporalidades. De la primera fase a la segunda, la circulación ascendente hacia los medios masivos se dio en un período de tiempo muy breve en el que Nordeltus logró llamar la atención tanto dentro de la red social como de los medios masivos. Luego de esta aparición hubo un lapso de tiempo considerablemente largo en el que no produjo gran cantidad de contenidos. A partir de la inclusión de YouTubers reconocidos internacionalmente y varios reconocimientos, aumentan los seguidores (y detractores) y se da un ascenso a los medios nuevamente, en un breve lapso de tiempo.

Dentro de la circulación, luego de que María Becerra, de gran popularidad en las redes, hiciera un video hablando sobre Nordeltus, surge una gran cantidad de reconocimientos. En este sentido, muchos de los seguidores de Becerra migran al canal del “niño rico”. En los videos siguientes los reconocimientos se mantienen en la misma dirección. Dentro de ellos están los positivos (fans) y negativos (haters). Tiempo después, luego de aparecer en los medios masivos, Nordeltus aumenta su cantidad de espectadores y esto también genera un incremento de reconocimientos.

Fases de la circulación

Primera fase: “Odio y amor entre pares”

Nordeltus se da a conocer el 9 de septiembre de 2016, fecha en la cual sube su primer video en YouTube. A partir de entonces comienza un recorrido ascendente. Desde el primer momento utiliza un logo que lo identifica: una letra “N” que simula ser la “S” de Superman. El niño en sus videos hace gala de su vida privada, colmada de lujos y excentricidades. Estos videos (D1) generan distintos tipos de reconocimientos, siendo la gran mayoría de parte de haters que critican sus discursos. Pese a ello, Nordeltus también va a formar un grupo de defensores y hasta de seguidores aunque menor al anterior. Algunos de sus reconocimientos son en forma de parodia como el de la youtuber María Becerra. A partir de entonces, Nordeltus genera nuevos discursos (D2) pero ahora con la participación en sus videos de otros famosos youtubers, que le hacen ganar gran cantidad de seguidores y lo posicionan como enunciador broadcast. Esto genera un ascenso dentro de la misma fase y un cambio de dirección (descendente). Colocamos a los D2 luego del 8 de octubre de 2016 (video de María Becerra) y hasta el 26 de octubre de 2016, día en que aparece por primera vez en los medios masivos. Por

lo tanto la primera fase se desarrolla desde el 9 de septiembre de 2016 hasta el 26 de octubre del mismo año.

Subfase

Dentro de la primera fase podemos identificar una subfase que implica un ascenso en las redes sociales. María Becerra, una de las youtubers más importantes de su generación (893 mil suscriptores) publica un video sobre Nordeltus el 8 de octubre de 2016. El mismo se constituye como un reconocimiento de los primeros discursos del enunciador. Obtiene aproximadamente un millón y medio de visitas y 56 mil me gusta. Gracias a ello, Nordeltus aumenta considerablemente el número de suscriptores.

Segunda fase: “Enamoramiento de los medios”

Luego observamos que se registra un cambio de fase ya que Nordeltus llega a los medios masivos de comunicación el 26 de octubre de 2016. Estos medios generan reconocimientos del conjunto de discursos generado por él (D3) que van a ser en su mayoría a favor del youtuber, reconociendo su talento para el medio y su actitud extrovertida. Uno de los motivos de este salto de escala es la popularidad que logra con la inclusión en sus videos de youtubers famosos (como Juanpa Zurita y Fernanfloo). Así, a partir de la presencia del niño en los medios masivos, nace un nuevo discurso (D4). A raíz de este discurso se generan nuevos reconocimientos: programas de tv como “Bendita Tv” se hacen eco de entrevistas realizadas al personaje de Nordelta. Los D4 los podemos ubicar en los meses desde octubre hasta marzo de 2017 (con un pico de siete discursos en el mes de diciembre).

Tercera fase: “Retorno al lugar de origen”

Luego de que Nordeltus llega a los medios masivos, el personaje continúa publicando en la plataforma que le dio origen. Los reconocimientos del D4 (los discursos en los medios) son condiciones de producción del nuevo discurso en YouTube (D5). En ellos retoma elementos de los medios masivos y los incorpora a sus nuevas publicaciones. La comunicación es descendente porque logra posicionarse en la red. Los D5 se pueden observar en diciembre de 2016 en su Instagram en una publicación del 20 de diciembre de 2016 cuando hace referencia a su aparición en el Programa Bendita TV en la cual obtiene 8.123 reproducciones y en una continuación de esta publicación, que obtiene 18.2 K (mil). Sin embargo, nosotros consideramos como un discurso clave de esta fase el video que sube a su canal de YouTube con

Pampita el día 7 de abril de 201, logrando no tantos reconocimientos: 215.449 vistas, 6.285 me gusta y 9.006 no me gusta.

Cuarta fase: “Vuelve el amor”

Observamos luego un nuevo cambio de fase dado que los medios masivos producen discursos que tienen como condición de producción los nuevos videos de Nordeltus (D6). El niño sigue creando contenidos que, a su vez, generan nuevos discursos de reconocimiento, en la televisión principalmente y, al igual que en la segunda fase, éstos son alabando al youtuber. Su público aumenta y es invitado nuevamente a los programas en donde ya ha estado. Podemos ver como ejemplo de los D6 a la Nota en TU LIKE Radio y Punto del 5 de mayo de 2017.

Hasta octubre de 2017 Nordeltus presentó 272,682 suscriptores y 14.562.214 reproducciones en su canal de YouTube. Sus videos más importantes por su número de vistas son:

- 1) Video del 16 de diciembre de 2016 sobre un botella challenge con el youtuber Fernanfloo (2.482.546 vistas, 48.205 me gusta, 54.083 no me gusta): <https://www.youtube.com/watch?v=AyaBUprgItc>
- 2) Video del 30 de diciembre de 2016 sobre la invitación de parte de Fernanfloo para invitar a Nordeltus a la casa (1.717.822 vistas, 33.130 me gusta, 42.139 no me gusta): <https://www.youtube.com/watch?v=oW4XEy7XVZM>
- 3) Video del 21 de enero de 2017 en el cual se muestra un rap con Nordeltus como protagonista titulado “No soy rico pero vivo como millonario”: <https://www.youtube.com/watch?v=RybbW618A98> Obtuvo 1.674.086 vistas, 35.551 me gusta y 59.256 no me gusta.
- 4) Video del 13 de enero de 2017 sobre la persecución a Germán Garmendia en el Club Media Fest (972.763 vistas, 24.137 me gusta, 33.589 no me gusta): <https://www.youtube.com/watch?v=q-1c0APWZEI>

Podemos ver que los discursos de Nordeltus alcanzan un notable número de reconocimientos en el período desde diciembre de 2016 hasta enero de 2017. Luego de esta

fecha el enunciador no va a tener videos con un número de vistas mayor a 500.000 salvo por dos ocasiones en las que lo logra superar (“Me Cuelgo de la Fama de ElRubius y me Ignora. Acoso a Mangel Mientras Come” con 826.467 vistas y un video gameplay del Crash Royale, con 791.257 vistas). También podemos observar que en sus videos se imponen los “no me gusta” por sobre los me gusta”, siendo mayoría en todos sus videos más importantes. Esto es debido a la gran cantidad de haters que despierta Nordeltus debido principalmente (según los comentarios de éstos en los videos) a la exposición de su vida lujosa y a que se “cuelga” de la fama de los youtubers famosos”.

El enunciador no elige a las demás redes sociales como espacios para hacer discursos de la misma forma que lo hace con YouTube. Nordeltus utiliza Instagram y Twitter como complemento de sus discursos en su canal.

La cuenta en instagram “nordeltus” se crea el 16 de mayo de 2016. Sus operaciones en esta red fueron sortear un iPad para aumentar el número de seguidores, subir fotos con youtubers famosos, hacer un seguimiento de su carrera en YouTube e informar sobre su presencia en programas televisivos. Luego de aparecer en los medios masivos y al mostrarse acompañado de los youtubers, Nordeltus aumenta considerablemente el número de reproducciones de sus videos en la red. Un ejemplo es la publicación del 25 de enero de 2017 donde sube un video sobre el “Marcador Challenge”, haciendo uso del hashtag #marcadorchallenge obtiene 17.587 reproducciones. En relación con Youtube no tiene un número comparable de seguidores (21,4K y 115 publicaciones). Al margen de ello, sus publicaciones nos permiten ver cuándo ocurrieron saltos de escala así como también la relación que tuvo su “salto a la fama” con la presencia en el Club Media Fest y el contacto con los youtubers más reconocidos. Con respecto a los comentarios de sus publicaciones, no se puede ver un cambio radical en su número ya que en la mayoría de sus publicaciones no supera los 150 likes exceptuando en seis que supera los 200 y en dos que supera los 400. Esto, sin embargo, no muestra que haya habido un salto en la cantidad de comentarios porque luego de esas publicaciones vuelven a haber no más de 100 comentarios por foto por lo que los comentarios no son algo significativo -a nuestro parecer- en la circulación.

En cuanto a Twitter, la cuenta @nordeltus se crea el 6 de octubre de 2016 y las operaciones son similares a las realizadas en Instagram. Si bien en Twitter no tiene una gran cantidad de seguidores, en relación a youtube e instagram (tiene tan solo 57 tweets en total), los tweets nos sirven para advertir los saltos de escala. También podemos ver cómo aumentan sus likes y retweets según los diferentes contenidos publicados. Cuando twittea sobre “Pampita” obtiene un récord de 289 y 275 likes, cuando en tweets anteriores no superaba los 100.

Nivel de observación micro

Primera fase: En la primera fase, cuando Nordeltus emerge como enunciador en las redes sociales, principalmente youtube, mantiene un estatuto de MD de corto alcance, es decir que todavía no es broadcast. Tiene las cualidades de cualquier otro enunciador individual en el sistema de redes sociales, sólo llega a un limitado número de seguidores o “viewers” puesto que su perfil de youtube es como el de cualquier usuario que ocasionalmente comenta o le da “me gusta” a otros videos. Por lo tanto, no hay conformación de colectivos ni intercambios que destacar.

Subfase: Hay un notable esfuerzo de Nordeltus por captar la atención de más seguidores. En los primeros videos ya se evidencia: comienza a adoptar el lenguaje propio de los enunciadores broadcast, es decir, le da una personalización característica al canal de youtube, comienza a subir una especie de “vlogs” de la vida diaria, en el formato típico youtuber, con edición de videos, agregado de música, monólogo con mirada a cámara, le agrega un “intro” a los videos e invierte en merchandising propio para construir la imagen del enunciador broadcast de las redes sociales. Esto obtiene el efecto deseado: más viewers significa no sólo otros enunciadores de igual estatuto que Nordeltus, sino que enunciadores broadcast ya consolidados con más de 300 a 700 mil suscriptores y vistas llegan a sus videos e implementan un recurso típico del lenguaje de los videoblogs en youtube: las video reacciones a otros youtubers, y las parodias humorísticas (caso María Becerra). Este intercambio de desbalance entre Nordeltus como enunciador MD de corto alcance y otros enunciadores MD broadcast tiene como resultado la conformación de un colectivo en general “curioso” que desembarca en el canal de Nordeltus ante la novedad y una vez allí se divide entre seguidores y haters de crecimiento exponencial considerable.

Segunda fase: El efecto “viralizador” producto del intercambio con otros enunciadores del medio de igual nivel o superior, también invoca la presencia de enunciadores mediáticos masivos (MM). En este caso, ciertos programas de televisión y radio que bajan hasta el sistema de redes sociales en busca de la novedad. La enunciación propia de cada medio y con sus respectivos lenguajes (televisivo, radiofónico) opera de maneras diversas: apelando al entretenimiento, a la primicia por la novedad, a la curiosidad, a una exaltación de los aspectos de la vida personal de Nordeltus que él elige mostrar en sus videos; conformando así no sólo colectivos de espectadores propios del medio sino también del sistema de redes sociales. Nuevos seguidores y “viewers” acuden al canal de Nordeltus para saber “cómo vive el niño rico de Nordelta”, y algunos se suman al colectivo de fans de Nordeltus, pero una notable mayoría ocupa el lugar de “hater”.

Posteriormente, cuando los enunciadores de MM no sólo emiten discursos sobre Nordeltus sino que además lo invitan a entrevistas informales en ambas plataformas, radio y televisión, el enunciador que construye allí se divide en la estrategia de enunciación propia del medio, como así también en la del enunciador broadcast de las redes sociales que empieza a adquirir masividad. Se le da la oportunidad de caracterizarse a sí mismo, en vivo y sin manipulaciones, como ese enunciador que aspira a ser broadcast y a incrementar el número de sus fans. Un ejemplo claro es cuando asiste al programa *Tarde Xtra* de C5N, y al presentarse frente a la cámara utiliza unos segundos para pedirle a los espectadores que visiten su canal de youtube, sus perfiles en redes sociales y se suscriban. Más allá de esta situación de convergencia de lenguajes, en los medios no aparecen colectivos o enunciadores que entren en polémica con el joven youtuber por la edad, por la exposición mediática u otra razón.

Tercera fase: El enunciador, luego de aparecer en los medios masivos, además de aumentar la cantidad de suscriptores y vistas, sigue realizando videos. Toma elementos de los medios masivos y los incorpora a sus nuevas publicaciones. Uno de ellos muestra que fue invitado a la televisión a grabar un piloto de un programa de “Pampita”, quien también aparece en el video. Los reconocimientos de esta fase son condiciones de producción para un nuevo discurso del enunciador. Se evidencia una profundización en el despliegue del lenguaje del videoblog youtuber, y suma otros procedimientos como la cobertura de los eventos masivos de youtubers, covers de canciones y videos colaborativos con otros enunciadores de estatuto MD broadcast.

Cuarta fase: Los medios masivos recolectan los nuevos videos de Nordeltus. El niño sigue creando contenidos que generan reconocimientos nuevamente en los medios masivos. En esta situación se repiten los procedimientos ya nombrados en la segunda fase.

A lo largo del proceso de circulación, dentro de los seguidores de Nordeltus encontramos dos colectivos fuertemente marcados. Ambos colectivos tratan de un público activo, que se manifiestan constantemente, son selectivos, autodirigidos y productores tanto como receptores. Son plurales y múltiples, fragmentados e individualizados. Por un lado se encuentran los “presumidos y presumidas” como él mismo sugirió llamar a los suscriptores de su cuenta, quienes lo acompañan desde sus primeros videos hasta los que se han ido incorporando a lo largo del tiempo. Son aquellos que siguen al enunciador en todos los perfiles que tiene en las redes sociales y que, constantemente interactúan con él por medio de las distintas plataformas; un caso destacado es el de Instagram, donde Nordeltus se mantiene como enunciador siempre desde el estatuto de MD broadcast y apela a sus seguidores en tanto colectivo conformado de fans. Les hace preguntas acerca de qué les parecen los videos a medida que los va subiendo y les pregunta también de qué lugar son las personas, qué leen y qué edades tienen. Los mismos responden cada interpelación con me gustan, comentarios, entre otros.

Por otro lado se encuentran los famosos *haters* (odiadores, en español). Son aquellos que se conforman en todos sus perfiles de redes sociales y que apelan al “ataque” o rechazo a la constante ostentación de su condición económica de clase media-alta. No buscan intercambio posible con el youtuber, son simplemente enunciadores de MD individuales, de estatuto ahora menor al de Nordeltus que no dudan en expresar sus más sinceras (y negativas) opiniones sobre el niño rico de Nordelta. Frecuentemente le ponen no me gusta y le dejan comentarios negativos, insultando al enunciador, ya sea por el contenido del video, o por su personalidad. Entre los más destacados aparecen los que afirman que el chico sólo busca ostentar o presumir de lo que él tiene y los demás carecen, que peca de inmaduro, de creído y ególatra, de que como en realidad sus padres son los que pagan todos sus gustos y aventuras él no tiene nada que presumir, e incluso lo acusan de “pagarle” a cada personalidad famosa (actores, youtubers nacionales e internacionales, deportistas, etc.) con la que se fotografía o graba pasando el día en Nordelta. Suelen calificarlo como ostentoso, presumido y vanidoso, también lo acusan de ser un malcriado y un niño rata.

Nivel espacial

1) En el momento de origen de la circulación, dentro de las redes, se hacen presentes dos tipos de enunciadores que nombramos a lo largo del informe pero ahora mostraremos en profundidad quiénes son y cómo se posicionan. Por un lado, se conforman dos colectivos distintos: uno formado por seguidores y fans de Nordeltus, que interactúan poniendo “me gusta” y comentarios positivos, y otro constituido por detractores o *haters*, que son amplia mayoría en la plataforma Youtube y que llenan su canal de miles de dislikes y comentarios negativos e insultos. Por otro lado, los otros enunciadores que hacen rápido eco de la figura de Nordeltus son individuos que se posicionan como enunciadores broadcast y que, exceptuando a María Becerra que se posiciona desde un reconocimiento positivo, evidencian un reconocimiento fuertemente negativo. Algunos de los enunciadores que lo critican son *Core* (636K suscriptores), *Isaias Pardo* (396K suscriptores), y *Diego M3XIV3RG4S* (1M suscriptores).

2) La fase 2 comienza a partir de que Nordeltus tiene una entrevista en el programa “Viejos amigos” de Radio Palermo, con lo cual se produce el salto a los medios masivos, que son los nuevos enunciadores que aparecen en esta fase. Aparece en numerosos medios masivos como en los programas “Bendita TV”, “La hormiga imperial” y “Tarde X-tra” y en medios masivos digitales como “GiraBsAs” y “Nortebonaerense”, los cuales se posicionan en forma de reconocimientos sumamente positivos: lo califican como “el youtuber más joven y más divertido que hay en las redes”, que “tiene las cosas claras” y le elogian entre otras cosas su gran cantidad de seguidores, su carisma, su ocurrencia y su dedicación. La única excepción es del medio digital “Diario Registrado” que se posiciona desde un reconocimiento negativo: por

más que le reconoce “talento para negociar”, terminan la breve nota sobre él con el mensaje “Si no sabe qué hacer con sus chicos cuando vuelven del colegio, tenga paciencia. No lo convierta en youtuber. Por favor”.

En la fase 3 los enunciadores en las redes de la fase 1 siguen cobrando fuerza y se van difundiendo los distintos reconocimientos, sin cambiar en esencia sus respectivos posicionamientos con respecto a los discursos de Nordeltus. Aparecen nuevos reconocimientos de enunciadores broadcast como DomitoChannel (82K suscriptores), que mantienen reconocimientos fuertemente negativos.

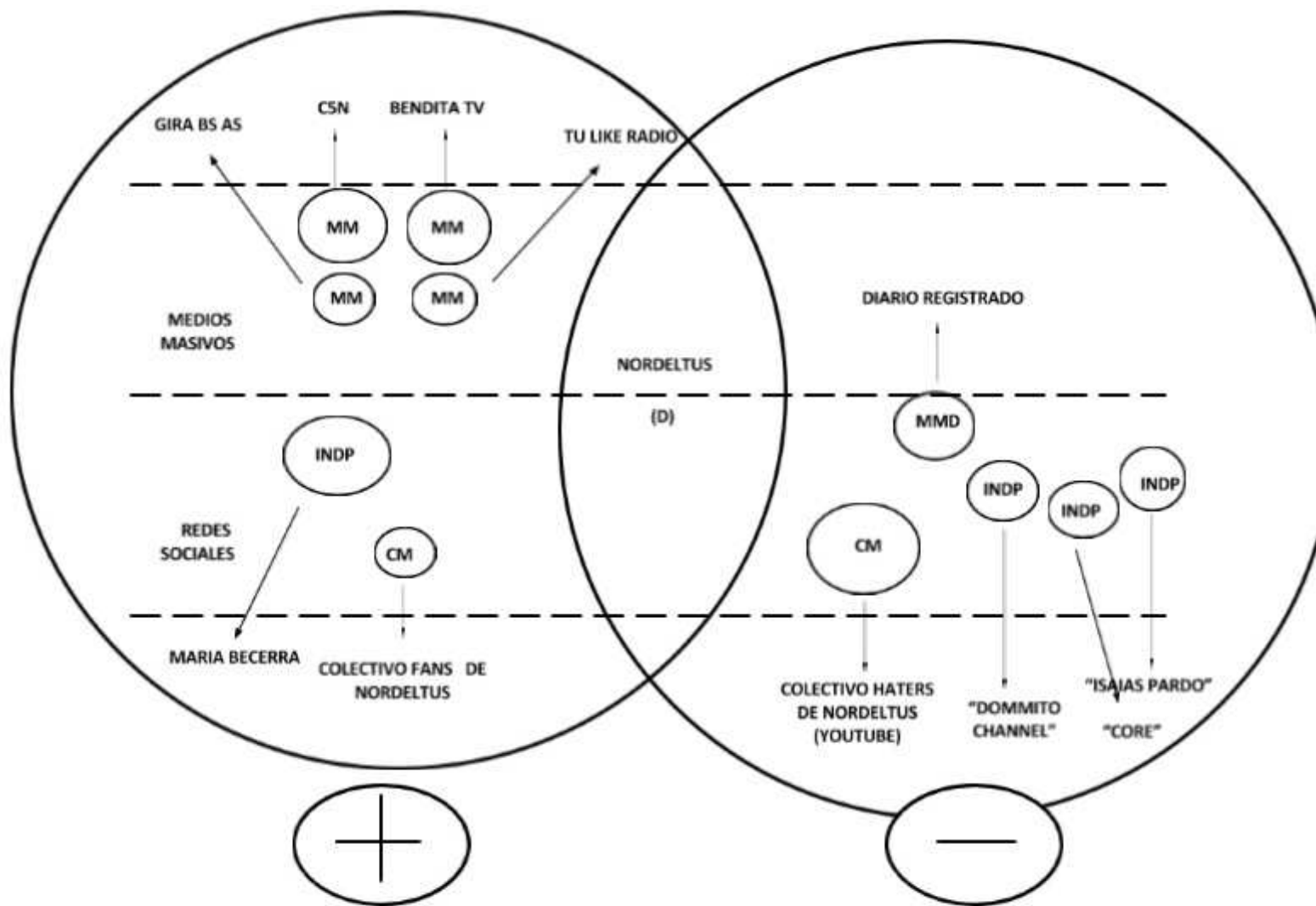
La fase 4 comienza con cierto retorno de la atención de los medios masivos hacia él, empezando con “TU LIKE - Radio y punto”, que le hace una entrevista y, manteniendo la tendencia, se posiciona desde un reconocimiento positivo, haciendo hincapié entre otras cosas en su talento para la edad que tiene y en sus riquezas (“en su casa tiene 30 aparatos electrónicos que son solamente de él, tiene de todo”). Otro reconocimiento de muchísimo alcance es el de la nota que dedica el diario La Nación a varios youtubers entre los que se encuentra Nordeltus, y aunque no toma una posición tan halagadora, sí se refiere a él como portador de “una madurez sorprendente” y como una figura que “ya suena como revelación en la plataforma” (Youtube).

3) Durante el análisis sobre los discursos de sus enunciadores, no observamos cambios en la valoración por parte de estos.

Es particular como se diferencian radicalmente las valoraciones en las diferentes redes sociales, especialmente YouTube, y en los medios masivos de comunicación. En estos, el discurso de Nordeltus es valorado positivamente. Lo califican como “el youtuber más joven y más divertido que hay en las redes” y “un niño que tiene las cosas claras”; elogian, entre otras cosas, su gran cantidad de seguidores, su autoexigencia, su ocurrencia y su dedicación.

En Facebook e Instagram, los discursos de los enunciadores también se mantienen en una línea positiva, tanto en comentarios como en la creación de nuevas cuentas de Instagram dedicadas a Nordeltus (creadas por fans).

Por el contrario, en YouTube solo una pequeña parte de su colectivo reacciona de esta manera. Uno de los pocos reconocimientos positivos es la parodia de María Becerra, que más allá del tono burlón que tiene su video sobre el estilo de vida de Nordeltus, aclara que no pretende ofender, menospreciar ni criticar a nadie sino que su única intención es divertir a sus espectadores. Mientras que la mayoría de las respuestas en esta plataforma son negativas, agrediendo tanto al Nordeltus, como a sus padres y su estilo de vida (en todos sus videos los dislikes superan entre 3 y 6 veces a los likes).



Conclusiones

1 y 2) El primer discurso, con el cual se da a conocer Nordeltus, presenta una serie de características que lo diferencian del último, el que produce un cambio a la cuarta fase y –por lo tanto- un salto de escala. En su video inaugural utiliza un logo que lo identifica; lo lleva en su ropa y además lo incluye digitalmente en la presentación. Este es un recurso que aún sigue utilizando. Marcas del primer discurso: Nordeltus utiliza una música que no es de su autoría, si bien hay grabaciones de exterior se dirige fundamentalmente desde su habitación (cámara fija, misma iluminación, dificultades técnicas con el micrófono). Desde el día cero asume su posición de YouTuber broadcast, su fama, viste anteojos de sol, saluda a sus fans y los señala con el dedo. No construye un vínculo de igual a igual sino que se ubica en un escalón más arriba que ellos. Un dato no menor es que tanto ese video como algunos de los que marcaron el inicio de su carrera como YouTuber han sido borrados de su cuenta. Probablemente debido al uso de música no original (que impide lucrar con el canal) y las dificultades técnicas que esos videos presentaban. El discurso que produce el último cambio de fase refuerza el vínculo con el colectivo que sigue al enunciador pero recrudece la crítica hacia los “haters” y los “envidiosos”. Apela al uso de música original, utiliza diferentes puestas de cámara, más planos, escenas más cortas e introduce material de archivo. Lo más relevante es que pasa del género de *Vlog* a un *Género televisivo* ya que Nordeltus actúa como un notero o movilero televisivo. En este sentido incluye a famosos del mundo del espectáculo y del mundo de YouTube en sus videos. Este tipo de discursos construye un doble enunciador: uno diegético (el YouTuber sujeto de las acciones) y un enunciador extradiegético que se construye en la edición.

3) Principalmente en las redes sociales Nordeltus se muestra en el personaje de “niño rico” presumido, ostentoso. Sus chistes van en esta sintonía, como ocurrencias respecto a su estilo de vida, los lugares que frecuenta, la gente que conoce, etc. El enunciador diegético hace alusiones acerca de que “vive como un millonario”, que es el más “crack” de Youtube, que está triunfando y es muy exitoso, que no tiene que pedir permiso sobre lo que dice y que a todos/as les gustaría llevar un estilo de vida similar. Por otro lado, se defiende de sus haters a quienes acusa de tener mucha envidia y cinismo.

Dentro de los medios masivos escuchamos a Nordeltus hablar sobre que es un chico de once años que se esfuerza mucho para estar donde está y responder a lo que su “público” espera de él. Hace referencia a los valores que le enseñaron sus padres, estos van más allá de la plata ya que esta no es lo único que importa. Se desenvuelve de forma más “humilde” y tiene una postura más resguardada o “políticamente correcta” respecto a los usuarios que critican sus

videos. Muchas veces en los medios toman voz los padres para contar de qué forman lo acompañan y motivan en su iniciativa, haciendo hincapié en el esfuerzo que realiza.

Además de esto, apenas llega a cada medio comienza vendiendo el merchandising de su página y llamando a suscribirse a su canal.

4) Nordeltus se constituye como un enunciador reidero en el marco de una era contemporánea en la que enunciadores amateurs producen humor y lo mediatizan 24/7. Desde su canal de youtube utiliza diferentes estrategias que caracterizan su discurso. Predomina el contacto, es decir la función fática, lo que reafirma continuamente su vínculo con sus enunciatarios espectadores. La mirada a cámara está presente en todos sus videos y hay una continua apelación al enunciatario que se encuentra viéndolo, a la comunidad de fans y hacia los haters. A pesar de que su plataforma fuerte sea Youtube, ésta se encuentra en permanente articulación con otras redes sociales que constituyen el perfil de Nordeltus. En cada una comunica sus apariciones en medios masivos, avisa sobre producciones que va a subir a youtube o promociona las ya subidas y llama a seguir creciendo (en tanto comunidad) a todos/as los/as participantes ya subscriptos en cada red. Los individuos a través de sus cuentas dan “like”, “dislike”, comentan sus opiniones, etc.

- A diferencia de otros discursos mediáticos, lo producido en youtube resalta constantemente el estilo individual de cada Youtuber, quienes se asumen como los responsables de los videos. Nordeltus se configura como un niño muy joven, con grandes privilegios sociales, de los cuales ostenta al tiempo que hace participar de ellos a los espectadores “compartiéndolo” vía sus videos. Sus videos comenzaron siendo grabados con una cámara sencilla dentro de una habitación, enfrente a la computadora (tomas con cámara fija). También grababa espacios de su lujosa casa en Nordelta y acontecimientos de su vida, como paseos en lancha o viajes (cámara en mano). Progresivamente estos acontecimientos fueron ganando peso y sus videos daban cuenta de cómo Nordeltus cubría eventos de Youtubers famosos, charlaba con ellos, etc. Oscila entre grabarse él utilizando una “gopro” o que lo siga una cámara de alta definición. En este sentido los géneros a los que más les da uso oscilan entre Vlogs y Géneros televisivos. La circulación se da de forma horizontal (entre pares respecto a los enunciatarios) y en algunos casos descendente.

Por otro lado proponemos que Nordeltus es un enunciador diegético que se construye como objeto de la mirada del Enunciatario Reidero Mediático quien lo descubre como objeto cómico. Ya que éste quiebra el horizonte de expectativas de lo que un niño de 11 años hace o manifiesta, desde su forma de expresarse, vestirse e interactuar con la cámara. Aunque Nordeltus no se asuma como objeto de burla.