

GUÍA DEL TRABAJO PRÁCTICO
SEMIÓTICA DE REDES (2023)



“NO SOY ESE”: DAVO XENEIZE

CÁTEDRA CARLÓN

COMISIÓN 24 - PROFESORA JOSEFINA DE MATTEI
(JUEVES DE 09 A 11HS)

GRUPO 4

INTEGRANTES: Gómez, Guaymas, Hermelo, Laurens, Romero y
Silvestre

FECHA DE ENTREGA: 9/11/2023

“NO SOY ESE”: DAVO XENEIZE



En el presente trabajo nos proponemos analizar los discursos risibles generados alrededor de la figura de Davoo Xeneize. Damián Fraticelli (2021) define lo reidero como el dominio semiótico que promueve la risa, el cual, a su vez, constituye un marco metacomunicacional ya que siempre se refiere a un otro. El autor también señala: “una de las propiedades que identifica a lo reidero es su incongruencia con los horizontes de expectativas establecidas en lo serio” (p. 120). Ello fue exactamente lo que sucedió con Davo, nuestro objeto de estudio, en donde alrededor de él se crearon múltiples comparaciones con distintos objetos, cuyo desarrollo profundizaremos más adelante.

Elegimos este caso porque nos parece una figura relevante en la actualidad, el cual alcanzó una inmensa cantidad de seguidores y visualizaciones, particularmente por los memes y chistes que se generaron a partir de él. En este sentido, creemos que es un claro ejemplo del humor hipermediático. Además, consideramos que el campo de estudio de Twitch es aún poco explorado y por eso encontramos aquí una gran oportunidad para analizar en profundidad esta plataforma. Lo mismo establecemos respecto a los stickers de la plataforma WhatsApp, ya que si bien los grupos o mensajes en sistema underground fueron caso de análisis en diversos estudios, esta faceta reidera, de relevancia en nuestro caso, no fue tan estudiada en profundidad.

Comenzaremos contando acerca de él. David Quint, más conocido como Davo Xeneize, es el streamer de fútbol más popular del momento. El joven de 20 años es fanático de Boca Juniors y reúne miles de espectadores en Twitch (davooxeneize), plataforma en la que, en el tiempo

que empezamos este análisis, tenía cerca de medio millón de seguidores y ahora cuenta con 1,5 millones. Lo que había comenzado como un juego hoy es su trabajo: Davo streamea de miércoles a domingo desde las 11 de la noche hasta las 5 de la madrugada, aproximadamente.

Comenzó su carrera publicando videos en Tiktok allá por el 2021. Luego, su fama comenzó a crecer y hoy cuenta con más de un millón de seguidores y más de 70 millones de visualizaciones en Youtube. En dicha plataforma tiene tres canales: Davoo Xeneize (482 mil suscriptores), Davoo Xeneize Plus (850 mil) y Davoo Xeneize Twitch (1.3 millones). Su contenido es principalmente de análisis futbolístico y por momentos humorístico, y contó varias veces que el pasar económico de su familia lo impulsó a hacer contenido.

Su colectivo de seguidores es muy grande y una particularidad lo unió especialmente en el 2022: comenzaron a ver parecidos en Davo, ya sea con objetos, otras personas o personajes. Acá nace nuestro objeto de estudio. En nuestro trabajo registramos la primera comparación, que sucedió con un puerro durante el mes de junio del 2022, la cual desencadenó en su frase patentada: “chicos, yo no soy ese”.

Por eso nuestro proyecto implica un análisis de la circulación **horizontal-vertical**, ya que, la circulación se da tanto de forma intrasistémica (dentro del mismo sistema) como intersistémica (con los otros sistemas). Las comparaciones surgen en el sistema con medios base en internet (en este caso, Twitch) y circulan dentro de los tres sistemas mediáticos (medios masivos - con base en internet - Underground), sin la expresión pública de una institución que se haya visto afectada, por lo que no representa un caso mixto.

Para poder llevar a cabo nuestro trabajo, fue necesario monitorear los distintos medios que forman parte del análisis de la circulación, desarrollado por Mario Carlón (2016). Nos encargamos de juntar múltiples registros, en primer lugar, todos aquellos Medios con base en Internet, que comprenden Youtube, Twitch, TikTok, Twitter, Instagram y distintos medios digitales como TN o TyC Sport. Por otro lado, también monitoreamos el área Underground, dando a conocer los diversos stickers que se crearon para compartir en WhatsApp. Por último, dimos seguimiento de los Medios Masivos, como la Radio Urbana Play 104.3 FM, Perros de la Calle, para poder dar cuenta del salto hipermediático, definido por Carlón (2016) como un proceso intra-sistémico que se venía desarrollando en los medios con base en Internet y pasamos a otro inter-sistémico, entre redes y medios masivos (p. 86) que se desarrolló como consecuencia de la expansión de este fenómeno que analizaremos a continuación: **DaPuerro. Yo no soy ese, chicos.**

Retomando a Fraticelli (2021), en la actualidad “lo reidero mediático ya no es patrimonio de profesionales sino también de amateurs” (p. 117). Esto lo podemos ver claramente reflejado en nuestro análisis, ya que, los discursos creados por su colectivo son realizados por simples personas detrás de una pantalla; por usuarios amateurs, y se realizan en un nuevo contexto de producción colaborativa.

A continuación, presentamos el gráfico de circulación, en donde podemos diferenciar la presencia de estos discursos risibles en los tres sistemas: medios masivos, redes sociales y underground. El concepto que empezó a circular simplemente entre individuos a través del sistema de redes sociales, comenzó a ascender hacia el sistema de medios masivos, provocando un salto hipermediático y una demostración clara de la circulación tal y como la explica Carlón, con relaciones horizontales y verticales tanto intersistemática como intrasistemática.

El fenómeno humorístico y viral de "DaPuerro" consigue así crear un camino a través de todas las instancias de lo mediático, representando la propia forma del humor hipermediático. Señalado por Fraticelli (2021) como aquel en el que la participación de múltiples enunciadorees y la producción colaborativa de intervenciones artísticas de todos los usuarios, amateurs o no, representan este nuevo estilo de lo reidero, en este caso, a partir de imágenes que resultan graciosas, las cuales son convertidas en memes: que se concentran en *reírse de Davo* y sus similitudes, quien termina por identificarse y reírse también.

Nuestro análisis requirió un enorme trabajo de recolección y recorte de datos debido al incremento de la complejidad comunicacional que se produjo a medida que fue tomando relevancia el caso. Nos encontramos con mucha cantidad de información, y por ello decidimos escoger los elementos más representativos de cada fase.

1. Nivel de observación diacrónico

-Discursos

(D1) : Discurso análisis, primera comparación en Twitch.

(D2) : Hilo recopilatorio @Joaconel en Twitter.

(D3) : Reacciones de Twitch.

(D4) : Stickers en WhatsApp.

(D5) : Stream de Coscu con jugadores de la Selección Argentina en Twitch.

(D6) : Notas en los medios digitales sobre la transmisión con Coscu

(D7) : Davo como invitado en Perros de la calle, Urbana Play.

(D8) : Continuidad de las comparaciones en las redes sociales.

- Medios

Medios masivos (MM) : Urbana Play (Perros de la calle)

Medios digitales (MD) : Caja Negra, Coscu Army Awards

Medios masivos digitales (MMD) : Clarín, Crónica, TN, La Nación, TyC

- **Colectivos**

Colectivos mediáticos (CM) : Seguidores de *Davo* / colectivo de usuarios en whatsapp

- **Individuos**

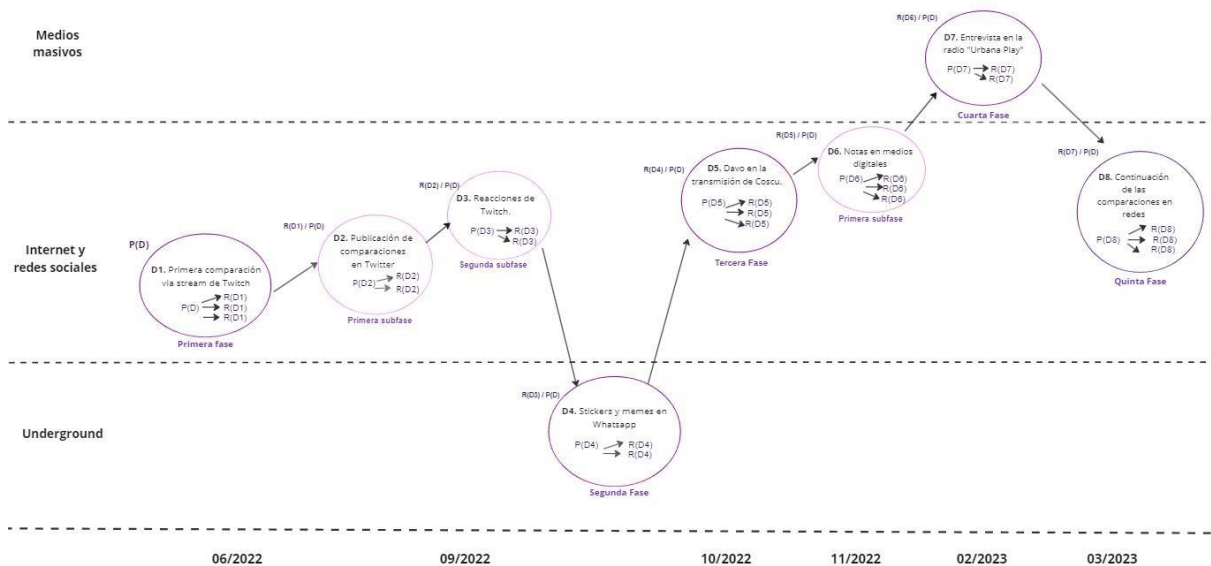
Individuos profesionales (INDP) : @momorelojero

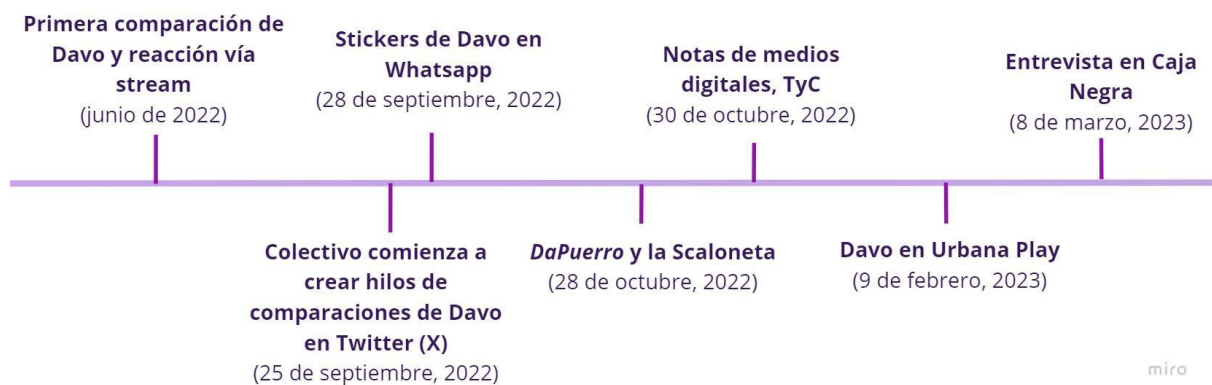
Individuos amateurs (IA) : Twitter @joaconel / @sofachamarquez / @ibarrista_ /

@SRfranketooo / individuos de whatsapp

- Instituciones (I)

Coscu Army Awards





2. Nivel de observación de fases

Primera fase: Las comparaciones de Davo

La primera fase consta de las comparaciones realizadas a Davo en distintos medios con base en Internet, las cuales derivaron en un montón de nuevos reconocimientos, representados por nuevos parecidos y comentarios cómicos.

Luego de un exhaustivo trabajo de investigación, logramos dar con la primera comparación de Davo en junio del 2022 (D1). El registro que encontramos es de Youtube, aunque originalmente pertenece a su canal de Twitch. Allí éste reacciona a una imagen que uno de sus seguidores le pasó por el chat (en formato link) que lo compara con un puerro con guantes y lentes de sol, argumentando que tenían una apariencia similar. Él responde indignado con un “yo no soy ese”, frase que utilizaría después siempre como estandarte.

Los discursos risibles al respecto comienzan a crecer de forma agigantada, y se trasladan a otras plataformas, como por ejemplo Twitter (D2), por lo que identificamos una circulación horizontal a lo largo de esta etapa.

Subfase 1: Davo en Twitter

Durante esta primera subfase, registrada a partir del 25 septiembre del 2022 con un hilo recopilatorio de semejanzas publicado por la cuenta de Twitter de @Joaconel (81.8 mil

seguidores, 978 likes y 38 retweets), se establece casi simultáneamente, de forma horizontal, un intercambio entre pares, entre miembros de un mismo sistema. Dentro de la plataforma de Twitter, los usuarios compartían sus comparaciones sobre Davo, alcanzando incluso casi veinte mil visualizaciones.

Una observación relevante en esta parte de nuestro análisis es la creación de colectivos, definidos por Verón (1997) como un agrupamiento de personas en torno a un mismo interés: en este caso, a producir parecidos de Davo con diversos objetos. Si bien comenzó solo entre seguidores del canal de Davo, éste fenómeno se esparce hacia otros individuos que no formaban parte o ni siquiera sabían quién era.

Es así como, el colectivo de seguidores de Davo, vinculados por los discursos risibles generados alrededor de su figura, empezaron a llamarlo “Dapuerro” y, además, comenzaron a compararlo, ya no solo con un puerro, sino con otros objetos insólitos, como un tacho de basura con hojas que simulan pelo y anteojos de sol, un vaso de vidrio con Coca-Cola, un dibujo animado de un pancho, con pelo rubio y anteojos de sol, un tarrito con escarbadientes que hacen de pelo, un durazno, un personaje de Dragon Ball-Z y otro de la Marca de Pastas "Niño" Lucchetti con pelo afro colorado, guantes y anteojos, con el personaje de Seven-Up, Fido Dido, con el famoso "ElPolaco", entre otros. Lo que comenzó como un chiste, luego empezó a difundirse por toda la plataforma. Tomó tal magnitud que cuando se buscaba “puerro” en Google, aparecían fotos de Davo y “puerro davo”; como consecuencia, muchos de sus discursos, antes de fútbol, ahora trataban este nuevo fenómeno.

Subfase 2: Davo reacciona en Twitch

El 1 de noviembre de 2022, tiempo después de la anterior subfase, encontramos un clip de un stream en donde reacciona al hilo de Twitter mencionado previamente (D3). En esta subfase, se produce una complejización del discurso, ya que Davo reacciona en su stream a las imágenes de comparaciones publicadas en Twitter. Pudimos observar que la posición del streamer ante estos “memes” cambió. Se denota en este clip el quiebre en su reacción. Como mencionamos, al inicio se mostraba molesto ante estas semejanzas, existía alguna resistencia. A partir de ese momento empieza a tomar esta situación más livianamente, le causa hasta gracia, se ríe de sí mismo y de las creaciones de su colectivo. Por otro lado, de forma horizontal, el colectivo de seguidores comenzó a generar discursos dentro del mismo sistema de medios, pero comienza con más feedback entre los diferentes participantes, en las diferentes plataformas, generando

así, aún más circulación y repercusión entre la creación de memes y parecidos, aumentando las visualizaciones y comentarios de éstas.

Esta difusión fue lo que provocó que también Davo comience a ser mencionado por Medios Masivos Digitales, como Clarín y Crónica digital, quienes publicaron una nota hablando sobre el streamer y su poca suerte en el amor debido a sus reiteradas comparaciones, con los titulares de “El streamer sin suerte con las mujeres: ‘Imaginate salir con un tipo que lo comparan con un puerro’” o “El popular streamer sin suerte con las mujeres que hizo catarsis en las redes y se volvió viral: ‘Solo sé de fútbol’”. También, el fenómeno DaPuerro llegó al espacio más íntimo y privado, dando así inicio a una nueva fase.

Segunda fase: Dapuerro llega a lo privado

Con una circulación descendente, las comparaciones de Davo comenzaron a circular a través de stickers (D4) y memes en el *underground*, esto es el ámbito de lo privado en donde la circulación no es pública. Debido a la gran difusión de este tipo de imágenes en Twitter, comenzamos a notar que los individuos solicitaban los stickers del streamer o, cuando se publicaba un tweet de un chat usando stickers de Davo, en los comentarios se pedía que los compartieran. El primer sticker que encontramos, del 28 de septiembre (2022), se trata de una imagen de Davo con su cara distorsionada y con una inscripción debajo que dice "Yo no soy ese chicos".

En la actualidad es muy común que los discursos risibles lleguen a este sistema, en donde se difunden pero siguen en la intimidad. Incluso, no se necesita que esos stickers sean enviados directamente, sino que también se puede acceder a ellos a través de distintas aplicaciones, en donde descargás una carpeta con stickers de lo que se busque.

Tercera fase: DaPuerro y la Scaloneta

El “Dapuerismo” se convertía así en una nueva identidad, tanto del streamer como de su colectivo de seguidores. La magnitud de este fenómeno se demostró cuando llegó incluso a oídos de personalidades destacadas, como los futbolistas de la Selección Argentina, y así damos inicio a nuestra tercera fase. Este hecho lo consideramos una fase, ya que, registramos cómo una figura con estatuto mayor reconoce a Davo y la comparación alrededor de su figura generando una variación en la circulación de manera ascendente.

En octubre, había un clima festivo previo a La Copa Mundial de la FIFA Qatar 2022, por lo que el streamer Coscu participó el 28 de ese mes de una transmisión en su canal de Twitch (3,8 millones de seguidores) con Nicolás Tagliafico, Lautaro Martínez y Leandro Paredes (jugadores de la Selección Argentina) presentado por Nike (D5). Dicho stream tuvo más de 30.000 espectadores. Al rato de iniciarlo, decidió sumar a Davo. Entre risas y comentarios, Tagliafico le preguntó: “¿Es verdad que tenés un apodo? Acá mi comunidad me cuenta que te dicen "el puerro'...”. Este hecho tuvo diversos reconocimientos a través del chat en vivo de Twitch y en Twitter, donde distintos usuarios comentaron al respecto. Este último fue el caso de @BernsTiara que expresó “si mi tarde iba bien mirando el stream de coscu con leo, el toro y taglia, ni les digo ahora que entró davo” o @AlexToxic6 quien comentó “Que buena entrevista de coscu, Davo y la cobra con Nico, Leo y Lautar. Más disfrutable que varias entrevistas que hacen los periodistas” y @Bocargsenal afirmando “Y el Kun acaba de decir que vio que estaba Davo en el stream de Coscu que lo ha visto varias veces en Tik Tok... triunfo el davismo en serio”, entre muchos otros. Aunque, por supuesto, como todo en esta era hipermediática, los discursos no quedan solo en un sistema sino que migran hacia lugares inimaginados, como desarrollaremos en la subfase siguiente.

Subfase 1: Los medios digitales se hicieron eco

Acá vemos que este hecho fue reconocido por Medios Masivos Digitales, como TYC Digital (D6), en donde realizaron una nota a horas del intercambio haciendo referencia a este hecho, con el titular de “El divertido cruce de Tagliafico con Davo y la Cobra en el stream de Coscu”. Esto provocó un movimiento ascendente de la circulación y una cantidad enorme de reconocimientos, desde comentarios hasta tweets, como el del usuario @martinnbjs, quien expresó: “Tagliafico diciéndole puerro a Davo me alegró el viernes”.

Cuarta Fase: Dapuerro llega a los medios masivos

Como mencionamos en la primera fase, lo que comenzó como un chiste siguió hasta transformarse en una característica de la identidad de nuestro protagonista. Luego de la primera comparación y las siguientes subfases, las comparaciones siguieron dentro del sistema de redes sociales constantemente, hasta hoy en día, demostrando que la circulación no solo es de forma vertical, sino que también horizontal dentro del mismo sistema.

A medida que el concepto “Dapuerro” fue difundiéndose, los medios tradicionales, se hicieron eco de esto. (D7) Encontramos el primer salto hipermediático en una entrevista realizada el 9

de Febrero de 2023 en la Radio Urbana Play 104.3, específicamente en el programa *Perros de la Calle*. Allí, Ari Hergott invitó a Davo en su sección “Esports y Gaming”, en donde reconoció la labor de este streamer. No sólo esto, sino que también, entre risas, reflexionó acerca de estas múltiples comparaciones hacia su persona y cómo él las recibía, pero no desde lo reidero, sino tomando con un poco más de seriedad el asunto y haciendo mayor hincapié en la figura de Davo como persona de los medios y analista futbolístico amateur.

Quinta Fase: el legado de Dapuerro

Luego del salto hipermediático donde se le brinda cierto estatuto al caso “Dapuerro”, en la cuarta fase se generan procesos comunicacionales descendentes dado que se realizan nuevamente en mayor medida a través de las redes sociales (Tik Tok, Instagram y Twitter). Para concluir con el recorrido mediático del joven Davo, como ya se ha mencionado, las comparaciones continúan circulando horizontalmente en los medios con base en Internet y nuevos apodos fueron creados por sus seguidores como “Dagalán”, “Dagallina”, “Davendido”, entre muchos otros más que van surgiendo en el chat de sus streams de Twitch, los cuales pasan a formar parte de la jerga propia de su colectivo (y también en los títulos de clips hechos por sus seguidores) (D8).

Hoy en día, su colectivo sigue usando el apodo “Dapuerro” en las redes. Incluso se creó el Fútbol Club Dapuerro (@dapuerrofc en Instagram, 22.6 mil seguidores) , un equipo sub 16 del barrio de Nuñez, en honor al meme, demostrando así la trascendencia de este fenómeno risible que tuvo un gran impacto tanto entre sus seguidores y también usuarios de los medios, quienes siguen creando apodos pero en menor medida. Podemos afirmar que fuera de este colectivo el furor del fenómeno ha disminuido, pero las referencias al puerro siempre se mantienen vigentes.

De hecho, el 8 de marzo del 2023 Davo participó del famoso “Caja Negra” de Filo News con Julio Leiva, el entrevistador, quien al final de la nota le regala un puerro, preguntándole qué significa ese puerro y la forma en que esas burlas se transformaron luego en millones de visualizaciones.

3. Nivel de observación micro

Podemos afirmar que de la primera comparación hasta hoy día el estatuto de Davo fue cambiando ampliamente. En las primeras comparaciones Davo se mostraba más molesto y perplejo, como sus diversas reacciones en Twitch en donde éste exclamaba frases como: “chicos, yo no soy ese”, “se equivocaron”, “dale, no soy un puerro”, etcétera. A pesar de la disconformidad que mostraba el streamer ante estas comparaciones, los usuarios seguían generando discursos risibles alrededor de la figura de Davo, lo cual expone la baja regulación que manejan las redes sobre este tipo de contenido.

Sin embargo, con el aumento de las visualizaciones y la difusión de sus videos, su enunciación cambió y era el mismo Davo quien incitaba a este tipo de chistes, utilizando la ropa con la cual “caracterizaban al puerro” (guantes y anteojos) y dedicando varios minutos de sus transmisiones en vivo para reaccionar a todas las semejanzas que se realizaban en Twitter, acrecentando aún más el fenómeno “Davo y sus comparaciones”; como así también los videos que comenzó a subir en Tiktok con la descripción “ya no es gracioso” reaccionando a una comparación con un puerro (el 24/06/2022). Para sumar, encontramos otro archivo del usuario @robertuquito en Tiktok, quien realizó un video recolectando varias comparaciones a las que reaccionó Davo en su canal de Twitch, el 13 de noviembre del 2022. Por lo tanto, se ve una apropiación de esta burla de Davo, quien comenzó a aceptar esta nueva dinámica, y ya no se posicionó en contra o molesto por la misma, sino que, al contrario, la incentivó, lo que dio también mayor alcance a la difusión. También, incluso se apropió de este significante, asumiendo “El Puerro” como su nuevo apodo, como mucha gente lo llama hoy día.

De todos modos, sí podemos observar el cambio de escala de Davo desde los inicios de sus parecidos hasta la entrevista con la Scaloneta, establecida en el gráfico como una fase muy importante en la circulación. Previa a ésta, Davo tenía una gran cantidad de seguidores (aproximadamente 500.000) en Twitch; hoy tiene 1 millón y medio en esta plataforma. El estatuto de Davo sufrió una gran transformación debido a que su persona fue ganando también más reconocimiento, a partir de la entrevista con los jugadores de la selección, lo cual lo podemos ver a través de la nota periodística que se produjo alrededor de este hecho, como la de TyC Sports, con fecha del 30 de octubre del 2022.

Durante todo nuestro análisis de la circulación establecemos que su colectivo de seguidores se formó por el contenido futbolístico. Muchos jóvenes se reunían en sus streams para poder hablar acerca del presente de Boca y otros equipos. A medida que el personaje de Davo iba creciendo en las redes, también lo hacían sus seguidores y más usuarios se sumaban a este colectivo. Fueron ellos quienes comenzaron a realizar las comparaciones a través del chat de

Twitch, primero con Sid de la Era del Hielo y luego con el famoso puerro, convirtiendo a Davo en objeto de burla: se reían de él. Y si bien éstos se perpetuaron, con el aumento de la difusión del fenómeno “DaPuerro” más usuarios se sumaron a los parecidos, pero que no necesariamente eran seguidores suyos. Esto generó un gran fortalecimiento de los colectivos, unidos por lo mismo: el fútbol y la burla hacia él. Como consecuencia, el colectivo de seguidores de Davo creó un nuevo lenguaje reconocible dentro de los códigos establecidos por ellos mismos. En palabras de Verón, podemos definirlos como colectivos de comunicación, reunidos principalmente por la escena, es decir, por algún hecho en particular que los agrupa (en este caso, las comparaciones de Davo). Es así como mucha gente “no seguidora” del Streamer comenzó a sumar más imágenes con semejanzas a su figura, pero luego de ese fenómeno, automáticamente ese colectivo desaparece ya que no es parte de sus seguidores más férreos.

Actualmente podemos determinar que el fenómeno “DaPuerro y sus parecidos” ya no es tan recurrente en las redes como lo era antes y solo es utilizado por seguidores dentro de su colectivo; y si bien cuando hay algún parecido nuevo los usuarios se suman a esa comparación, la euforia termina ahí y las analogías quedan relegadas sólo a los usuarios más cercanos.

4. Nivel espacial

En el presente trabajo nos proponemos también analizar la circulación desde la dimensión espacial. Esta instancia permite congelar un momento puntual del análisis de circulación y centrar el estudio reconstruyendo los posicionamientos de los enunciadorees que participaron en este caso.

Nuestro objetivo es demostrar cómo se posicionan diacrónicamente los enunciadorees mediáticos más relevantes antes y después de un hecho que cambió el estatuto de Davo Xeneize: un video en vivo en el que charló con los jugadores de la Selección Argentina, más específicamente con Nicolás Tagliafico, Lautaro Martínez, Leandro Paredes, en el canal de Twitch de su colega, Martín Pérez Di Salvo, conocido como Coscu, otro streamer, con fecha del 29 de octubre del 2022.

Durante ese stream, el 3 de la selección le preguntó, entre risas, acerca de este apodo que estaba circulando por las redes sociales, generado a partir de los colectivos mediáticos organizados alrededor de la figura de Davo: “¿Es verdad que te dicen *El Puerro*?”. A lo que, entre risas, Davo confirmó que sus seguidores solían encontrarle parecidos con diferentes cosas.

- Medios

Medios masivos (MM) : Urbana Play (Perros de la calle)

Medios digitales (MD) : Caja Negra, Coscu Army Awards

Medios masivos digitales (MMD) : Clarín, Crónica, TN, La Nación, TyC

-

Colectivos

Colectivos mediáticos (CM) : Seguidores de *Davo* / colectivo de usuarios en whatsapp

-

Individuos

Individuos profesionales (INDP) : @momorelojero

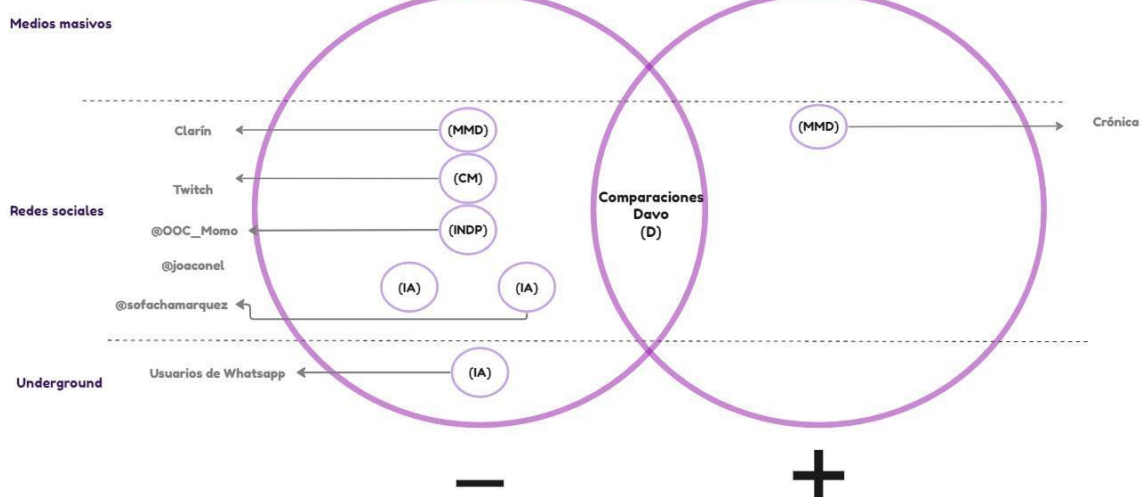
Individuos amateurs (IA) : Twitter @joaconel / @sofachamarquez / @ibarrista_ / @SRfranketooo / individuos de whatsapp

- Instituciones (I)

Coscu Army Awards 2022.

Antes de la Scaloneta

ANTES DE LA SCALONETA



Elegimos tomar este fragmento de nuestro análisis ya que nos pareció el más representativo en la circulación de los discursos alrededor de Davo. Distinguiremos entre reconocimientos y posicionamientos risibles (representados por la variable negativo) y por otro lado, los posicionamientos que reflejan mayor seriedad en el caso (variable positiva).

En primer lugar, vamos a analizar las posiciones de los enunciadores antes de la charla con los jugadores. Podemos distinguir que todos los reconocimientos de Davo, sobre sus videos y, por supuesto, sus diversos parecidos en los cuales identificamos una connotación risible.

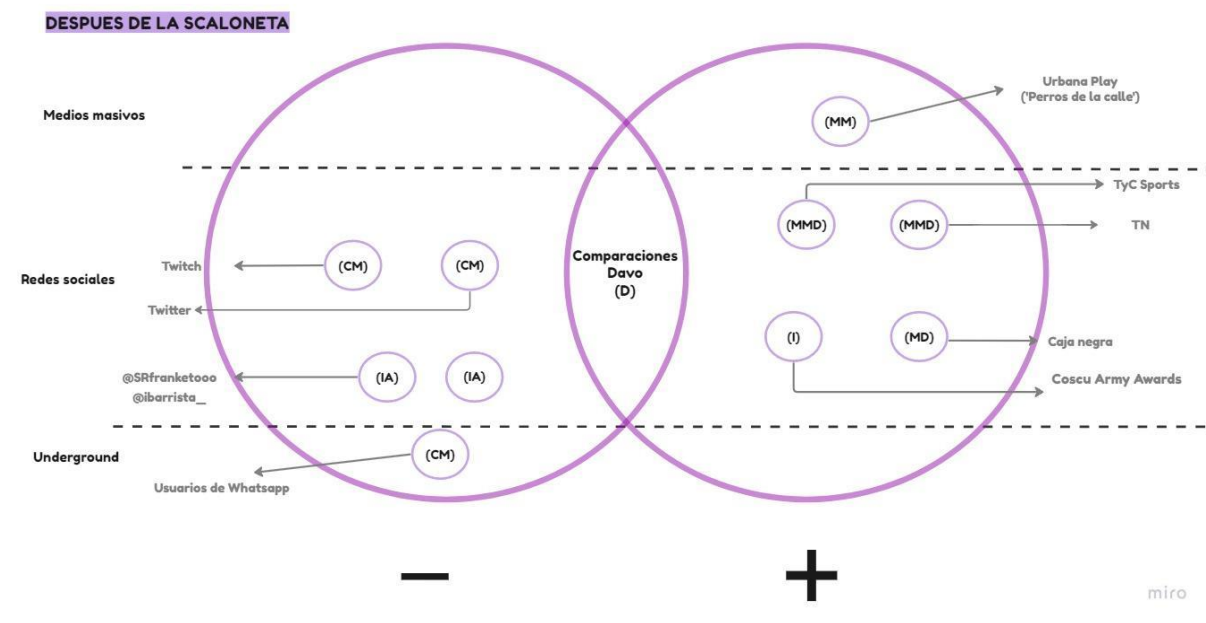
Sus seguidores, que se conformaban en un colectivo mediático, realizaban distintas comparaciones de su persona en el chat de Twitch, pasando links de Tweets o hilos, y también inventando nuevos apodos y poniéndolos de título en clips que sacaban de dichos streams. Algunos ejemplos son: Dapollerudo (cuando hablaba de la novia), Dagallina (cuando decía algo favorable a River), Dacuervo (por hablar a favor de San Lorenzo), Damufa (cuando “mufó” un partido de Boca), entre otros.

Por otro lado, algunos individuos amateurs comentaban y aportaban comparaciones vía Twitter, como es el caso del hilo publicado por @joaconel en donde todos colaboran para encontrar diferentes parecidos, con fecha del 25 de septiembre del 2022, y de otro hilo publicado por @sofachamarquez donde ella misma agrega diferentes parecidos, por ejemplo a unas papas fritas o a una planta seca. También hay presencia de un individuo profesional como es el Tweet de Geronimo Benavides (@OOC_Momo), reconocido streamer, en donde compara a Davo con un tacho de basura con hojas que simulaban su pelo. Por lo tanto, afirmamos que tanto el colectivo mediático seguidor de Davo (CM) como los individuos amateurs (IA) y profesionales (IP) realizaban reconocimientos negativos acerca de las semejanzas de Davo a diversos objetos.

El streamer también logró alcanzar los medios masivos digitales (MMD) en donde Clarín tituló su nota “El streamer sin suerte con las mujeres: ‘Imaginate salir con un tipo que lo comparan con un puerro’”, haciendo referencia explícita a estas semejanzas, por lo que lo entendemos con valoración negativa. Asimismo, Crónica expone en su nota “El popular streamer sin suerte con las mujeres que hizo catarsis en las redes y se hizo viral: ‘Solo sé de fútbol’”, donde mencionan explícitamente el descargo de Davo respecto a sus comparaciones y cómo su colectivo de seguidores reaccionó al mismo, lamentándose por la situación del streamer. Por este mismo motivo lo colocamos en la variable seria, ya que no reconocimos discursos risibles o de burla hacia Davo.

A su vez, a partir de septiembre, logramos reconocer los primeros stickers de un puerro con la inscripción “Davo” en la parte inferior, aunque su difusión no era a gran escala, sino en grupos o chats cerrados entre los seguidores de Davo (IA), también posicionados en la variable negativa, debido a que son utilizados en forma de chiste o burla.

Después de la Scaloneta



Luego del encuentro con la famosa “Scaloneta” la dimensión y difusión que cobraron estas comparaciones escaló en gran medida.

Los discursos sobre las semejanzas de Davo en Twitter tuvieron un gran crecimiento, conformando un colectivo mediático debido a que ya no se trataba de tweets esporádicos de algunos seguidores de Davo, sino de muchos individuos que no necesariamente eran seguidores de él. Como podría ser el tweet @ibarrista_ en donde realizó los famosos *tierlist* (listas que dividen a un objeto en bueno, malo, más o menos, etc.) para catalogar todos los parecidos de Davo. No obstante, a pesar de haber un aumento en los discursos, el posicionamiento de los enunciadores continuó siendo humorístico o en tono de burla (variable risible).

Lo que comenzó dentro del Underground con una difusión entre grupos de amigos y chats privados, escaló a una dimensión mayor, elaborando una lista entera de distintos memes que se pueden descargar en cada celular de los parecidos de Davo, como el famoso “DaPuerro”, “Yo no soy ese chicos”, entre otros, pero continuó siendo en tono humorístico.

Dentro del sistema de redes sociales, el “dapuerrismo” fue expandiéndose a nuevos medios masivos digitales (MMD) como las notas en los portales de TyC Sports, con fecha del 30 de octubre del 2022, La Nación+ (29/12/2022), TN (8/12/2022), entre otros. En estos

enunciadores se puede ver una clara diferencia respecto al posicionamiento, ya que todos ellos tienen una mirada seria respecto al tema, y no participan de la burla, sino que lo mencionan con el fin de analizar la repercusión que ello tuvo en el streamer y en su carrera.

En el ascenso indudable a los MM que tuvo lugar con la entrevista que realizó en la radio Urbana Play, en el programa Perros de la Calle (9/02/2023), vuelven a mencionar su paso por las redes y la repercusión de su apodo en ellas, tratándolo de manera seria al igual que los medios masivos digitales.

También tuvo su aparición en medios digitales (MD) con su entrevista en el programa Caja Negra en el canal de YouTube de Filo (8/03/2023), donde el periodista y entrevistador Julio Leiva le regala un puerro al final de la nota, desligándose un poco de lo serio y lo formal, pero llegando al darle un espacio para contar qué significaba ese puerro y cómo esas burlas lo ayudaron a obtener muchas más visitas en otras plataformas donde sube su contenido, valorando positivamente el reconocimiento y la repercusión a gran escala que tuvieron estos parecidos, no burlándose, ya que le permitieron un ascenso a Davo.

Como institución (I) destacamos el evento de los *Coscu Army Awards 2022* transmitida en el canal de Coscu por la plataforma de Twitch y Youtube. En esta entrega de premios obtuvo tres *Picantes de Oro* como “streamer revelación”, “mejor streamer deportivo” y el “galardón” por haber protagonizado el clip más divertido del 2022, quedando así como el streamer más premiado de la noche. Por este motivo logramos reconocer un trato serio hacia su imagen.

Podríamos concluir en que es posible apreciar una diferencia entre el posicionamiento de los distintos medios e individuos, debido a que por parte de ciertos colectivos mediáticos, individuos amateurs e individuos profesionales hubo comparaciones con un tono risible, ya que representaban la burla hacia el streamer y sus parecidos, mientras que, por parte de los medios masivos, medios masivos digitales y medios digitales hubo un trato más serio hacia la figura de Davo y a esos parecidos, reconociendo la repercusión y los impactos beneficiosos de estas.

Sin embargo, después de la charla que mantuvo con la selección de fútbol, continuó el crecimiento a gran escala de todas las comparaciones y el alcance de las mismas, conformado por nuevos enunciadores y más reconocimientos en los tres sistemas estudiados por Carlón (2021). Siguiendo con esta diferenciación de posiciones entre colectivos e individuos se identifica, a través de los discursos reideros, una valoración risible/burla por un lado y los medios que le tratan seriamente por el otro.

5. Conclusiones

Para concluir con el presente trabajo que se propuso dar cuenta de la circulación de los discursos risibles generados a partir de la figura de Davo Xeneize, podemos decir que, lo que comenzó como un chiste “interno” entre sus seguidores más férreos, dentro del chat de la plataforma Twitch, al día de hoy continúa siendo foco de burla dentro de las redes sociales, como Twitter. Si bien su colectivo de seguidores se mantuvo, el chiste fue expandiéndose a otros usuarios que quizás no consumían su contenido, pero se sumaban al nuevo fenómeno “DaPuerro”, a la vez que reforzó su colectivo de fans creando su propio lenguaje o jerga con cada invención de un nuevo apodo. Desde el primer discurso que reconocimos en el 2022, hasta hoy en el 2023, las comparaciones del streamer siguen teniendo reconocimiento. Y, aunque, hayan bajado en cantidad, hoy incluso ese apodo pareciera ser su nueva identidad, ya que muchos se refieren a él, ya no como Davo, sino directamente como DaPuerro. Además, las semejanzas comenzaron a diversificarse: lo que empezó con un puerro luego siguió con una escoba, un tacho de basura con hojas y hasta una caja de papas.

Al principio el streamer se mostraba como más resguardado en cuanto a las comparaciones, e incluso más “molesto” y lo tomaba como una ofensa; sin embargo, con la creciente difusión de este tipo de contenido, fue él mismo quien comenzó a sumarse a los parecidos, comentándolas con sus seguidores durante sus streams, subiendo recortes de él mismo a su cuenta de TikTok y refiriéndose a ellas en diversas entrevistas y charlas, lo que permitió que sus discursos, comenzados en la plataforma Twitch, vayan expandiéndose a otras, como Twitter e Instagram, generando incluso su llegada a los medios masivos y su reconocimiento por figuras con más estatuto, como los jugadores de la Selección de Fútbol Argentina.

Consideramos este punto fundamental, ya que creemos que aquel stream con los miembros de la Scaloneta, mencionado previamente, permitió que su “nuevo apodo” llegara a más personas y que fuera reconocido por algunos medios masivos con base en internet, como fue la nota de TyC Sports. A su vez, esto facilitó su llegada a los medios masivos (la cual se sumó “más tarde” a este fenómeno, luego del boom más fuerte en las redes sociales), en este caso, la radio con Perros de la Calle, en donde el fenómeno “DaPuerro” empezó a ser visto desde una mirada más seria, dándole importancia a lo que Davo sentía acerca de estas comparaciones. Podemos asociar esa posición al carácter "regulador" de los medios masivos regido por reglamentaciones de contenido y formas de tratar las temáticas abordadas en éstos. Aquí, la burla puede tener una

connotación negativa al tratarse de un medio de alto estatus y reconocimiento, debiendo limitarse la aproximación hacia el sujeto y los acontecimientos desde un lugar más formal como lo vemos en el proceso de las últimas fases.

Fue distinto el trato en las redes sociales, donde los discursos risibles tenían como objetivo burlarse de él, y siguiendo a Fraticelli, unirse enunciator y enunciatario en la degradación de un tercero, tanto por parte de los enunciatarios de su colectivo de seguidores y de usuarios que no lo siguen, pero participan de las semejanzas y apodosos debido a la popularidad que adquirió en su momento, permitiendo ver una posición diferente a los medios masivos, ya que las redes sociales carecen de reglamentaciones y limitaciones, lo que es observado en la libertad expresiva de los contenidos publicados por esos usuarios, quienes no necesitan limitarse y detenerse a pensar en los efectos de sus publicaciones.

El presente análisis nos parece muy acertado para poder dar cuenta de esta época de cambios culturales, tecnológicos y comunicacionales: nos encontramos en la era de la hipermediatización, caracterizada por tener una masividad de enunciatarios hipermediáticos, donde cualquiera que tenga una cuenta puede publicar y colaborar productivamente con otros usuarios, sin la necesidad de ser profesional en la materia, permitiendo destacar la falta de regulación institucional de las plataformas de los medios masivos, que no son el único sistema de medios vigente, sino también de los nuevos medios con base en Internet y plataformas que continúan emergiendo y, que; “(...) en la interacción de ambos sistemas se desarrolla el Humor Hipermediático” (Fraticelli, 2021). La publicación amateur es un elemento primordial de este nuevo sistema de medios que presenta una gran diversidad reidera y donde 24/7 los enunciatarios están expuestos a ser tomados como foco de burla o ridiculización, como en el caso de Davo donde, sin importar qué decía, posteaba o hacía en stream, en el mismo momento del acontecimiento nacían nuevos parecidos y burlas.

Para los usuarios, hoy cualquier cosa puede ser graciosa, como el comparar a Davo con un puerro o diversos elementos. Y si bien los discursos risibles en general tienen fecha de caducidad, ya que constantemente se generan nuevas tendencias, en estos nuevos sistemas con base en internet siempre será conocido como “DaPuerro”: el joven streamer más famoso del momento, cuya característica es hablar sobre el fútbol, ser fanático de Boca y de Riquelme, y parecerse, según los usuarios, a una gran variedad de objetos que parecieran no tener sentido (pero que en la era hipermediática, lo tienen).

MAILS DE INTEGRANTES:

- magali.gomez.z4@hotmail.com
- mikxelagp@gmail.com
- ailenlaurens01@gmail.com
- hermeloagustina2002@gmail.com
- romerocruzmartina@gmail.com
- marusilvestre02@gmail.com

CORPUS/LINKS:

- Canal Davoo Xeneize Twitch (1 de Julio, 2022) Lo mejor de Davoo Xeneize Twitch - Junio 2022 (CLIP DAVO PRIMER PARECIDO PUERRO) [Archivo de YouTube] https://www.youtube.com/watch?v=tjZn_ms0Y7M&ab_channel=DavooXeneizeTwitch
- Página www.tycsports.com (30 de Octubre, 2022) El divertido cruce de Tagliafico con Davo y La Cobra en el stream de Coscu (DAVO EN TYC/STREAM COSCU) [Artículo Periodístico] <https://www.tycsports.com/gaming/divertido-momento-tagliafico-davo-la-cobra-stream-coscu-id474340.html>
- Página www.tn.com.ar (8 de Diciembre, 2022) La historia de Davoo Xeneize, el futbolero fanático de Riquelme que es uno de los streamers del momento [Artículo Periodístico] <https://tn.com.ar/tecno/redes-sociales/2022/12/08/la-historia-de-davoo-xeneize-el-futbolero-fanatico-de-riquelme-que-es-uno-de-los-streamers-del-momento/>
- Página www.lanacion.com.ar (29 de diciembre, 2022) Triunfo en las redes [Artículo Periodístico] <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/su-familia-se-quedo-sin-trabajo-durante-la-pandemia-el-triunfo-en-las-redes-y-le-cumplio-un-sueno-a-nid29122022/>
- Página www.clarin.com (30 de septiembre, 2022) El streamer sin suerte con las mujeres: “imaginate salir con un tipo que lo comparan con un puerro” [Artículo Periodístico] https://www.clarin.com/viste/streamer-suerte-mujeres-imaginate-salir-tipo-comparan-puerro-_0_KGRRKaVEoL.html
- Página www.cronica.com.ar (1 de Octubre 2022) El popular streamer sin suerte con las mujeres que hizo catarsis en las redes y se hizo viral: "Solo sé de fútbol" [Artículo Periodístico]

<https://www.cronica.com.ar/sociedad/El-popular-streamer-sin-suerte-con-las-mujeres-que-hizo-catarsis-en-las-redes-y-se-hizo-viral-Solo-se-de-futbol-20221001-0172.html>

YOUTUBE/ TWITCH:

- Canal davooxeneize - Autor del clip davidclb (CLIP DAVO REACCIONANDO AL HILO DE TWITTER) [Archivo de Twitch] <https://www.twitch.tv/davooxeneize/clip/ConfidentExpensiveDootBuddhaBar-jZjyyR0UFYBtZR1D?filter=clips&range=all&sort=time>
- Canal Urbana Play 104.3 FM (9 de Febrero, 2023) Davoo Xeneize: "Sentía la necesidad de hablar de fútbol" | #Perros2023 (DAVO EN URBANA) [Archivo de YouTube] <https://www.youtube.com/watch?v=sU98axgnPls>
- Canal Filo News (8 de Marzo, 2023) Davoo Xeneize: "La hinchada de Boca es el movimiento popular más grande en este país" | Caja Negra (DAVO EN CAJA NEGRA) [Archivo de YouTube] <https://youtu.be/j3TN4bb5x0E?si=bAQLDvRccvPIEqrn>
- Clips con apodos de título:

Dagallina:

(@felovasa_22)<https://www.twitch.tv/davooxeneize/clip/NimbleTallHornetVoteNay-JwqSQZAYQoZiycpG?featured=false&filter=clips&range=all&sort=time>

Dagalán:

(@Boris10121)<https://www.twitch.tv/davooxeneize/clip/PlayfulSmoggyCormorantSoonerLater-L0Ue7OmRfHXGn5TZ?featured=false&filter=clips&range=all&sort=time>

Davendido:

(@beniicristaldo)https://www.twitch.tv/davooxeneize/clip/BetterCrepuscularReindeerWTRuck-s_co9dkAzEvtQHp0?featured=false&filter=clips&range=all&sort=time

Damufa:

(@Sierrawk)https://www.twitch.tv/davooxeneize/clip/ManlyWildDuckYouWHY-fJg8_uFYhLOLmZM-?featured=false&filter=clips&range=all&sort=time

Dapollerudo:

(@Franco_Tomas2)https://www.twitch.tv/davooxeneize/clip/HandsomeCoyRabbitKappaPride-YHYsT_Uln4icN2Mq?featured=false&filter=clips&range=all&sort=time

TWITTER:

- 1) Cuenta de Twitter @alejjoo2 (17 de Diciembre, 2022) Respuesta a Publicación de @VarskySports [Archivo de Twitter] <https://twitter.com/alejjoo2/status/1603869356521291777>
- 2) Cuenta de Twitter @Sofachamarquez (11 de Octubre, 2022) Hilo de parecidos a Davo [Archivo de Twitter] <https://twitter.com/Sofachamarquez/status/1579673668317478912>
- 3) Cuenta de Twitter @Ibarrista_ (31 de Diciembre, 2022) La Tierlist definitiva [Archivo de Twitter] https://twitter.com/Ibarrista_/status/1609024478515810306/photo/1
- 4) Cuenta de Twitter @rafaa_v5 (28 de Junio, 2023) Cita a video de @Enzonetaperez26 [Archivo de Twitter] https://twitter.com/rafaa_v5/status/1674238737788678145
- 5) Cuenta de Twitter @Joaconel (25 de septiembre, 2022) Hilo de fotos de parecidos a Davo [Archivo de Twitter] <https://twitter.com/Joaconel/status/1574196569lej095622656>
- 6) Cuenta de Twitter @OOC_Momo (22 de octubre, 2022) davo: chicos yo no soy ese [Archivo de Twitter] https://x.com/ooc_momo/status/1579138165176438785?s=48&t=iPwx6t6mJustDFgRHOBYYHA
- 7) Cuenta de Twitter @martinnbjs (28 de octubre, 2022) Usuario reaccionando al comentario de Tagliafico sobre Davo https://twitter.com/search?q=e1%20puerro%20tagliafico&src=typed_query&f=top

TIKTOKS:

- 1) Cuenta @davooxeineze (6/12/22) 4,3m de visualizaciones y 762k mg - anteojos (video más viralizado) <https://vm.tiktok.com/ZM2wTTQ19/>
- 2) Cuenta @rober_tuco (13/11/22) 2,1m de visualizaciones y 321k mg - bart y otras comparaciones (video subido por un seguidor) <https://vm.tiktok.com/ZM2wwJc9c/>

- 3) Cuenta @davooxeneize (9/10/2022) 88.7k mg (La “importancia” de este este Tiktok es que un chico le regaló un puerro a Davo cuando lo conoció en persona) <https://vm.tiktok.com/ZM2wTcjho/>
- 4) Cuenta @davooxeneize (24/6/2022) 702,3k y 119k mg (Ya no es gracioso) (video subido por el mismo Davo) <https://www.tiktok.com/@davooxeneize/video/7112962242194263302?q=chicos%20en%20serio%20piensan%20que%20soy%20este%20davo&t=169750248493>

INSTAGRAM:

- 1) Cuenta @davoobj (30/05/2022) 58.940 mg (publicación más reciente luego del suceso de las comparaciones) <https://www.instagram.com/p/CeMtZklOpaG/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>
- 2) Comentarios realizados meses más tarde en la publicación del 30/05/2022 con fecha del 29/11/2022 y 13/12/2022 (hacen referencia a las comparaciones virales) @marecoss_14 comentó: "Aguante el puerro" y, @lucas.laneri comentó: "dapuerro"
- 3) Última publicación de @davoobj (6/08/2023) <https://www.instagram.com/p/CvoAQEIO64O/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- 4) Comentarios realizados en la publicación 1 (una) semana más tarde que mantienen la temática de comparaciones: @f._zamora comentó con un GIF de un puerro verde animado gritando y @vhfxszd comentó: "uff ese puerro" y emojis de corazones rosas

Publicaciones realizadas bajo los hashtags de #puerro #puerroxeneixe #nosoyesechicos #nosoyese #dapuerro:

- 1) Publicación de @dapuerristas del 8/11/2022 (Puerro con lentes de sol) <https://www.instagram.com/p/Cksx4szON-W/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>
- 2) Publicación de @necosarts del 10/03/2023 (Dibujo de Davo con camiseta de boca y puerro con lentes de sol detrás de él) <https://www.instagram.com/p/CpnNaEqsSCT/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

Cuentas Fandom de Dapuerro:

- 1) Cuenta de Instagram @pepperland.stickers de emprendimiento de Stickers del 1/06/2023 (puerro con lentes de sol y texto que dice "DAVO" debajo) https://www.instagram.com/p/Cs9PV56u_aR/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==

2) Cuenta Instagram @dpuerristas (fandom de Davo con más comparaciones)

<https://instagram.com/dpuerristas?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

Carlón, Mario (2016). “Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón”, en Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación social.

(2021, en prensa), ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido en la mediatización contemporánea?, en Mediatización. Teorías y prácticas, Escudero, Lucrecia; Hepp Andreas y Olivera, Guillermo (eds.). Buenos Aires: FELS.

Verón, Eliseo (1997). “Esquema para el análisis de la mediatización”, en Diálogos de la Comunicación, N°48. Lima: Felafacs, p. 9-17

Fratlicelli, Damián (2021). El humor hipermediático. La nueva era de la mediatización reidera. En Burkart, M.; Fratlicelli, D. y Várnagy, T. (eds.) Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico. Buenos Aires: Teseo.

Verón, Eliseo (2013). “Ciclos de vida”, en La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Gedisa.

Fratlicelli, Damián (2018). El ascenso de la burla en las sociedades contemporáneas. Nuevas circulaciones del humor mediático. Rizoma 6 (2) DOI: <http://dx.doi.org/10.17058/rzm.v6i2.12614>