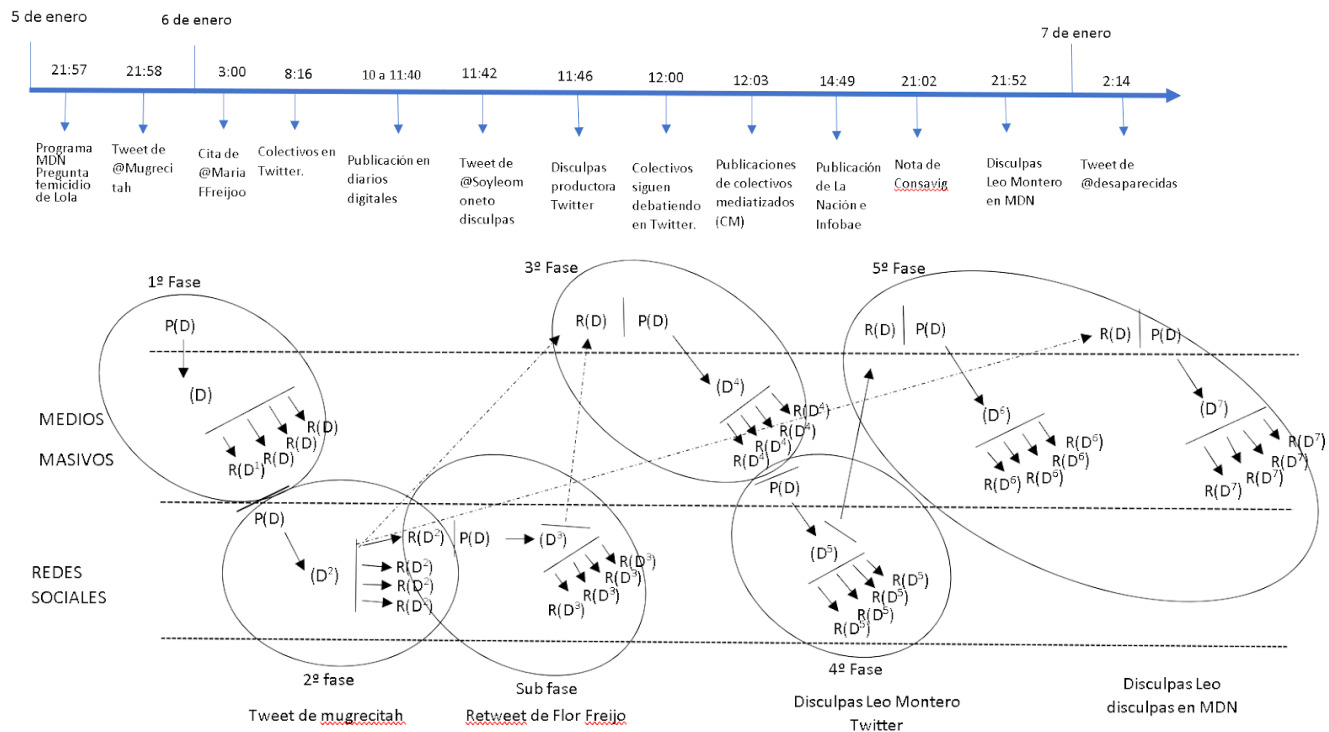


El caso seleccionado es el del conductor Leo Montero, precisamente la circulación de un fragmento de su programa *Mejor de Noche*, emitido por Canal Nueve. Hemos decidido tomar a la televisión como medio de comunicación masivo que emitió el programa y la red social Twitter, en donde un televidente—ahora como enunciador creador de discurso—desde su cuenta publicó una imagen del programa para dar a conocer lo que estaba aconteciendo. También la prensa —otro medio de comunicación masivo— formó parte del hecho al informar respecto de la polémica que se generó tras el programa. La repercusión del debate en redes fue tal que al día siguiente el conductor, Leo Montero, se vio obligado a pedir disculpas por el hecho, en nombre del canal (Nueve) y de la productora (Kuarzo).

Las redes sociales hoy tienen tanto poder que logran incidir en medios masivos como la televisión y viceversa. Es por eso que nos resulta interesante indagar el amplio debate que se generó a partir de la utilización de un femicidio como parte de un juego en el marco de un programa de entretenimiento. Además, nos interesa analizar el alcance y el peso de las redes sociales en relación a otros sistemas mediáticos gracias a su posibilidad de *feedback*. Como miembros de una generación que se formó en la era digital, este caso nos interpela porque en él se ve un claro ejemplo de cómo ha cambiado el juego de poder que antes residía única y exclusivamente en los medios tradicionales.



NIVEL DE OBSERVACIÓN DIACRÓNICO

En el gráfico podemos ver que la *fase 1* está compuesta por **D**, que representa la pregunta hecha en MDN sobre el femicidio de Lola Chomnalez, en tanto, las **R** representan los reconocimientos de los televidentes. Por otro lado, **D2**, dentro de la *fase 2*, representa el discurso (elaborado en reconocimiento) de un usuario en Twitter (@mugrecitah), que critica la pregunta y genera el cambio de fase, dado que hay una interpenetración entre dos sistemas mediáticos. De este nuevo discurso se desprenden las **R(D2)**, cuya totalidad se fragmenta en dos partes: una de circulación horizontal, ya que el estatuto de los enunciadores es el mismo, y una levemente ascendente, que representa el reconocimiento de un individuo profesional (INDP), quien luego produce un nuevo discurso, **D3**, que genera una subfase, ya que el debate adquiere mayor relevancia, pero no hay, aún, una interpenetración de sistemas mediáticos. Luego, en la *fase 3*, tenemos **D4**, que

representa las notas periodísticas elaboradas a partir del discurso de origen y los discursos elaborados en reconocimiento. Las **R(D4)** simbolizan los reconocimientos de los lectores de dichos medios, de los cuales, algunos generan discursos en reconocimiento en redes sociales, continuando el debate acerca de la pregunta sobre un femicidio en el contexto de un programa de entretenimiento. En la *fase 4*, **D5** representa las disculpas de Leo Montero en su cuenta oficial de Twitter. En consecuencia, las **R(D5)** representan los discursos elaborados en reconocimiento por otros usuarios de Twitter (con menor estatus), que replicaron, rechazaron o justificaron las disculpas de Leo Montero. En la *fase 5*, **D6** simboliza las nuevas notas periodísticas que reproducen el debate en Twitter más las disculpas del conductor de televisión, mientras que, las **R(D6)** representan los discursos elaborados en reconocimiento por parte de los usuarios de redes sociales. Finalmente, **D7** simboliza el pedido de disculpas de Leo Montero en el nuevo programa de MDN, las **R(D7)** representan, entonces, el reconocimiento de los televidentes de dicho programa.

Propiedades de la circulación

Teniendo en cuenta los conceptos esbozados por Mario Carlón, el presente caso analizado posee una circulación hipermediática cuya dirección cambia reiteradas veces, encontrando direcciones descendentes, horizontales, ascendentes y, en general y principalmente, transversal. La circulación cuenta en total con cinco fases y una subfase.

El caso inicia en los medios masivos, en el programa *Mejor de Noche* de Canal Nueve conducido por Leo Montero, en el cual, en uno de sus episodios, se hizo una pregunta acerca de un femicidio a los participantes. Inferimos que esta pregunta pasó desapercibida para los concursantes, que parecían no sentir ningún tipo de incomodidad ante la situación, dando comienzo así a la primera fase que cuenta con una dirección descendente. Esta situación no terminó ahí, ya que el episodio fue inmediatamente retomado por diferentes usuarios en las redes sociales. Esto desencadenó la fase 2 (de dirección horizontal), en la que un enunciador *amateur* y también anónimo (como lo es uno de los usuarios activos en este caso, @Mugrecitah) puso el foco en lo que estaba sucediendo en el programa, comentando y criticando la forma errónea y completamente banal en la que se trató un tema tan delicado.

Cuando este episodio llegó a las manos de un enunciador con estatuto superior (subfase) —como es la cuenta de Twitter de la politóloga y feminista Florencia Freijo (@mariaFFreijo con un alcance de 100 mil seguidores)—, el debate obtuvo aún más visibilidad, cambiando la dirección a una levemente ascendente. La difusión de la foto y del *tweet* criticando al programa y a la pregunta realizada fue tan exponencial que el episodio fue releído, revisado y reinterpretado por grandes cantidades de usuarios de la red, llegando a tener un alcance de 5.887 *retweets*, 2.907 citas y 51.8 mil me gusta. Detectamos que en esta fase y subfase se producen mayor cantidad de discursos en reconocimiento, dado que son los usuarios amateurs y profesionales quienes toman el discurso de origen (la pregunta del programa) para debatirlo, criticarlo y —en menor medida— justificarlo y, consecuentemente, exponerlo.

A raíz del estallido en redes sociales, el caso fue tomado por los medios masivos digitales, dando paso a la *fase 3*, ahora sí transformando la dirección de la comunicación en una ascendente, en tanto se desplaza de las redes a los medios masivos. Algunos de los portales de prensa online que elaboraron notas sobre el tema fueron *Infobae*, *Clarín* y *La Nación*. La repercusión provocó que Leo Montero diera una disculpa pública, tanto de manera personal como en nombre de la productora Kuarzo, acerca de lo ocurrido. Esta última secuencia compone la *fase 4*, en la que la dirección de la comunicación vuelve a ser descendente porque los usuarios de redes sociales que interactúan con la disculpa tienen un estatuto menor que el del conductor. Por último, el conductor pide disculpas en la nueva edición de su programa. Este hecho conforma la *fase 5*, en la que la comunicación sigue siendo descendente, ya que el estatuto del medio masivo no es el mismo que el que tienen los televidentes.

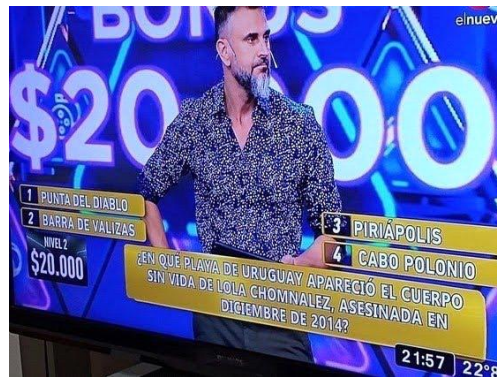
Concluimos que se trata de un caso de circulación transversal porque la información que sale de una institución de medios masivos, como es un canal de televisión, luego llega a las redes sociales a partir de *tweets* y difusiones de fotos/videos de la pregunta formulada en *Mejor de Noche*. El alcance masivo del caso en redes sociales y el repudio de miles de usuarios provocaron que este se volviera en contra de esa misma institución emisora, y que, por tanto, el asunto ya no sea tomado con levedad y como algo cotidiano sino todo lo contrario, asumiendo el error y pidiendo disculpas por ello.

NIVEL DE OBSERVACIÓN DE FASES

Dentro de este periodo, damos cuenta de cinco fases y algunas subfases que a continuación detallamos:

Fase 1°: Pregunta polémica en MDM

Esta primera fase contempla la emisión del programa *Mejor de Noche* (D1), el día 6 de enero, a las 21:56 horas, en donde Leo Montero les preguntó a los dos participantes en que playa de Uruguay había fallecido Lola Chomnalez .



¿En qué playa de Uruguay apareció el cuerpo sin vida de Lola Chomnalez, asesinada en diciembre de 2014?

Opciones:

- Punta del Diablo
- Barra de Valizas
- Piriápolis
- Cabo Polonio

La reacción a la pregunta por parte de los participantes no es distinta a las demás del juego. No se muestran incómodos ni nada por el estilo. Uno responde la opción 2 y el otro la 3, la respuesta correcta es la 2. En este caso, la dirección de la comunicación es descendente porque la relación entre el enunciador y el enunciatario es asimétrica: el medio de comunicación masivo envía el mensaje al público. En el gráfico D es el discurso originario, es decir, aquel constituido por el programa *Mejor de Noche*. La flecha entre P(D), que son sus condiciones de producción, y

(D) representa la publicación del discurso original en los medios masivos. Las R(D) simbolizan el reconocimiento de los individuos que en conjunto conforman distintos colectivos, la mayoría en contra de la forma en que se preguntó sobre el femicidio de Lola. Y las flechas son descendentes, justamente, porque como dijimos anteriormente, la comunicación es vertical y horizontal.

Fase 2°: Repudio en redes

Sostenemos que hay un cambio de fase porque hay un salto hipermediático al entrar en contacto (interpenetración) dos sistemas mediáticos (relación intersistema): medios masivos y redes sociales. En esta fase se genera un colectivo porque actores individuales coinciden en repudiar la pregunta que hizo Leo Montero debido al gran impacto que generó el *tweet* (51.9 mil me gusta, 5.890 *retweets* y 2.907 *tweets* citados) de una usuaria *amateur*, cuya cuenta es @mugrecitah. En este caso el discurso originario pasa a ser la condición de producción de (D2), que es el texto de la internauta publicado en Twitter. En primera instancia, se establece una relación entre pares, es decir, una comunicación de dirección horizontal.

Discursos de rechazo en Twitter e Instagram

5 de enero

21:58 [@Mugrecitah](#) (Individuo Amateur) da a conocer, a través de imágenes que publica en Twitter, la pregunta hecha en el programa de Leo Montero. Continúa el hilo con *tweets* de usuarios, tanto amateurs como profesionales, que critican el programa y otros que lo defienden o se mantienen “neutrales”. Se enfoca en la naturalización de los femicidios y temas relacionados a género en los medios. Este *tweet* es el que consideramos como *tweet* uno o de inicio.



22:00 [@jjazminp](#), un individuo amateur (IA), publica un *tweet* denunciando el acontecimiento utilizando



De los creadores de "el juego de preguntas y respuestas sobre el femicidio de Ángeles Rawson" llega: hoy juegan sobre el femicidio de Lola Chomnalez. Para Canal 9, Leo Montero y los productores de ese programa de mierda, nuestras vidas son un juego.

10:00 p. m. · 5 ene. 2021 · Twitter for Android

173 Retweets 6 Tweets citados 646 Me gusta

6 de enero

8:16: [@fortavat](#), un individuo amateur (IA), publica una foto de lo sucedido en el programa de Leo Montero. “20.000 pesos por saber dónde apareció asesinada Lola Chomnalez”.

10:48: [@negative101](#), un individuo amateur (IA), difundió una recopilación de todas las preguntas que se hicieron sobre femicidios en el programa de Leo Montero, demostrando que esto no es un problema aislado sino una tendencia.

11:46: [@Prensa Kuarzo](#), (MM) Al día siguiente, la productora del programa –Kuarzo- pide disculpas, en nombre del programa y de la misma.

12:51: [@EstelaEDiaz](#) (ministra de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la Provincia de Buenos Aires) (INDP) interviene una institución, en este caso Estela Díaz, quien menciona la “banalización de la violencia extrema de género” y crítica a quienes no fueron capaces de frenar esto.

12:03: [@Pasquinelli](#) (INDP) (artista, abogada y responsable del proyecto Mujeres que no fueron Tapa) *tweeteó* en [@mujeresquenofu1](#): “Los medios de comunicación son agentes fundamentales en la reproducción y construcción de una cultura que desprecia la vida de las mujeres”.

13:40: [@LetyGomezCba](#) (INDP), escribió: “Los femicidios no son un juego, la espectacularización de la violencia machista no nos lleva a construir caminos más igualitarios”.

14:43: [@gonzaloaziz](#) (INDP) etiqueta a los responsables y hace una denuncia pública de lo sucedido. “Abrazo enorme a la familia y a los amigos de Lola Chomnalez ante semejante falta de respeto y de sensibilidad de parte del programa”, escribió,

14:46: [@perfectnoshame](#), un individuo amateur (IA), publica una foto que parecería ser el lema de una campaña contra lo sucedido en el programa de Leo Montero: “No es entretenimiento, es violencia”, ya que posteriormente se hizo *hashtag*.

21:02: [@PerlaPrig](#), un individuo (IA), comenta que la CONSAVIG se ha quejado oficialmente con Canal 9. Publica la nota enviada al canal.

7 de enero

02:14 [@desaparecidaorg](#), entendido como un medio colectivo (MC), hace una denuncia pública contra Canal 9. “La violencia machista no para, y los medios de comunicación, como [@CanalNueveOK](#), se lo toman en broma”, sentenció.

[@RevistaSudestada](#) es un medio masivo (MM) que permanentemente denuncia casos de machismo mediático en sus posteos y que, a raíz de la polémica generada en el programa de trivias *Mejor de Noche*, este medio se sumó a la ola de descontento y expresó su indignación por lo sucedido, repudiando tajantemente el uso de cuestiones sensibles como femicidios para brindar entretenimiento.

[@Mujeresquenofuerontapa](#) es un medio colectivo (MC), activista y feminista que se manifiesta en redes sociales y que busca desnaturalizar y resignificar estereotipos de género y mandatos establecidos por la cultura machista. Esta cuenta de Instagram también reclamó terminar con este discurso morboso de exponer casos de violencia de género en la industria del entretenimiento. En la publicación citan a Rita Segato cuando mencionan a los medios como difusores de lo que ella llama “pedagogía de la crueldad”, ya que observamos explícitamente cómo se naturaliza la cosificación de la mujer y se banaliza la violencia en los mismos.

Sostenemos que estos *tweets* y *posts* en Instagram son sustanciales porque demuestran que muchas personas, algunas pertenecientes a los movimientos feministas y de diversidad sexual, repudiaron instantáneamente lo ocurrido en el programa de Leo Montero, remarcando el modo en el que fue abordado el tema de los femicidios en un certamen televisivo. Consideramos que ese tipo de preguntas no informan ni aportan ningún dato que pueda ayudar a erradicar las violencias o que nos permita repensar los casos. Un medio tiene un gran público que en la comodidad de sus casas podría llegar a naturalizar tales respuestas en vez de cuestionarlas. Es por eso que sostenemos que se abordó de manera irresponsable una problemática social que afecta principalmente a las mujeres y al colectivo LGBTI+.

Subfase: En segunda instancia tenemos una subfase dado que, si bien seguimos dentro de un mismo sistema mediático, se establece una relación descendente entre una enunciativa profesional con más de 100.000 seguidores en Twitter: [Maria Florencia Freijo](#) (@MariaFFreijo) —escritora, politóloga, activista y feminista— y los demás usuarios *amateurs* [representados por las R(D3)], porque no tienen el mismo estatuto. Freijo cita (D3) el *tweet* de @mugrecitah dándole una mayor visibilidad al reclamo, lo que llevará a que se produzca la siguiente fase, cuando los medios masivos tomen ese debate.

6 de enero, 3 am: [@mariaFFreijo](#) (Individuo Profesional) cita a @Mugrecitah (usuaria de Twitter que publicó una foto del momento en que se hizo la pregunta en cuestión) con la siguiente frase: “Imagínate no más, que es tu hija”.



Fase 3°: El debate llega a los medios masivos

La difusión fue tal que los principales diarios y portales digitales tomaron el rechazo expresado en redes sociales y lo plasmaron en notas periodísticas tomando principalmente (D2). Nuevamente, hay un cambio de fase, ya que se da una interpenetración entre dos sistemas mediáticos distintos y, a su vez, hay un cambio en la dirección de la comunicación que pasa a ser ascendente (desde la red social hacia los medios de comunicación), pero que se transforma en una comunicación de dirección descendente cuando es publicada la nota periodística, dado que el estatuto entre los medios masivos y el público no es el mismo. En este gráfico, (D4) representa las notas periodísticas de los medios masivos, y las R(D4) representan los lectores.

El diario [Clarín](#) publicó una nota, el 6 de enero de 2021 a las 10:34, en la que resume lo ocurrido en el programa *Mejor de Noche* y recolecta las distintas reacciones, tanto de usuarios no oficiales de Twitter como de activistas reconocidos en las redes, a la pregunta que se hizo sobre el femicidio de Lola Chomnalez. Por su parte, la [Agencia Télam](#) difundió una nota, ese mismo día, sobre las disculpas de Leo Montero. La agencia realiza un resumen de todo lo acontecido previo a las disculpas públicas, citando a distintas personas que en el curso de las horas manifestaron su repudio e indignación. Más tarde, [FiloNews](#) también publicó una nota sobre el arrepentimiento de Leo Montero, citándolo y adjuntando el *tweet* mediante el cual se efectuaron las disculpas.

Lo que percibimos en todas estas notas es que no emiten ninguna opinión. Más allá del uso de palabras como “repudio”, “indignación”, “pregunta desubicada” y derivados para expresar la postura que estos medios tienen respecto de lo sucedido, estas publicaciones se dedican únicamente a reportar el acontecimiento y a recolectar las distintas reacciones esparcidas en la red y en otros medios. No detectamos repercusiones en programas televisivos, excepto la disculpa de Leo Montero en MDN. En cambio, en YouTube sí registramos repercusiones: comentarios en el video de un youtuber profesional El Laucha, quien relató lo sucedido en el programa MDN; en el video *La Trivia del Dolor* del santafesino Sin Ese; y en el del programa MDN subido al canal de YouTube. Los comentarios son variados, algunas personas critican el accionar del programa, en tanto, otros justifican o aceptan la pregunta hecha.

[La trivía del dolor](#): el medio digital (MD) santafesino Sin Ese, a través de su canal de YouTube, subió el primer video relacionado con el tema. En este, una periodista expresa su opinión y

recapitula varios femicidios para mostrar la magnitud y la repulsión que siente por lo ocurrido. Finaliza el video pidiendo perspectiva de género en los medios.

Algunos comentarios del video:

- 2016: “El Frente para la Victoria (Frente de Todos) y la izquierda votan en contra de la ley de prisión efectiva para violadores y asesinos”.
- 2020: “El gobierno nacional les da libertad a presos por violaciones y asesinatos, las víctimas comienzan a aumentar”.
- “Sólo dejo estos datos que todos invisibilizan. Los culpables están arriba, en la cúpula”.
- “Qué raro, los medios de comunicación tapando a los hdmp mal nacidos de los victimarios”.

[Indignación, Destrozaron a Leo Montero por incluir en su programa una pregunta sobre femicidios- 7 de enero 2021](#): en este video, el youtuber El Laucha, entendido como medio individual (MI), hace un breve resumen sobre lo sucedido en *Mejor de Noche* y la repercusión que esto tuvo en las redes sociales. También da su propia opinión en varios momentos. Algunos comentarios del video:

- “Leo Montero si tiene culpa porque sabe bien qué tipos de preguntas harán, cualquier persona inteligente sabe eso y no lo defendería. Que pida disculpas en el programa y acepte lo patético que resultó todo esto. Yo como participante me hubiera negado a responder esas preguntas”.
- “En realidad siempre hacen preguntas de cosas policiales, no es un juego el asesinato simplemente la temática, nadie se burló de nada. Que gente sensible”.
- “Alguien mira esos programas de mierda? Creo que Youtube o Netflix es lo que todos miramos”.
- “Mira no soy de la generación de cristal amo el humor negro, también me caen mal las feminazis que destruyen todo, pero a pesar de todo eso terrible desubicada la pregunta más que todo para los padres de la hija muerta”.

Estos fueron algunos comentarios del video en YouTube del programa MDN:

- “Con la pregunta sobre el femicidio de Lola, nadie dijo: che no da?”.

- “Que dolor para los padres de Lola ver como en un programa de TV juegan con la muerte de su hija!! LAMENTABLE FALTA DE RESPETO!!”.
- “Como si nuestras muertes fueran un juego, que desastre son.”
- “LEO LOS BANCO!! FUE UN GARRÓN LA PREGUNTA Y FUE UN ERROR!! PERO SE NOTA QUE NO SON MALA LECHE!! ABRAZO GRANDE!!”.
- “Nefasto, cada vez más baja la televisión. ¿En serio en ninguna instancia nadie tuvo un mínimo grado de tacto/humanidad para rescatarse de la ranciedad que estaban haciendo? Asco y repulsión es poco.”
- “Son idiotas, la gente no entiende que la aberraciones son hechos históricos, parte de una realidad social que nadie soporta, siempre va haber gente frágil que piensa que olvidar es mejor al respecto, no hacer memoria es como olvidar el colectivo "NI UNA MENOS" si ustedes no hubieran hecho esa pregunta hoy quizás Lola queda en el olvido como todo femicidio, exageraron un poco sí, pero fue necesario, ahora Lola sigue en boca de todos, los felicito, no le den bola a la gente extremista, que ni se sensibilizan con otras cuestiones, sigan así, concientizando pese a la idiotas social”.

Fase 4º: Leo Montero pide disculpas en Twitter

Luego de la repercusión en los medios masivos, el conductor Leo Montero publicó en su cuenta personal —el 6 de enero a las 11:42 am—, un *tweet* pidiendo disculpas por el hecho y asegurando que no volverá a suceder (D5). En primer lugar, hay una dirección de comunicación descendente porque el estatuto de Leo Montero como enunciador no es el mismo que el de sus seguidores. En segundo lugar, el pedido de disculpas de Montero va a ser tomado por los medios masivos por lo que la comunicación pasa a ser ascendente. Hay un cambio de fase porque a partir de la repercusión en medios masivos, el conductor hace un descargo, pero lo hace a través de las redes sociales creando un contacto entre ambos sistemas, al igual que sucederá cuando los mismos medios retomen sus disculpas dando lugar a la siguiente fase.

11:42: [@soyleomontero](#) (Individuo Profesional) pide disculpas en nombre del programa *Mejor de Noche* Canal 9 y Prensa Kuarzo. Además, [@soyleom](#) [HYPERLINK "https://www.instagram.com/p/CJtUUVChpsH/?utm_medium=copy_link"o](https://www.instagram.com/p/CJtUUVChpsH/?utm_medium=copy_link) [HYPERLINK "https://www.instagram.com/p/CJtUUVChpsH/?utm_medium=copy_link"ntero](https://www.instagram.com/p/CJtUUVChpsH/?utm_medium=copy_link) replicó las

disculpas en su cuenta oficial de Instagram: "Fue 100% desatinado. Asumimos el error y no volverá a suceder. Saben ustedes con el respeto y altura que manejo con estos temas".



Observamos que hubo cierta falta de criterio por parte del conductor y del programa al momento de las disculpas, pues no tuvo una mirada crítica al hablar de un tema tan sensible del cual parecería no haber un *mea culpa* de ambas partes. Consideramos que en este caso se ve claramente una deficiencia en la comunicación para tratar estas cuestiones, pues resulta menester hablar de femicidios en los medios porque es un fenómeno estructural, pero trabajándolo desde una perspectiva de género, con responsabilidad social y ética para poder generar conciencia como, por ejemplo, mediante una pregunta que dé a conocer a qué número deberíamos llamar en una situación de violencia.

Fase 5°: Ecos de una leve disculpa

[MDN: Programa del 6 de enero de 2021](#) (MM)

El programa del día siguiente comienza con un pedido de disculpas por parte de Leo Montero. El conductor afirma que la pregunta fue “descontextualizada” y que fue un grave error por parte del programa. Además, se excusa con que la pregunta estaba relacionada a un informe que supuestamente le habían hecho al abogado de Lola Chomnalez (también le pide disculpas a este). El conductor remarca que la idea original era visibilizar los casos de femicidio, la violencia de género, la xenofobia y los actos de discriminación; y que tanto él como la producción “se sintieron tristes” por lo ocurrido. Finalizó asegurando que una situación como esa no se volverá repetir.

Mientras el debate seguía vigente en las redes sociales a partir de la aparición de Leo Montero después de la polémica, varios medios digitales hicieron eco de esta renovación en la repercusión y replicaron el descargo del conductor, en algunos casos incorporando nueva información o simplemente repitiendo lo que ya habían informado.

El portal [InfoBae](#) publicó una nota el 6 de enero sobre las disculpas de Leo Montero en vivo en su programa *Mejor de Noche*. El medio digital cita directamente lo que el conductor dijo durante el programa. De la misma manera, [La Nación](https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/leo-montero-hizo-pregunta-femicidio-lola-chomnalez-nid2562289/) [HYPERLINK](#) "https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/leo-montero-hizo-pregunta-femicidio-lola-chomnalez-nid2562289/"_comparte una nota en la que describe lo sucedido en el programa y replica las disculpas del conductor Leo Montero.

En el gráfico podemos ver cómo D5 (después de su reconocimiento) actúa como condición de producción de D6 que no es otra cosa que las notas periodísticas informando sobre las disculpas de Leo Montero y la pregunta polémica. Las R(D6) representan los reconocimientos de los actores individuales y las flechas son descendentes.

Finalmente, el primer salto hipermediático que se dio en las redes con el fuerte rechazo a la utilización de un femicidio como entretenimiento y el eco de los medios masivos, causó que, el 6 de enero a la noche en el programa *Mejor de Noche*, el conductor pidiera disculpas “oficialmente”. El hecho no tuvo mayor repercusión en redes sociales, por lo que el reconocimiento de D7 se quedó solamente a nivel de los medios masivos. En esta etapa de la fase, la dirección de la comunicación es descendente porque el estatuto del medio masivo no es el mismo que el que tienen sus receptores. Estos últimos, están representados con las R(D7), D7 es el pedido de disculpas, P(D) son sus condiciones de producción y las flechas muestran el sentido de la comunicación.

NIVEL DE OBSERVACIÓN MICRO

Leo Montero es un conductor de radio y televisión y además es actor. Es oriundo de Villa Carlos Paz, Córdoba y empezó a trabajar como movilero en 1994 en Canal 9. Entre 2006 y 2015 fue el conductor del programa *AM, Antes del Mediodía*, junto a Verónica Lozano, que se emitía de

lunes a viernes por la mañana, en el canal Telefé. En ese mismo canal, también condujo desde 2006 hasta 2010 el programa *100% Lucha*. En 2011, condujo una nueva versión de *AM: PM, Pasado el Mediodía*. Ese mismo año fue invitado a conducir el programa de deportes *Planeta Bonadeo*. Desde el 2008 relata partidos de los Play Off de la NBA por el canal Space. Entre 2015 y 2016 condujo *Pura Química* por ESPN junto a Mariano Zabaleta y Maju Lozano. En los meses de abril y mayo de 2013 fue conductor junto con la modelo Zaira Nara del programa de entretenimiento *Todos Contentos y Bastante Locos*. Desde 2016 hasta 2021 condujo *Mejor de Noche* en Net TV y en Canal 9. Desde junio de 2021, es conductor de *Estamos a tiempo* por América TV. En Twitter, cuenta con 51 mil seguidores, mientras que en Instagram aglomera 608 mil seguidores.

En cuanto a su enunciación, detectamos que en la fase 1, el conductor no se percata de la manera en la que está formulando una pregunta sobre femicidios en un contexto de entretenimiento. Y observamos cómo en su discurso pareciera que fuera natural hacer una pregunta de tal envergadura. Sin embargo, en la última fase, registramos que su enunciación vira hacia una postura más reflexiva, pues se cuestiona el haber hecho esa pregunta en dicho contexto.

Kuarzo es una productora de televisión argentina que se dedica principalmente a los programas de entretenimiento, fue creada en 2017 y su director general es Martín Kweiler. La productora siguió la misma línea que Leo Montero, de hecho, el conductor se disculpó en su nombre en Twitter. La enunciación de la productora casi no varía. Si bien, como mencionamos anteriormente, se disculpó, no emitió ningún programa o campaña en la que se concientice sobre la violencia de género. Su estatuto tampoco se modifica a lo largo de las fases.

Por otra parte, la primera usuaria que critica la pregunta en redes sociales es @mugrecitah, cuyo *nickname* es “Emi”. Esta cuenta no tiene una gran cantidad de seguidores (actualmente 683), no obstante, el *tweet* que señala la pregunta elaborada en MDN el 5 de enero tuvo un gran alcance: 51.9 mil me gusta, 5.890 *retweets* y 2.907 citas. Es decir, el estatuto de este enunciador no cambió luego de que el escándalo ascendiera a medios masivos ni siquiera luego del pedido de disculpas de Leo Montero en Twitter y en su programa.

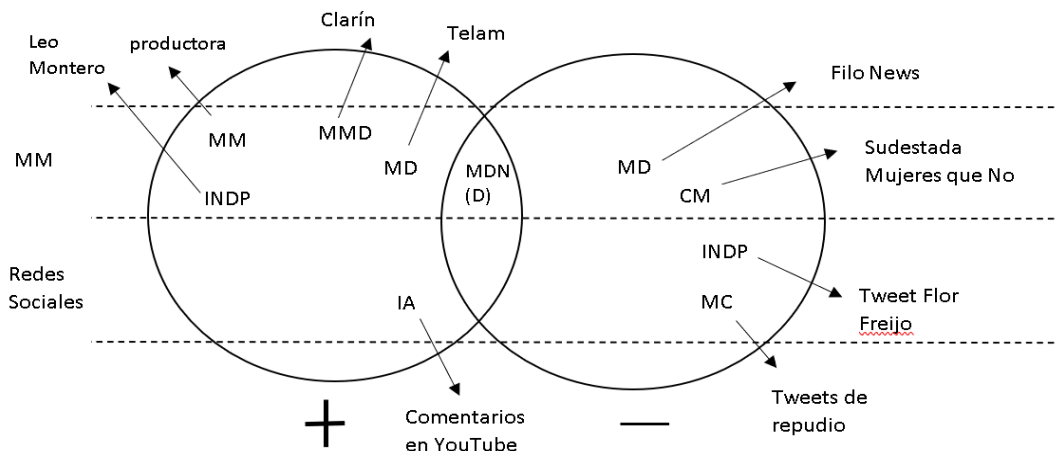
“Usan los femicidios para hacer juegos de preguntas en la tele. Hay gente justificando el formato del programa, dicen que siempre hacen preguntas sobre el tema a tratar, no puedo creer que

naturalicen algo así, de esto hablamos cuando decimos que necesitamos perspectiva de género en los medios”, escribió la internauta en redes. La usuaria hace alusión a un tema que los movimientos feministas reclaman hace mucho: la perspectiva de género en medios masivos.

Luego, el 6 de enero, María Florencia Freijo (escritora, politóloga, activista y feminista), entendida como enunciativa profesional, cita el *tweet* de @mugrecitah y agrega su propia opinión sobre el tema. Su cita, en la que pide a los demás usuarios que se imaginen que Lola podría ser su hija, alcanza los 1.397 *likes*. En cuanto a su enunciación, notamos que no cambia a lo largo de las fases, es decir, su postura ante el modo en que se preguntó por un femicidio en un programa televisivo de entretenimiento es el mismo. Respecto a su estatus, tampoco varía, ya que su lugar en las redes fue consolidado previamente al episodio. La politóloga siempre participa en debates relacionados al género. Dentro del movimiento feminista, Freijo ha sido bastante criticada por su postura u opinión respecto de ciertos temas como el debate sobre abolicionismo/regulacionismo de la prostitución y, más recientemente, fue repudiada por considerar que el trato que recibió Eugenia “China” Suárez por parte de los medios respecto a la separación de Mauro Icardi y Wanda Nara es un “femicidio mediático, colectivo y simbólico”. Para quienes la critican, esto banaliza el acto de violencia que es un femicidio.

Detectamos que, a partir del *tweet* de @mugrecitah y @MariaFFreijo, se generó un colectivo que, en líneas generales, repudió la pregunta sobre un femicidio en un contexto de género sin que se produjera una segmentación dentro de ese mismo colectivo. Creemos que este es uno de los pocos casos en los que la mayoría de usuarios coinciden en su postura, es decir, en rechazar (con distintos argumentos) la manera en la que se abordó el femicidio de Lola Chomanlez. Este colectivo no perduró en el tiempo, es decir, alcanzó su mayor auge en la fase 2 (en donde se produjeron mayor cantidad de discursos en reconocimiento), pero en la fase 5, es decir, luego del pedido de disculpas de Leo Montero en el programa MDN del 6 de enero, el colectivo se disolvió. Es por eso que partir del debate no se creó ningún tipo de colectivo u organización que busque un tratamiento apropiado sobre los femicidios en medios masivos.

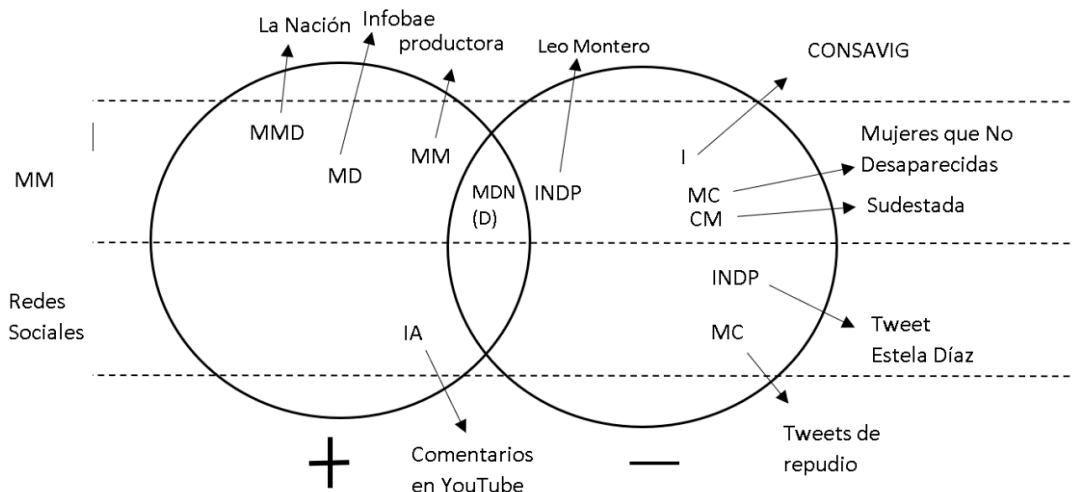
NIVEL DE ANÁLISIS ESPACIAL



Antes del

pedido de disculpas de Leo Montero en Twitter:

Después del pedido de disculpas de Leo en Twitter



Elegimos para marcar un antes y un después respecto a la espacialidad y los posicionamientos de los enunciadores, el evento significativo en el que el conductor Leo Montero (INDP) pide disculpas en Twitter, en nombre de él, del programa y de la productora Kuarzo.

Nuestro objetivo es ubicar a los principales enunciadores mediáticos del hecho y su respectivo posicionamiento. Encontramos que antes del pedido de disculpas una gran cantidad de usuarios repudiaron la pregunta sobre el femicidio de Lola, creándose un colectivo mediático. El rechazo comenzó gracias al *tweet* de un individuo amateur (IA) que se propagó mucho más gracias a la cita de un individuo profesional (INDP). Detectamos que solo un medio digital (MD) criticó la

consigna del programa, dándole mayor seriedad y profundización al tema. Colocamos a todos estos actores mediáticos en la esfera negativa, ya que todos rechazaron la pregunta hecha en MDN. Por otro lado, verificamos que tanto Leo Montero (INDP) como la productora (MM) justificaron la pregunta realizada en un intento de pedir disculpas. En tanto, algunos medios masivos digitales (MMD) se limitaron a describir lo sucedido sin dar ninguna opinión al respecto. Por esa razón los ubicamos del lado positivo, un poco más cerca del centro, porque consideramos que, al no hacer ningún tipo de crítica ni reflexión, están aceptando/naturalizando el tratamiento del tema en un contexto de entretenimiento. Además, detectamos algunos comentarios de individuos amateurs (IA) justificando o minimizando el hecho. Ubicamos a estos actores mediáticos del lado positivo, dado que justifican o aceptan la pregunta hecha en el programa.

Después del pedido de disculpas del conductor Leo Montero (INDP) en Twitter, notamos que los colectivos mediáticos siguieron repudiando el accionar del programa y del conductor, además la institución (I) CONSAVIG se pronunció al respecto, así como también lo hicieron medios colectivos (MC), colectivos mediáticos (CM) e individuos profesionales (INDP). A todos ellos los colocamos del lado negativo porque rechazaron la pregunta. En el caso de Leo Montero, si bien lo ubicamos dentro de la esfera negativa porque pidió disculpas, consideramos que no fue suficiente por la falta de criterio al momento de disculparse, pues consideramos que debería haberlo resarcido de alguna manera (campana de concientización sobre femicidios o violencia de género, por ejemplo). En el lado positivo, más cerca esta vez del lado negativo, ubicamos a la productora, ya que hizo un pedido de disculpas bastante escueto en Twitter. También a *La Nación* (MMD) porque solo se limitó a relatar lo sucedido en el programa y a replicar las disculpas de Leo Montero. Por último, dejamos los comentarios de usuarios amateur en YouTube porque no cambiaron de parecer.

CONCLUSIONES

El discurso de Leo Montero se transforma –o al menos podemos ver la materialización de esa transformación— en las fases 4 y 5, cuando el conductor hace una autocrítica y pide disculpas por haber hecho la pregunta sobre el femicidio de Lola Chomnalez en su programa MDN. En

cambio, el discurso del colectivo generado en Twitter no se transforma a lo largo de las fases, ya que, en cada una de ellas, los usuarios rechazan la manera en la que se abordó el femicidio de la joven argentina.

El programa MDN ya había utilizado un caso de femicidio, el de Ángeles Rawson, como parte de las preguntas del certamen —esto entonces lo identificamos como una condición de producción de la pregunta sobre Lola—. En esa ocasión, la pregunta pasó desapercibida tanto para los concursantes como para los televidentes. Si no hubiera sido por la repercusión del *tweet* de @mugrecitah, quizás, la pregunta sobre Lola también hubiera pasado desapercibida. Para nosotros esto revela el poder que tienen las redes sociales para denunciar una situación. Tal como señaló Carlón en “Registrar, huir, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea”, *Estética, medios y subjetividades (2016)*, la sociedad hipermediatizada se caracteriza por individuos amateur que se apropian de contenidos que les interesan, opinan sobre ellos, los comparten, los critican y/o transforman. En nuestro caso, hubo una masiva y generalizada crítica hacia la pregunta hecha en el programa.

Podemos notar que los discursos producidos en redes sociales apuntan directamente contra Leo Montero, la productora y la pregunta en sí. Los usuarios no escatiman en improperios o en dar sus opiniones explícitamente. Por el contrario, los medios masivos se limitan a relatar lo sucedido, intentan informar sobre lo que pasó, pero sin criticar ni opinar sobre el tema. Mientras los internautas reclaman perspectiva de género en los medios, estos últimos se limitan a replicar lo que sucedió en MDN y en redes. El rechazo inmediato en redes puso de relieve una problemática que los movimientos feministas y de diversidad sexual reclaman desde hace mucho tiempo: la perspectiva de género en medios masivos -esto incluye un tratamiento correcto de la violencia de género, campañas de concientización, la inclusión de personas trans, la igualdad en los salarios, entre otros-.

En los últimos años, la perspectiva de género comenzó a introducirse en los medios masivos, por ejemplo, se pasó de hablar de “crimen pasional” a “femicidios” y, recientemente, se sancionó la ley de equidad de género en medios de comunicación (Ley 27.635). Sin embargo, creemos que aún falta una mirada transversal y este caso lo puso de manifiesto. Con esto queremos concluir que es necesario hablar sobre la violencia de género en la televisión de manera responsable,

brindando información certera, generando campañas de concientización, utilizando los términos correctos y permitiendo la pluralidad de voces.

Como mencionamos anteriormente, la pregunta hecha en primera instancia sobre el femicidio de Lola no informa ni aporta ningún dato que pueda ayudar a erradicar las violencias o a repensar los casos, como sí lo sería si se preguntara, por ejemplo, cuál es el número al que uno debe llamar ante una situación de violencia o cuándo se sancionó la Ley Micaela, qué establece dicha norma, entre otros.

Finalmente, y retomando la Ley Micaela, creemos que es menester que los trabajadores de medios masivos se capaciten con perspectiva de género, ya que, como pudimos ver, su mensaje llega a miles de televidentes; necesitamos una nueva mirada que proponga cambiar el paradigma sobre dónde poner el foco en un caso de violencia o cómo encarar la protección mediática de las víctimas, entre muchos otros planteos. Los comunicadores deberían tratar el tema desde un lugar educativo, de respeto y que concientice a la sociedad.