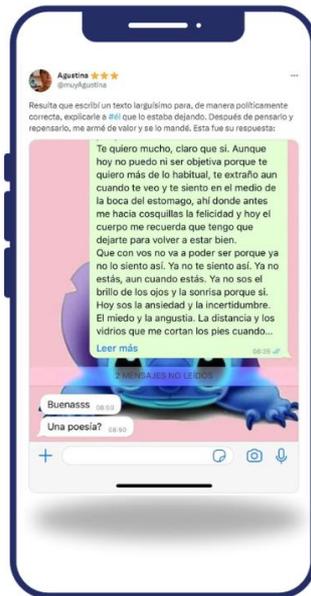


INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO

“NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN

DISCURSIVA”

BUENASS UNA POESIA?



Integrantes: De Giusto, Martina

Isla Vera, Giuliana

Finkelstein, Valentina

Montañez, Maia

Petit, Micaela

Perez, Martina

Sanchez, Malena

Comisión 24 - De Mattei, Josefina

2023

Informe Final del Trabajo Práctico

Con el inicio de este nuevo milenio, nuevas formas de comunicarnos y relacionarnos han surgido. Gracias a la llegada del Internet, las personas pueden acceder a una amplia variedad de recursos que transforman y complementan la vida en sociedad, ya sea en el ámbito social, político, económico y/o cultural. Como plantea Carlón (2021), el Internet ha configurado un sistema de medios más complejo, conformado por los Medios Masivos, las Redes Mediáticas con base en Internet y el Underground, en donde existe una multiplicidad de corpus mediáticos, de enunciadores y de sentidos. En este trabajo, se nos propuso realizar un proyecto de investigación que, mediante la selección y análisis de un caso, evidencie estas nuevas formas de circulación discursiva que caracterizan a nuestra sociedad contemporánea hipermediatizada apoyada en la digitalización y la convergencia e interactividad constante.

- Nivel de observación diacrónico y de fases

El caso de análisis elegido¹ fue el meme “Buenass. Una poesía?”², generado a partir de un Tweet publicado por Agustina ★ ★ ★ (@muyagustina). Este consiste en que la joven le envía un largo mensaje de ruptura a su pareja, quien le responde con la peculiar respuesta que da nombre al meme. El desentendimiento por parte de su pareja resultó un elemento risible para los usuarios de las Redes Mediáticas con base en Internet. La diversidad discursiva dentro de este sistema, permitió su visibilidad y circulación intersistémica en los Medios Masivos.

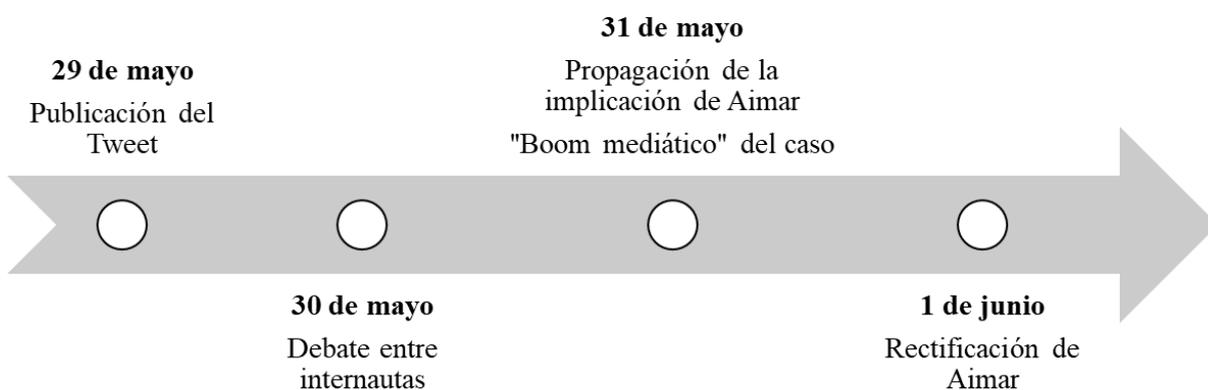
Consideramos pertinente el análisis de este por ser risible, parámetro clave para la selección del discurso objeto por representar la temática de nuestra comisión. Además, presenta una particularidad atractiva para el análisis: la circulación en el Underground. Si bien el meme tuvo su “boom mediático” a partir de Twitter, la captura de pantalla publicada en la misma proviene de WhatsApp. De la misma manera, resulta interesante que el posteo saltó a los Medios Masivos a partir de que se rumoreaba que quién envió el mensaje, objeto de la burla en las Redes Mediáticas con base en Internet, era el ex futbolista Pablo Aimar. Asimismo, Agustina, autora de nuestro discurso objeto, tuvo presencia en diferentes Medios Masivos como televisión y radio, como así también en Redes Mediáticas con base en Internet como plataformas digitales y de streaming. Allí es

¹ Video del caso (<https://drive.google.com/file/d/1rk2kb9vwuII4BPYKYhfsOzGAMiqoXUHf/view>)

² Tweet de Agustina ★ ★ ★ (@muyAgustina)
(<https://twitter.com/muyAgustina/status/1663159096722292737?s=20>)

donde podemos evidenciar su salto mediático.

El período de monitoreo abarca desde el 29 de mayo de 2023 con el posteo del Tweet y finalizando el 1 de junio de 2023 con la rectificación de Pablo Aimar vía historias de Instagram y su respectiva difusión en diferentes medios. Dado el breve período de tiempo del caso, podemos reconocer un rasgo distintivo que caracteriza a nuestra sociedad contemporánea hipermediatizada: la progresivamente mayor efimeridad de los discursos en Internet. En los últimos años, la interacción entre los usuarios de las Redes Mediáticas con base en Internet se ha vuelto constante, minuto a minuto, razón por la cual la relevancia de casos como este sean cada vez más cortos. A modo ilustrativo, la línea de tiempo en que se apoya nuestro análisis es la siguiente:



Imágen 1: Línea del tiempo del caso "Buenasss. Una poesía?"

"Buenasss. Una poesía" sería compatible a un análisis mixto, no solo porque su circulación realizó movimientos ascendentes, descendentes y horizontales en el sistema de medios, sino que también, abarcó la rectificación de Aimar en representación de una institución: él, como figura pública, y como parte integrante de una familia. Para llevar a cabo la pertinente investigación, seleccionamos como medios a monitorear programas de televisión y radio, portales de noticias, Facebook, Instagram, Twitter, Twitch, TikTok y YouTube. Consideramos a todos ellos herramientas y recursos útiles donde encontrar material que apoye y fundamente nuestro análisis.

A partir de esta introducción, es que podemos reconocer las diferentes fases y subfases del caso. Siguiendo a Carlón (2016), comprendemos como fase al salto intersistémico del discurso objeto, y como subfase a las transformaciones significativas intrasistémicas en la circulación del discurso objeto. A modo ilustrativo:

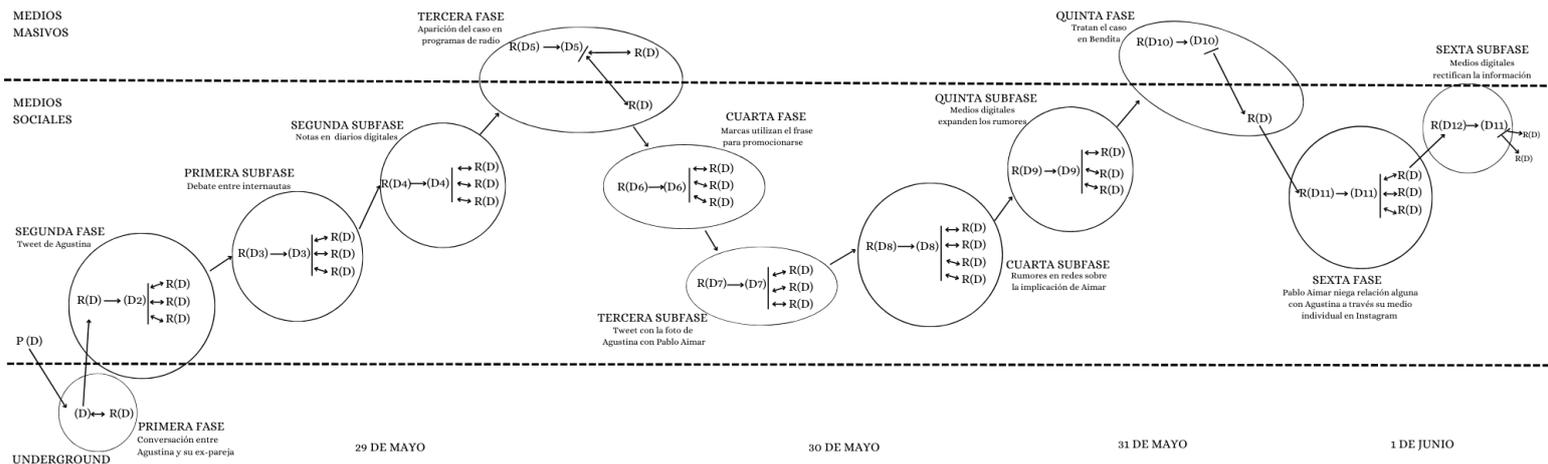


Imagen 2: Gráfico de la circulación

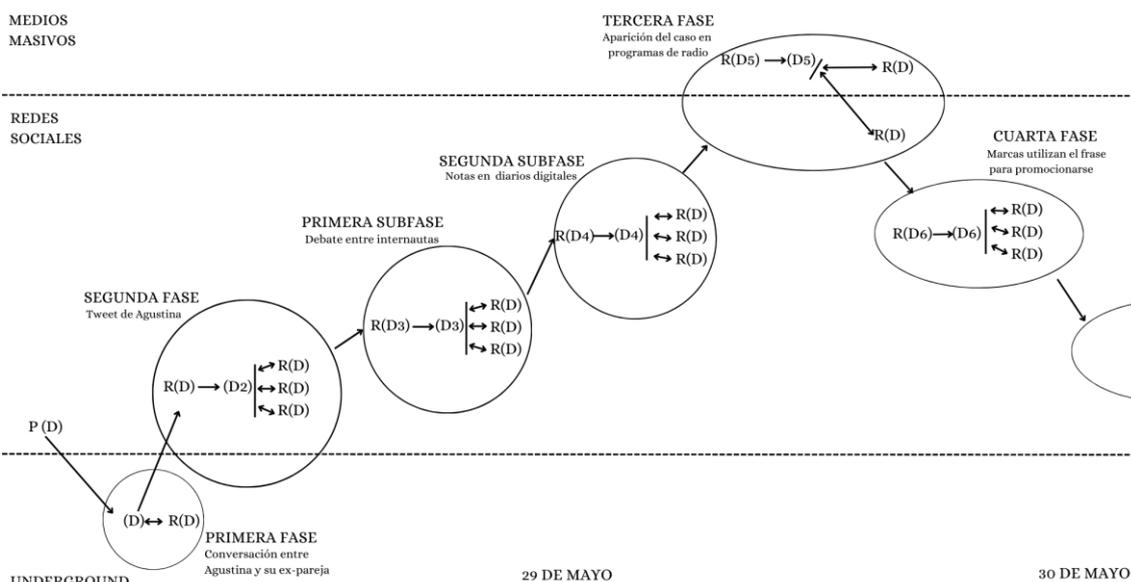


Imagen 3: Gráfico de la circulación

- **Primera fase - “No sos vos, soy yo”:** el caso tiene su origen en el Underground, en donde la autora de nuestro discurso objeto, Agustina, decide redactar y enviar un mensaje de ruptura a su pareja vía WhatsApp (D1). Teniendo en cuenta el día y hora en que el episodio fue publicado posteriormente, podemos suponer que este tuvo lugar en la mañana del lunes 29 de mayo de 2023 a las 8:35 de la mañana. Pocos minutos después de enviado el mensaje, a las 8:50 de la mañana, su pareja le responde de una manera peculiar: “Buenass. Una poesía?”. La respuesta del joven parece ser desinteresada respecto al contenido del mensaje, parece ser una forma de evadir la lectura de un largo desarrollo por parte de Agustina, y, a su vez, simular haberlo leído a través de una respuesta en forma romántica y de agradecimiento. Los hechos descritos tuvieron lugar en un entorno privado e íntimo, por lo que no somos concedores de las reglas

establecidas por los integrantes de la conversación.

En esta primera fase, señalamos una de las condiciones de producción del caso: la conversación o chat que tuvo lugar en el Underground. Es por esto que situamos el primer discurso (D1) en este sistema. La conversación entre ambas partes posibilitó la existencia de la captura de pantalla que, posteriormente, una de las partes compartiría en sus propios medios de comunicación. Asimismo, otra de las condiciones de producción para que se diera lugar a este intercambio es la tendencia a romper un vínculo por medio de mensaje en redes de mensajería, como en este caso WhatsApp. Por ejemplo, tomamos como P(D1) una conversación publicada en Twitter el 15 de mayo del corriente año por la usuaria @thecolorated³ en el que adjunta un fragmento de conversación en el que da a entender que está dejando a su pareja. De la misma manera, resulta importante señalar que, a su vez, la acción de publicar una conversación privada en modo de burla también es condición de producción del caso. Un ejemplo de ello es una tendencia que ha comenzado a tener lugar en los últimos años en la Red Mediática con base en Internet de Twitter, donde mujeres acostumbran a publicar capturas de reacciones y/o respuestas de historias de Instagram por parte de hombres que buscan conquistarlas (o *chamuyarlas*, siguiendo la jerga urbana). Esto con el objetivo de burlarse ya sea de sus intenciones o de las palabras empleadas, recibiendo aprobación social por parte de los internautas. En el hilo de Twitter iniciado por ahre ahre⁴ (@gabtechera17) podemos evidenciar esta tendencia.

- **Segunda fase - “Creo que no me entendiste”:** la joven decide compartir a través de su propio medio de comunicación en la Red Mediática con base en Internet de Twitter una captura de pantalla de la respuesta de su pareja a su mensaje de ruptura vía Whatsapp (D2). El Tweet fue publicado el día 29 de mayo de 2023 a las 9:23 de la mañana. En esta primera instancia, podemos evidenciar un salto intersistémico del Underground a las Redes Mediáticas con base en Internet, ya que el discurso objeto pasa de un entorno privado e íntimo a uno público. Es por esto que al Tweet de Agustina lo distinguimos como reconocimiento del primer discurso [R(D1)], y, consecuentemente, como segundo discurso (D2). La propia autora promueve la cultura participativa propia del Internet a los usuarios, mofándose de la respuesta del joven en la descripción de su

³ El tweet original fue eliminado. Luft, D., (15 de mayo de 2023), “*Nunca me hiciste reír*”: la dolorosa frase durante un ruptura que desató un debate viral. Misiones Online (<https://misionesonline.net/2023/05/15/nunca-me-hiciste-reir/>)

⁴ Tweet de ahre ahre (@gabtechera17) (<https://twitter.com/gabtechera17/status/1142475964473065472?s=46&t=IYqcpLa7LGYy-GBDrPCMS>)

Tweet, afirmando: “*Resulta que escribí un texto larguísimo para, de manera políticamente correcta, explicarle a #él que lo estaba dejando. Después de pensarlo y repensarlo, me armé de valor y se lo mandé. Esta fue su respuesta.*”⁵.

- **Primera subfase - “Políticamente incorrecto”**: a partir de la publicación del Tweet, se manifiesta una multiplicidad de discursos en las diferentes Redes Mediáticas con base en Internet. Este conjunto discursivo corresponde a un reconocimiento del segundo discurso [R(D2)], el cual, consecuentemente, conforma el tercer discurso (D3). En esta pluralidad, podemos reconocer el debate sobre si es apropiado o no finalizar una relación mediante WhatsApp. Internautas como Inversiones con Lubru⁶ (@inversioneslubru) o Lara Cabezas⁷ (@lara.cabezas1) realizaron discursos que destacaron a lo largo del 29 de Mayo a través de TikTok. Posteriormente, Bufete Sentimental⁸ (@bufetesentimental) destacó en esta red el 30 de Mayo respecto a este debate. De la misma manera, la producción de memes se centró en la extensión y dramatismo del mensaje, como así también de que este había sido enviado un lunes a la mañana temprano luego de un fin de semana largo. En Twitter destacaron publicaciones como las de 0800CJ⁹ (@0800Cj), PEPE¹⁰ (@soyunargento), y trinche¹¹ (@martindardik). Asimismo, la frase “Buenasss. Una poesía?” comienza a ser utilizada tanto como objeto de memes a manera de burla como en referencia a algo memorable, nostálgico y bello. En Twitter destacaron publicaciones como las de 🏠¹² (@jajajadrogaaaaa), ramardo¹³ (@Ramardoh1), y Fabipa¹⁴ ¹⁵ (@fabipa90) en dos ocasiones. Finalmente, reconocimos una tendencia por parte de los internautas que consistía en compartir experiencias similares que hayan vivenciado y/o enviar el mensaje que Agustina viralizó a sus propias parejas, y, posteriormente, compartir las respuestas de las y los jóvenes. En Twitter

⁵ Tweet de Agustina 🌟🌟🌟 (@muyAgustina)

(<https://twitter.com/muyAgustina/status/1663159096722292737?s=20>)

⁶ TikTok de Inversiones con Lubru (@inversioneslubru) (<https://vm.tiktok.com/ZM27aeTJE/>)

⁷ El TikTok original fue eliminado (https://youtu.be/O226rIRal8E?si=AlKkXV5wPeL_qEP8)

⁸ TikTok de Bufete Sentimental (@bufetesentimental) (<https://vm.tiktok.com/ZM275oXMS/>)

⁹ Tweet de 0800CJ (@0800Cj) (<https://twitter.com/0800Cj/status/1663240101009162250?>)

¹⁰ Tweet de PEPE (@soyunargento) (<https://twitter.com/soyunargento/status/1663246243047383040>)

¹¹ Tweet de trinche (@martindardik)

(<https://twitter.com/martindardik/status/1663201964258127880?s=46&t=IYqcpLa7LGYy-GBDrPCMS>)

¹² Tweet de 🏠 (@jajajadrogaaaaa) (<https://twitter.com/jajadrogaaaaa/status/1663232331769954320?>)

¹³ Tweet de ramardo (@Ramardoh1)

(<https://twitter.com/ramardoh1/status/1663223826790924288?s=46&t=IYqcpLa7LGYy-GBDrPCMSQ>)

¹⁴ Tweet de Fabipa (@fabipa90) (<https://twitter.com/fabipa90/status/1663210852231651328>)

¹⁵ Tweet de Fabipa (@fabipa90) (<https://twitter.com/fabipa90/status/1663218101884682240>)

destacaron amateurs como giulitaAR¹⁶ (@giuliciuta), solqui¹⁷ (@Solqui_), y Rotondo¹⁸ (@DistØrtionD). En estas fechas, 29 y 30 de mayo, fue tendencia en la Red Mediática con base en Internet de Twitter la palabra “WhatsApp”¹⁹, evidenciándose la repercusión del caso.

- **Segunda subfase - “¿Da o no da?”:** gracias a la visibilización del caso como consecuencia de la producción de sentido generada por la interacción entre amateurs, los Medios Masivos Digitales y Medios Digitales, retomaron el caso a lo largo del 29 y 30 de mayo (D4). Portales digitales como el diario “Los Andes”²⁰, “El Litoral 105”²¹, “La Gaceta”²², “TN”²³, “La 100”²⁴, “Diario el Norte”²⁵, “Info Cielo”²⁶, utilizaron como insumo el caso de Agustina para la redacción de diferentes notas periodísticas donde comentaron lo sucedido y su circulación dentro de la plataforma Twitter como los memes generados a partir de la respuesta del receptor. De la misma manera, programas de streaming, como “Paren la Mano”²⁷ de Vortexix, incluyeron el caso en las agendas de sus transmisiones del 29 de mayo (D4). Los programas de streaming han tomado gran relevancia en los últimos dos años, ya que se caracterizan por poseer un formato radial aunque sin utilizar una frecuencia del espectro radioeléctrico. En su lugar, transmiten en formato video en plataformas como YouTube y Twitch. Este conjunto discursivo se constituye, a su vez, como reconocimiento del tercer discurso [R(D3)], ya que difundieron

¹⁶ Tweet de giulitaAR (@giuliciuta)

(<https://twitter.com/giuliciuta/status/1663906721864073216?s=46&t=IYqcpLa7LGYy-GBDrPCMSQ>)

¹⁷ Tweet de solqui (@Solqui_)

(<https://twitter.com/solqui/status/1663579011463753731?s=46&t=IYqcpLa7LGYy-GBDrPCMSQ>)

¹⁸ Tweet de Rotondo (@DistØrtionD)

(<https://twitter.com/distØrtionD/status/1663745724482240512?s=46&t=IYqcpLa7LGYy-GBDrPCMSQ>)

¹⁹ Tweet de ¿Por qué es tendencia? (@porquetendencia)

(<https://x.com/porquetendencia/status/1663211129101754369?s=46&t=IYqcpLa7LGYy-GBDrPCMSQ>)

²⁰ Nota de “Los Andes” (<https://www.losandes.com.ar/por-las-redes/penso-durante-horas-un-texto-correcto-para-dejar-a-su-novio-se-le-envio-y-la-respuesta-del-joven-la-indigno/>)

²¹ Nota de “El Litoral 105” ([https://www.ellitoral.com/informacion-general/redes-sociales-viral-twitter-mensaje-pareja-poesia-memes_0_on2\(XHhWAZ3.html\)](https://www.ellitoral.com/informacion-general/redes-sociales-viral-twitter-mensaje-pareja-poesia-memes_0_on2(XHhWAZ3.html)))

²² Nota de “La Gaceta” (<https://www.lagaceta.com.ar/nota/993105/sociedad/tuit-viral-quiso-dejar-novio-mensaje-eterno-whatsapp-penso-era-poesia.html>)

²³ Nota de TN (<https://tn.com.ar/tecnoredes-sociales/2023/05/29/una-chica-intento-dejar-a-su-novio-por-whatsapp-pero-la-respuesta-de-el-la-descoloco-una-poesia/>)

²⁴ Nota de “La 100” (<https://la100.cienradios.com/virales/le-envio-un-larguisimo-mensaje-diciendole-que-se-queria-separar-y-la-respuesta-de-el-la-descoloco-poesia/>)

²⁵ Nota de “Diario el Norte” (<http://www.diarioelnorte.com.ar/buenasss-una-poesia-el-mensaje-viral-que-se-convirtio-en-tendencia-en-las-redes-sociales/>)

²⁶ Nota de “Info Cielo” (<https://infocielo.com/sociedad/lo-dejo-whatsapp-y-se-hizo-viral-enterate-que-n763632>)

²⁷ Stream de “Paren la mano” (https://www.youtube.com/watch?v=S2_Yp3XIESE)

la noticia en otras Redes Mediáticas con base en Internet a otros públicos que no necesariamente consumen Twitter. Resulta pertinente esta aclaración ya que en nuestra contemporaneidad, Twitter posee determinadas reglas implícitas entre sus usuarios y consumidores. En general, cuando alguien decide adentrarse por primera vez en esta Red, le suele resultar un terreno confuso y hostil en donde expresarse.

- **Tercera fase - “Brillante sobre el mic”:** teniendo en cuenta las anteriores subfases, para la tarde del 29 de mayo, alrededor de las 17:00, el meme ya se encontraba en boca de todos [R(D4)]. Diferentes figuras de interés público se pronunciaron en sus programas radiales (D5), permitiendo que la circulación diera un salto intersistémico de las Redes Mediáticas con base en Internet a los Medios Masivos. Un ejemplo de ello fue Yanina Latorre en su sección “Yanina 107.9”²⁸ en El observador FM 107.9, como así también en el programa “Perros en la Calle”²⁹ de Andy Kusnetzoff en Urbana Play FM 104.3. Sus opiniones giraron principalmente en torno al debate sobre si resulta moralmente correcto o no cortar una relación por WhatsApp. El caso resultó un tópico atractivo de debatir para estos medios de carácter tradicional por ser afín a los intereses de sus principales oyentes y, en definitiva, de su público objetivo: los padres y madres de familias tipo.

- **Cuarta fase - “Colgándose de la tendencia”:** a raíz de la interacción a gran escala que comienza a tener el caso, diferentes instituciones empresariales y/o individuos profesionales, en búsqueda de publicitar y aumentar la venta y consumo de sus productos y servicios, refieren como “una poesía” a su respectivo rubro al utilizar la frase que nos concierne, “*Buenass. Una poesía?*”, como estrategia de marketing (D6). Este conjunto discursivo se constituye como reconocimientos del quinto discurso [R(D5)]. Esto ocurrió entre el 29 de mayo y 1ro de junio, con las publicaciones destacadas de Havanna³⁰ el 29, Bizarrap³¹ el 30 y, más tarde, Nicolás Tagliafico³² el 1ro. Estos discursos mencionados llegaron a más de 1 millón de visitas cada uno y contaron con cientos de likes y retweets. Otras marcas se sumaron a la tendencia, como Schneider³³,

²⁸ Yanina Latorre opinando del caso (<https://www.youtube.com/live/yJK83p-ALbE?feature=share&t=12825>)

²⁹ Andy Kusnetzoff opinando del caso (<https://www.youtube.com/watch?v=EppIZHeUdIA>)

³⁰ Tweet de Havanna (https://twitter.com/Havanna_arg/status/1663269335454892045?s=20)

³¹ Tweet de Bizarrap (<https://twitter.com/bizarrap/status/1663585038833778688?s=20>)

³² Tweet de Nicolás Tagliafico (https://twitter.com/nico_taglia/status/1664298772736647170?s=20)

³³ Tweet de Schneider (<https://twitter.com/SchneiderARG/status/1663298332364533760?s=20>)

Cif³⁴, Marolio³⁵, Stella Artois³⁶, Brahma³⁷ Coca-Cola³⁸ y Google³⁹, pero sus discursos no tuvieron un alcance reconocido. Resulta importante destacar que, tanto las marcas como las personas de interés público, poseen un estatuto mayor al de los amateurs. Por lo tanto, su discurso posee un alcance a mayor escala de manera natural. Siguiendo a Carlón (2016), gracias a la complejización del sistema de medios por la llegada del Internet, la comunicación masiva es profundamente asimétrica. Casi todos los individuos hemos devenido en productores de discursividad, por lo que al momento de priorizar o reconocer discursos solemos clasificarlos en base a su “status”, es decir, su alcance por ser de fácil reconocimiento público.

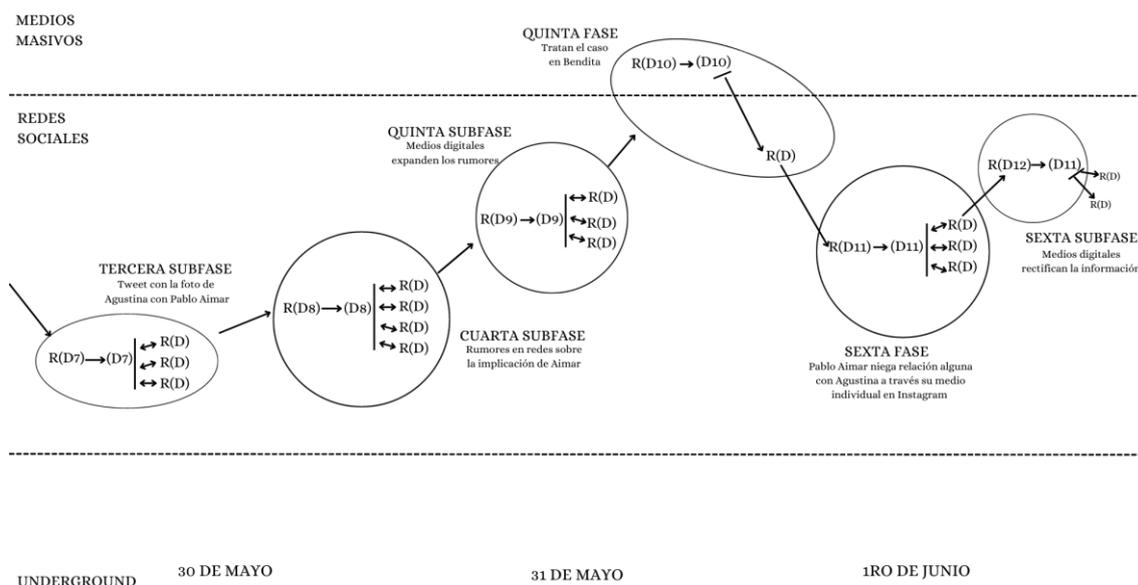


Imagen 4: Gráfico de la circulación

- **Tercera subfase - “¿Qué Aimar qué?”:** un nuevo sentido se le es otorgado al caso a partir del 31 de mayo, cuando es publicado el tweet Angel SC (@AngelSC__), quien afirmó: “*COMO QUE. COMO QUE EL MUCHACHO “buenasss una poesía?” ES PABLITO AIMAR*”⁴⁰. Este tweet cita a un discurso anterior, del día 29, publicado por parte del amateur Checho (@checho_lpdb) (D7), bajo las palabras: “La

³⁴ Tweet de Cif (<https://twitter.com/CifArgentina/status/1663567739682975747?s=20>)

³⁵ Tweet de Marolio (<https://twitter.com/MarolioOk/status/1663588817519902722?s=20>)

³⁶ Tweet de Stella Artois (https://twitter.com/StellaArtois_Ar/status/1663603306806009857?s=20)

³⁷ Tweet de Brahma (<https://twitter.com/CervezaBrahma/status/1663653005034680320?s=20>)

³⁸ Tweet de Coca Cola (<https://twitter.com/CocaColaAr/status/1663660514545750019?s=20>)

³⁹ Tweet de Google (<https://twitter.com/googleargentina/status/1663882270988546049?s=20>)

⁴⁰ Tweet de Angel SC (@AngelSC__) (https://twitter.com/AngelSC_/status/1663903214213779458)

puta madre, el novio era el mismísimo Pablito Aimar. Arruinó La Scaloneta esta piba.”⁴¹. Junto con dichas palabras, adjuntó una captura de pantalla. Este tweet fue en respuesta a un tweet de la amateur Santa Olga Kiev (@KievSanta)⁴², quien citó el tweet original de Agustina burlándose de que había subido el contenido del mensaje a su Instagram junto a una foto robada de Internet, adjuntando una captura de pantalla de ello, en la que se podía leer el usuario de Agustina en esta red. Ante esto, Checho, al revisar la cuenta de Instagram de Agustina, se encontró con la foto de Aimar y ella, y decidió publicarla como respuesta a Santa. Originalmente, este tweet había pasado desapercibido con muy pocas vistas hasta que Ángel SC lo cita, dándole mayor circulación. Nuevamente en este caso, se evidencia la importancia del estatuto del enunciador en nuestra sociedad hipermediatizada contemporánea.

El revuelo se formó a partir de que dicha captura de pantalla evidenciaba una publicación antigua de Agustina en Instagram (@muyagustina), en la que aparece con el ex futbolista Pablo Aimar, con una dedicatoria tierna por su cumpleaños número 39 el 4 de noviembre de 2018. El tono romántico del copy de esta fotografía dio lugar a interpretar como si hubiesen estado en una relación de pareja, por lo que podría implicar que a quien escribió el mensaje de ruptura podría haber sido a él.

- **Cuarta Subfase - “Edificando rumores”:** una vez citado el tweet de Checho por parte de Angel SC, el debate se tornó hacia el respeto popular hacia la figura del entrenador de la Selección Nacional Masculina de Fútbol, la “Scaloneta”. Como se trataba de una figura de interés público, la hipótesis comenzó a tener mayor relevancia y la atención dada al caso se posicionó en una mayor controversia en relación a Aimar. De la misma manera, Pablo Aimar es una figura cuya interacción con medios y redes es reducida y más bien formal, por lo que se sabe poco de su vida privada. Por lo tanto, el surgimiento de este rumor generó un cuestionamiento hacia su integridad como persona, ya que se había hablado del poco interés y la poca predisposición del enunciador del mensaje “Buenasss. Una poesía?”. Las opiniones fueron variadas, entre quienes estaban muy sorprendidos por la conexión entre ambas personas, como quienes negaban rotundamente el rumor. De todas formas, la generación de discursos fue extensa, por lo que el debate y la difusión de la hipótesis se mantuvo muy activa por los próximos días

⁴¹ Tweet de Checho (@checho_lpdb) (https://twitter.com/checho_lpdb/status/1663349373810483202)

⁴² Tweet de Santa Olga Kiev (@KievSanta) (<https://twitter.com/KievSanta/status/1663221899915141120>)

(D8). Como era de esperarse, los internautas de la Red Mediática con base en Internet de Twitter comenzaron a generar memes en torno al rumor, conformando el octavo discurso como reconocimiento a su predecesor [R(D7)]. Se destacan publicaciones como las de Nicolás Di Gennaro⁴³ (@TanoDigennaro), quien afirmó: “*Los pibardos riéndose del "Buenas, una poesía?" hasta que empezó a rumorearse que era Pablito Aimar*”. Mientras que Pablo ★ ★ ★⁴⁴ (@pabloeserre) dijo: “*NoOoOo era novia de AIMAR -Aimar en la foto con la mina:*” junto a un video de Lionel Messi aparentemente incómodo al tomarse una fotografía junto a una modelo en una alfombra roja. Por último, ramardo^{45 46} (@Ramardoh1) en dos ocasiones se pronunció y dijo a las 10:55: “*Pablito Aimar cuando entendió el mensaje*” junto a un video de Pablo Aimar y Lionel Scaloni en el mundial de 2022. Y luego a las 11.05 hs, un video de chicos adolescentes de 5to año jugando al juego pin pong con la frase “*Pablito Aimar cuando en el Libero vs le preguntan si alguna vez lloró por amor:*”

- **Quinta Subfase - “Qué interesante, cuéntame más”:** la propagación del rumor a lo largo del 31 de mayo, llevó a la publicación de notas informativas por parte de portales web (D9), quienes le dieron relevancia al rumor y generó audiencias mayores hacia la noticia, ya que los públicos de los distintos medios comenzaron a hablar de ello. Tal como sucedió en los días previos con el tweet de Agustina, algunos diarios digitales utilizaron lo sucedido en esta red mediática para la formulación de notas periodísticas. Entre ellos podemos encontrarnos con “Clarín”⁴⁷, “A24”⁴⁸, “Crónica”⁴⁹, “Info cielo”⁵⁰,

⁴³ Tweet de Nicolás Di Gennaro (@TanoDigennaro)
(<https://twitter.com/tanodigennaro/status/1663952486342721558?s=46&t=IYqcpLa7LGyYy-GBDrPCMSQ>)

⁴⁴ Tweet de Pablo ★ ★ ★ (@pabloeserre)
(<https://twitter.com/pabloeserre/status/1663913065035751426?s=46&t=IYqcpLa7LGyYy-GBDrPCMSQ>)

⁴⁵ Tweet de ramardo (@Ramardoh1)
(<https://twitter.com/ramardoh1/status/1663906969696993282?s=46&t=IYqcpLa7LGyYy-GBDrPCMSQ>)

⁴⁶ Tweet de ramardo (@Ramardoh1)
(<https://twitter.com/ramardoh1/status/1663909535927418881?s=46&t=IYqcpLa7LGyYy-GBDrPCMSQ>)

⁴⁷ Nota de “Clarín”: (https://www.clarin.com/fama/chica-tuit-viral-buenas-poesia-termino-misterio-pablo-aimar-mensaje-0_fhN9J8ajg2.html)

⁴⁸ Nota de “A24”: (<https://www.a24.com/trends/una-poesia-pablo-aimar-era-el-novio-muy-agustina-la-chica-que-lo-dejo-whatsapp-n1109125>)

⁴⁹ Nota de “Crónica”: (<https://www.cronica.com.ar/cosa-de-locos/La-devastadora-teoria-que-afirma-que-Pablo-Aimar-es-el-hombre-que-fue-dejado-en-un-chat-viral-Buenas-una-poesia-20230531-0117.html>)

⁵⁰ Nota de “Info Cielo”: (<https://infocielo.com/deportes/aimar/el-mensaje-viral-una-poesia-y-la-teoria-pablo-aimar-n763820>)

“Radio Mitre”⁵¹, quienes a raíz de la implicación de Aimar en el caso siguieron generando expectativas entre sus lectores al mantenerlos al tanto de la circulación mediática de este suceso. Asimismo, se discutió del tema en programas de streaming como *Señoras Wachas*⁵² del canal Gelatina, como así también en *Escucho Ofertas*⁵³, programa de Blender, donde la propia Agustina tuvo su aparición el 31 de mayo (D9). En el mismo se dedica a hablar del caso y comentar sobre la existencia de su relación con Pablo Aimar diciendo “*Hoy amanecí con la noticia de que rompí la Scaloneta*”, pero no afirma ni niega la veracidad de la tendencia creada.

- **Quinta fase - “Escándalo dentro de la Scaloneta”:** fue tal el revuelo generado en torno a Aimar y su implicación con esta supuesta ruptura que la noticia llegó a los Medios Tradicionales. El 31 de mayo por la noche en el programa Bendita de Canal 9 (D10) se habló del tema bajo el título “*¡La Scaloneta, en el centro de la polémica!*”. Nuestro discurso objeto nuevamente presento un salto intersistémico en el sistema de medios, donde los discursos dentro de las Redes Mediáticas con base en Internet permitieron que el caso posea mayor visibilidad, hasta desembocar en los Medios Masivos. En este caso, por tratarse de un rumor que implicaba a una figura de interés público (o de la *farándula*, siguiendo la jerga urbana), resultó un tema interesante dentro de los programas televisivos de espectáculo.

- **Sexta fase - “No vale todo”:** el día 1ro de junio, alrededor de las 14:30, Pablo Aimar niega públicamente su relación con los acontecimientos adjudicados por medio de una historia en su cuenta de Instagram (D11). En la misma, aclara que no tiene “*nada que ver ni con la persona ni con nada de lo se me asocia ni estoy saliendo con nadie*”. De esta forma, su declaración hace que el caso se torne transversal, ya que él como institución, tanto como figura pública como padre de familia, debe hacer frente a la acusación y defender su reputación, así como proteger a sus hijos⁵⁴. La repercusión en medios tradicionales obligó a Aimar a rectificar los hechos. Para ello, decidió publicar una historia vía Instagram desligándose de cualquier implicación, es decir, mediante su

⁵¹ Nota de “Radio Mitre”: <https://radiomitre.cienradios.com/espectaculos/se-filtro-una-devastadora-teoria-que-afirma-que-pablo-aimar-seria-el-hombre-al-que-dejaron-por-whatsapp-una-poesia/>

⁵² Programa “Señoras Wachas” (<https://www.youtube.com/watch?v=FC9bf3WcjcA>)

⁵³ Programa “Escucho Ofertas” (https://www.youtube.com/watch?v=RuFIUn94hz0&t=4s&ab_channel=BLENDER)

⁵⁴ Carlón (2021) (<https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2023/05/El-fin-de-la-invisibilidad-Carlon.pdf>)

propio medio de comunicación.

En este punto, resulta importante determinar por qué se trata de un claro ejemplo de circulación mixta. Siguiendo a Carlón (2021), entendemos como circulación mixta a aquella que abarca tanto una circulación horizontal-ascendente como transversal, es decir, que el discurso objeto realiza movimientos tanto intersistémicos en el sistema de medios como de “adentro” hacia “afuera” y desde “afuera” hacia “adentro” de las instituciones y colectivos. Para poder demostrarlo, es necesario especificar tres pilares centrales del caso:

Institución: una vez el sentido de los discursos en las Redes Mediáticas con base en Internet se redireccionaron en torno al rumor de que la identidad del joven se trataba de Pablo Aimar, el implicado siente la obligación de aclarar dichas informaciones inexactas. De esta manera, el contenido desde “afuera” impacta el “adentro” de la institución a la que Aimar representa, su familia. Ante la presión mediática, Aimar siente la necesidad de aclarar la veracidad de los hechos que implican a su persona, y, que consecuentemente, afectan a su entorno familiar. En este accionar, el contenido que él emana desde “dentro” de su institución hacia “afuera” tiene lugar en sus historias de Instagram, donde desmiente la existencia de una anterior relación amorosa con Agustina.

Enunciador: Pablo Aimar a través de su cuenta de Instagram (@pabloaimarok) rectifica las afirmaciones que han estado circulando en diferentes medios sobre su persona. Como exfutbolista profesional y parte del personal de la Selección Argentina, destacado por su desempeño en los últimos años, su estatuto es considerablemente mayor al de un amateur. Basta con una simple historia a través de su único medio personal de comunicación, Instagram, para que la rectificación sea retomada por los mismos medios que dispersaron el rumor.

Medio de origen: la aclaración por parte de Aimar sobre sí mismo, como figura pública, y, en nombre de su familia, como representante de dicha institución, tuvo origen en su cuenta personal de Instagram (@pabloaimarok).

- **Sexta subfase - “Muchachos, hasta acá llegamos”:** El día 1ro de junio, a raíz de la rectificación por parte de Aymar, portales digitales como “Infobae”⁵⁵,

⁵⁵ Nota de “Infobae”: (<https://www.infobae.com/deportes/2023/06/01/pablo-aimar-aclaro-su-insolita-vinculacion-con-el-chat-viral-de-buenas-una-poesia-no-todo-vale/>)

“Clarín”⁵⁶, “TyC Sports”⁵⁷, “La Nación”⁵⁸, “Crónica”⁵⁹, “El doce TV”⁶⁰, “TNT Sports”⁶¹, los cuales implican un conjunto discursivo siendo el decimosegundo discurso (D12). Estos retomaron el caso al realizar notas periodísticas donde actualizaban a sus lectores acerca del desenlace de la situación. Como suele suceder en casos con características similares, las rectificaciones nunca logran poseer el mismo alcance que el rumor que le dio origen.

- **Nivel de observación micro y espacial.**

A partir de la presentación del caso “Buenass. Una poesía?” y su respectiva descripción de la circulación del corpus mediático, es que podemos enfocarnos en los enunciadores y su desplazamiento en la dimensión espacial. Para ello, realizamos dos gráficos teniendo en cuenta un determinado “momento clave” de la circulación, para así visualizar de manera clara la posición de los enunciadores en el contexto analizado. Cada uno de estos gráficos va a representar, por un lado, el antes, y, por otro, el después del “momento clave” seleccionado. Consideramos pertinente que el análisis se realice a partir de que el individuo amateur Checho (@checho_lpdb) (IA) publicó en su propio medio de comunicación de Twitter, una captura de pantalla de una foto de la primera enunciativa, Agustina, que se la ve con el ex futbolista Pablo Aimar. Junto a ella, el individuo amateur agregó un comentario expresando su sorpresa e indignación al respecto. Este tweet fue retomado por Angel SC (@AngelSC) (IA), quién lo cita y comenta de manera similar a Checho. Si bien, como se desarrolló anteriormente, el tweet de Angel citando al de Checho se hizo más viral que su original, vamos a tomar como discurso objeto al tweet de Checho, ya que fue él quien dio la primicia. A partir de este discurso, podemos identificar un antes y un después en la producción de discursos. Para analizar este “momento clave”, las variables sobre las cuales vamos a trabajar son, por un lado, un símbolo positivo (+) para referir al corpus mediático risible, y, por otro lado, un símbolo

⁵⁶ Nota de “Clarín” (https://www.clarin.com/deportes/pablo-aimar-desmintio-protagonista-tuit-viral-buenas-poesia-contundente-mensaje_0_KKvobl8OqK.html)

⁵⁷ Nota de “TyC Sports” (<https://www.tycsports.com/curiosidades/aimar-tuit-viral-desmentida-fuerte-mensaje-id515385.html>)

⁵⁸ Nota de “La Nación”: (<https://www.lanacion.com.ar/deportes/pablo-aimar-salio-al-cruce-de-los-rumores-que-lo-vinculaban-con-una-tuitera-nid01062023/>)

⁵⁹ Nota de “Crónica”: <https://www.lanacion.com.ar/deportes/pablo-aimar-salio-al-cruce-de-los-rumores-que-lo-vinculaban-con-una-tuitera-nid01062023/>

⁶⁰ Nota de “Doce TV”: <https://www.lanacion.com.ar/deportes/pablo-aimar-salio-al-cruce-de-los-rumores-que-lo-vinculaban-con-una-tuitera-nid01062023/>

⁶¹ Nota de “TNT Sports”: (<https://tntsports.com.ar/internacional/La-aclaracion-de-Pablo-Aimar-sobre-su-vinculacion-con-el-posteo-viral-No-todo-vale-20230601-0071.html>)

negativo (-) para el corpus mediático serio. Si bien la cantidad de discursos generada fue diversa, consideramos que son los que destacaron a lo largo de la circulación de nuestro caso.

Siguiendo esta línea de ideas, para nuestra distinción y clasificación de enunciadores nos guiaremos por el texto de Carlón (2020). A saber:

Medios		Colectivos		Individuos		Instituciones
Medios masivos	Bendita Yanina 107.9 Perros en la calle					
Medios digitales	Los Andes, El Litoral, La Gaceta, Diario El Norte, Info Cielo , Infobae , Doce TV , Paren la Mano , Señoras Wachas , Escucho Ofertas	Colectivos mediáticos	Tweets TikToks Instagram	Individuos profesionales	Bizzarap Tagliarico Aimar	CocaCola , Cif Schneider , Brahma , Stella Artois , Google , Marolio , Havanna
Medios masivos digitales	TN, La 100, Clarin, A24, Crónica, Radio Mitre, TvC Sports , La Nación , TNT Sports					
Medios colectivos	-					
Medios individuales	Sinónimo de Individuo Amateur	Colectivos sociales	-	Individuos amateurs	Agustina Checho	

Imagen 5: Clasificación de enunciadores

A partir de la clasificación expuesta anteriormente, podemos presentar y describir los gráficos sobre el desplazamiento de los enunciadores en la dimensión espacial.

Figura 1

Antes del rumor relacionando a Pablo Aimar

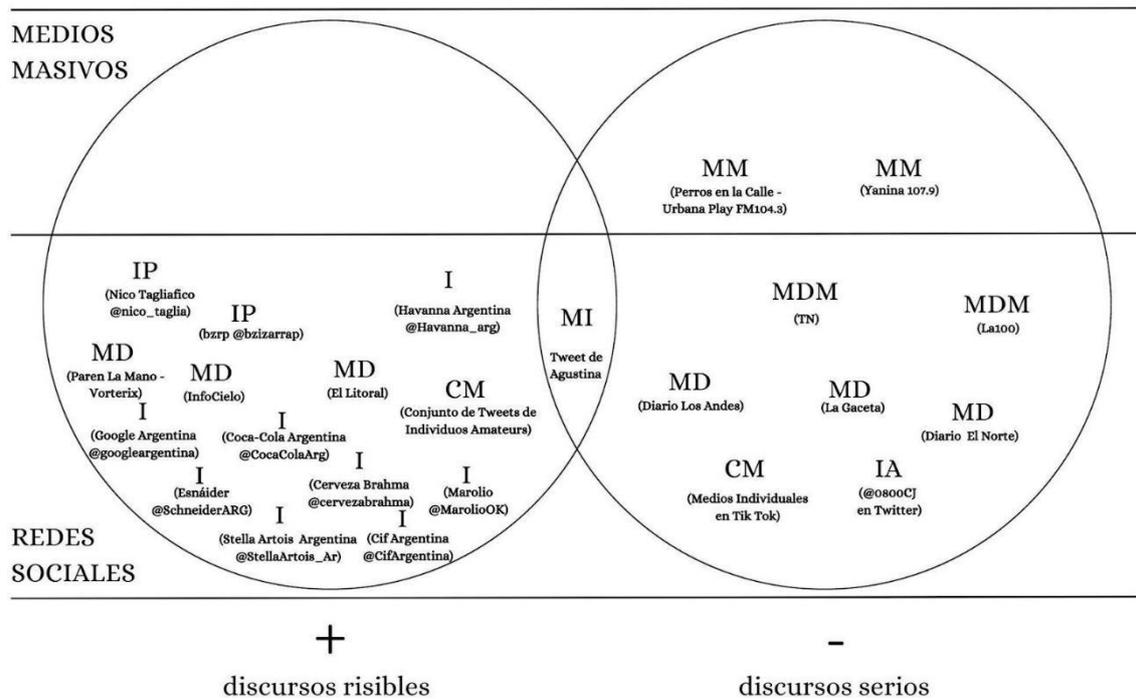


Imagen 6: Dimensión espacial - El antes

En el primer gráfico (Figura 1), podemos ver los diferentes discursos que se generaron a partir del tweet de Agustina (MI). En este momento, la cantidad de discursos posicionados tanto en una como en otra postura fue parejo. Por un lado, en los discursos serios, diferentes enunciadore de las Redes Mediáticas con base en Internet debatieron sobre si resulta correcto o no terminar una relación por mensaje de texto. Tal es el caso del colectivo mediático (CM) de TikTok (@inversioneslubru; @bufetesentimental; @lara.cabezas1) y el individuo amateur (IA) de Twitter 0800CJ (@0800Cj). La mayor parte de los medios digitales (MD) y medios digitales masivos (MDM) también se limitaron a simplemente explicar el tópic que estaba en tendencia en el momento. Esto podemos verlo en varios portales digitales de noticias tanto independientes (Diario Los Andes; La Gaceta; Diario El Norte) como pertenecientes a medios masivos tradicionales (TN; La 100). De la misma manera, medios masivos (MM) dentro del área radial, como Yanina 107.9 y Perros en la Calle, opinaron y debatieron respecto al caso, criticando el accionar de Agustina.

De manera contraria, reconocemos al colectivo mediático (CM) de Twitter como el principal productor de discursos risibles en esta etapa (@soyunargento; @martindardik; @jajajadrogaaaa; @Ramardoh1; @fabipa90; @giuliciuta; @Solqui_; @DistØrtionD). En este colectivo incluimos tanto aquellos individuos generadores de

memes burlándose de la situación, como los que participaron de la tendencia que consistía en compartir experiencias similares que hayan vivenciado y/o enviar el mensaje que Agustina propagó a sus propias parejas, y, posteriormente, compartir las respuestas de las y los jóvenes. En la misma Red Mediática con base en Internet, generaron contenido risible individuos profesionales como Bizarrap y Nicolás Tagliafico (IP), como así también instituciones de marcas tales como Coca Cola, Cif, Schneider, Brahma, Stella Artois, Google, Marolio y Havanna (I). Tanto los individuos profesionales (IP) como las instituciones (I) generaron contenido risible a través del reconocimiento de la frase “Buenass. Una poesía?”. Esta acción de que cada uno la haya utilizado como forma de promoción de sus productos y/o servicios, permite una ilusión de cercanía entre las partes de manera risible. Asimismo, destacaron medios digitales (MD) que comentaron alrededor de los memes que originó el tweet de Agustina (El Litoral, Info Cielo). Consideramos a estos últimos como discursos risibles porque, si bien informaron respecto al tópico en tendencia, pusieron especial foco en la generación de memes por parte de los individuos. En el caso de Paren La Mano, programa de la Radio Vorterix (MD), los conductores realizaron chistes respecto al tema.

Figura 2
Después de que se vincule a Pablo Aimar

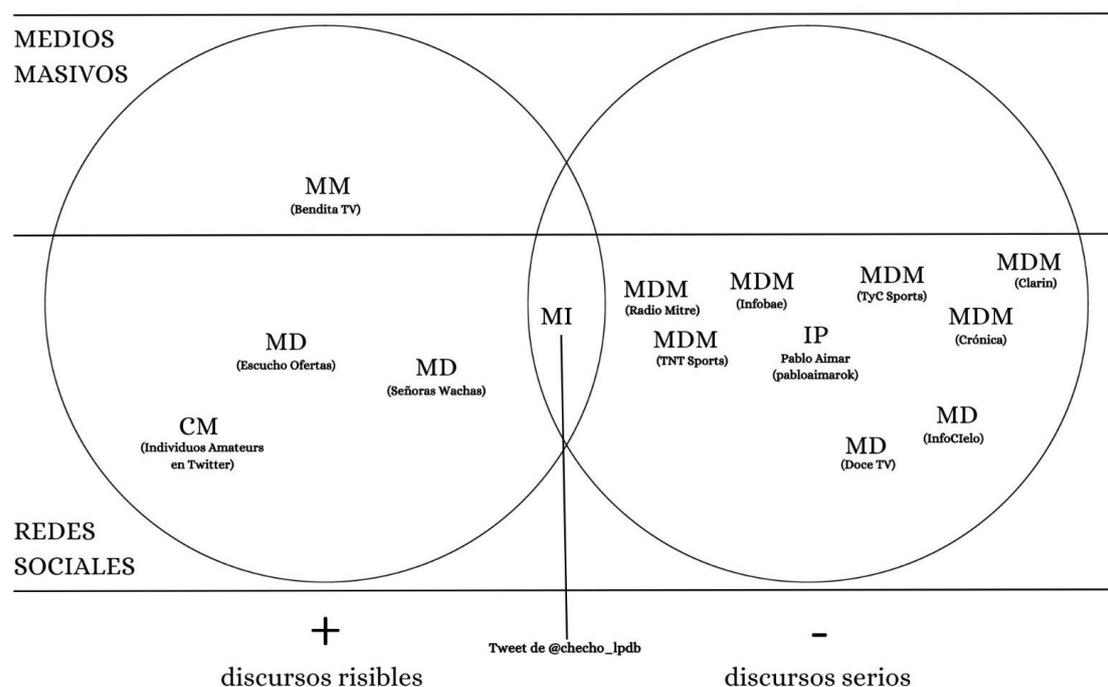


Imagen 7: Dimensión espacial - El después

En el segundo gráfico (Figura 2), podemos ver los diferentes discursos que se generaron a partir de la difusión del rumor sobre la identidad de Aimar. En este momento,

sucede algo similar al anterior, debido a la generación de discursos risibles entre ambas posturas fue nuevamente parejo. No obstante, el sentido de estos cambia drásticamente ante la supuesta identidad descubierta del destinatario del mensaje. Por un lado, en los discursos serios, reconocemos medios digitales (MD), como InfoCielo; y medios digitales masivos (MDM), como Clarín, Crónica y Radio Mitre; que produjeron notas periodísticas mediáticas del tema. Cabe destacar la producción discursiva del individuo profesional (IP) Aimar, quien sale a aclarar su desvinculación con el caso. Consecuentemente, diferentes portales digitales elaboraron notas al respecto. En esta etapa destacaron, por un lado, medios digitales (MD) como Docetv; y por otro lado, medios digitales masivos (MDM) como Infobae, Clarín, TyC Sports, La Nación, Crónica y TNT Sports. Por su parte, como discursos risibles de las Redes Mediáticas con base en Internet podemos mencionar el colectivo mediático (CM) de Twitter (@AngelSC; @TanoDigennaro; @pabloeserre; @Ramardoh1) y programas de streaming, denominados como medios digitales (MD), como Escucho Ofertas y Señoras Wachas. Finalmente, en los medios masivos (MM) el programa Bendita TV cubrió el caso, proyectando un sketch humorístico durante su emisión en vivo.

De esta manera, a partir de los gráficos expuestos, podemos evidenciar la dimensión espacial del caso. A rasgos generales, los enunciadores se mantuvieron constantes en la generación de discursos en ambos momentos. La oscilación entre ambas posturas fue pareja.

- **Conclusiones**

A modo de conclusión, hemos identificado distintos momentos de circulación del caso. La circulación tuvo como epicentro a la Red Mediática de Twitter, pero se expandió a otros medios de forma intrasistémica e intersistémica.

Con la publicación de la conversación en la cuenta de Agustina (@muyagustina), aquello que comenzó en la privacidad del Underground a través de Whatsapp, se convirtió por medio de un salto de escala en un gran debate mediático y en la formación de un nuevo discurso risible a modo de meme. Debido a la longitud y la complejidad del mensaje enviado por Agustina, los usuarios comienzan a producir discursos tanto risibles en tono de meme, burlándose de la situación; como serios, al recriminar la actitud de ambos, centrándose en la actitud de Agustina. En este proceso, evidenciamos una ambigüedad en las posturas de los diferentes enunciadores. Mientras que, por un lado, los memes y las burlas hacía Agustina constituían discursos críticos que reprochaban su

actitud para con su pareja del momento, como por ejemplo, la extensión del mensaje, su dramatismo, la falta de madurez en su actitud, entre otros; por otro lado, y, de manera contraria, los memes y las burlas hacia el joven constituían mayormente discursos de empatía, identificación, comprensión, de festejo por su respuesta espontánea, entre otros. Pudimos evidenciar esta ambigüedad no sólo en las Redes Mediáticas con base en Internet, sino también en los Medios Masivos. En la multiplicidad de discursos, los individuos amateurs, los programas de streaming y las emisoras radiales tomaron un actitud más crítica y burlona respecto de los medios digitales masivos e independientes, quienes se limitaron a informar respecto al caso. Otro sentido de la frase comenzó a expandirse cuando se comenzó a utilizar el “Buenass. Una poesía?” a modo de estrategia publicitaria, cuando individuos profesionales e instituciones la implementan para promocionar sus productos y servicios. De esta forma, se establece una complicidad entre el enunciador y los enunciatarios mediáticos por medio del discurso risible, el cual requiere de determinados conocimientos previos para comprender el surgimiento del meme y permitir las condiciones de reconocimiento esperadas por parte de los internautas.

Una vez implicado Pablo Aimar en la problemática debatida, las actitudes de los enunciadores se modificaron, exaltados por el descubrimiento de la supuesta identidad y la relevancia del personaje, pero también negados frente a la veracidad del rumor. La generación de contenido risible se mantuvo constante en las Redes Mediáticas, hasta que, finalmente, Aimar rectifica y niega verse implicado en este rumor con Agustina. Este punto genera una ruptura del sentido de los discursos de los internautas, ya que a partir de su declaración, la masividad de los discursos disminuyó considerablemente a modo de respeto a su autoridad como figura de interés público y a su pedido de detención de la hostigación. De esta manera, los medios digitales masivos e independientes lograron darle un punto final a este caso con la publicación de la declaración de Pablo Aimar en sus medios individuales, cesando la divulgación del rumor y la difamación de su persona.

En cuanto a la postura de Agustina como enunciadora, podemos percibir un cambio frente a la situación. En un primer momento, formaba parte activa del debate y las opiniones de terceros sobre la situación, compartiendo nuevos discursos generados tanto en Twitter como en otros medios. No obstante, una vez que la circulación se expande de forma cada vez más masiva y una vez relacionado con Aimar, la autora del primer discurso objeto se mantuvo más reservada frente a la situación. En un tercer momento, decide apartarse de la discusión y comienza a eliminar discursos previos como publicaciones en Instagram en su cuenta personal y no opinar más sobre el tema.

A día de hoy, seis meses más tarde de lo ocurrido, es posible identificar la repercusión del caso en el mantenimiento de la frase “Buenasss. Una poesía?” como discurso risible para referir a la belleza de un objeto o un suceso de forma irónica. Sin embargo, es necesario comprender el contexto de este enunciado, a modo de condición de reconocimiento para la formulación de estos nuevos discursos, porque de manera contraria, no se logra identificar el sentido reidero de la referencia.

Finalmente, siguiendo a Fraticelli (2021), este caso demuestra que lo reidero es 24/7. Ya sean medios, colectivos, individuos o instituciones, todos generan discursos risibles sincronizados con la actualidad, con los acontecimientos sociales del día a día. Nuestro caso, que se extiende en una línea temporal de apenas cuatro días, fue claro ejemplo de la gran cantidad de oferta de discursos risibles que se generan ante cualquier hecho que merezca ser comentado.

Bibliografía

- 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.
- Carlón, Mario (2020). *Del poder de los enunciadores al poder de la circulación del sentido. Enunciadores hipermediáticos, análisis espacial y procesos de la circulación. Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada.* Nueva Editorial Universitaria. <https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2023/09/El-poder-de-los-enunciadores-Carlón.pdf>
- Carlón, Mario (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.
- Fraticelli, 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>
- Fraticelli, Damián (2021). El humor hipermediático. La nueva era de la mediatización reidera. En Burkart, M.; Fraticelli, D. y Várnagy, T. (eds.) *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico.* Buenos Aires: Teseo. Disponible en: <https://www.teseopress.com/arruinandochistes/>
- Fraticelli, Damián (2021). Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste), *La trama de la Comunicación*, 25, 2, 115-129. Disponible en: <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/779>.