

INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO

“Nuevas condiciones de circulación discursiva”

GRUPO 2

Profesora: Rocio Rovner

Integrantes: Tamara Ahumada (tamiahumadagonzalez@gmail.com)

Martín Ayerza (martinayerza87@gmail.com)

Tomás Avalis (tomas9921@gmail.com)

Ignacio Centurión (centurionignacio5@gmail.com)

Luciana Zamora (lucianaymariana@gmail.com)

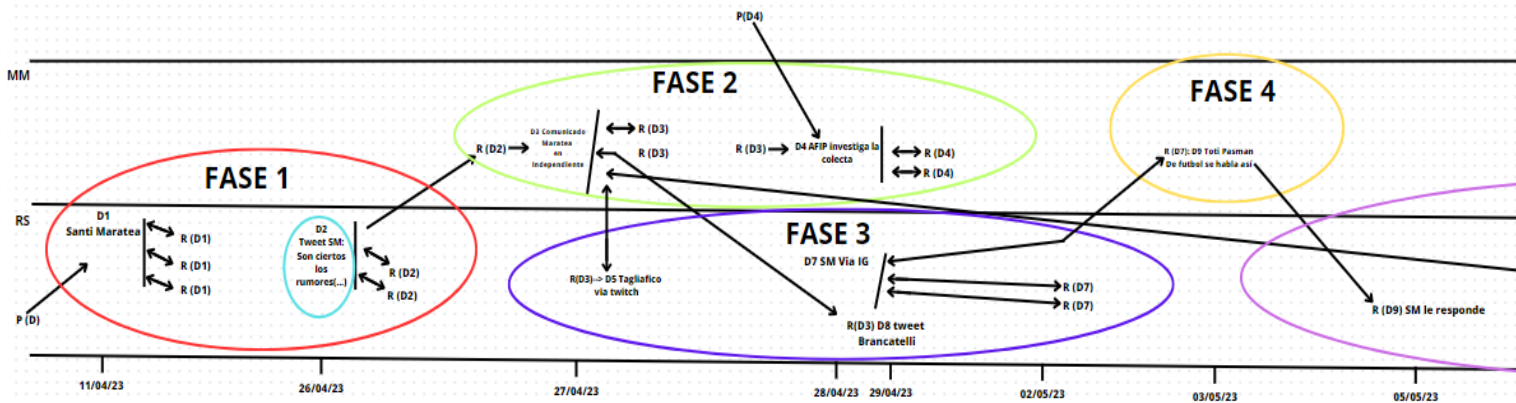
Tobias Ajzenberg (ajzenbergtobias@gmail.com)

Alexis Cook (a.cook99@hotmail.com)

Caso: SANTIAGO MARATEA Y LA COLECTA PARA INDEPENDIENTE

NIVEL DE OBSERVACIÓN DIACRÓNICO

En el siguiente trabajo se va a analizar el caso de Santiago Maratea y la colecta para Independiente. En el marco de crisis económica en el Club Atlético Independiente, el influencer Santiago Maratea, conocido por realizar colectas solidarias a través de su cuenta de Instagram @santumaratea1 comienza una colecta para recaudar alrededor de 20 millones de dólares, equivalentes a la deuda que el club mantiene con diferentes actores. De este modo, el siguiente trabajo llevará a cabo el análisis que va desde el 11 de abril de 2023 hasta el 8 de agosto de 2023, pudiendo dar cuenta de siete fases y dos subfases. Este caso de tipo mixto ascendente descendente transversal.



Luego de la crisis institucional que se da a partir de la renuncia de Fabián Doman a la presidencia de Independiente, el día el **11 de abril** a las 17.30 hs, Santiago Maratea pone en su cuenta de Twitter: *“Desde el domingo solo me llegan mensajes de hinchas de independiente entonces, hago una pregunta solo para la gente del Rojo, están para organizarnos, hacer una colecta de hinchas e intentar ayudar en este momento a uno de los clubes más importantes de América”*.

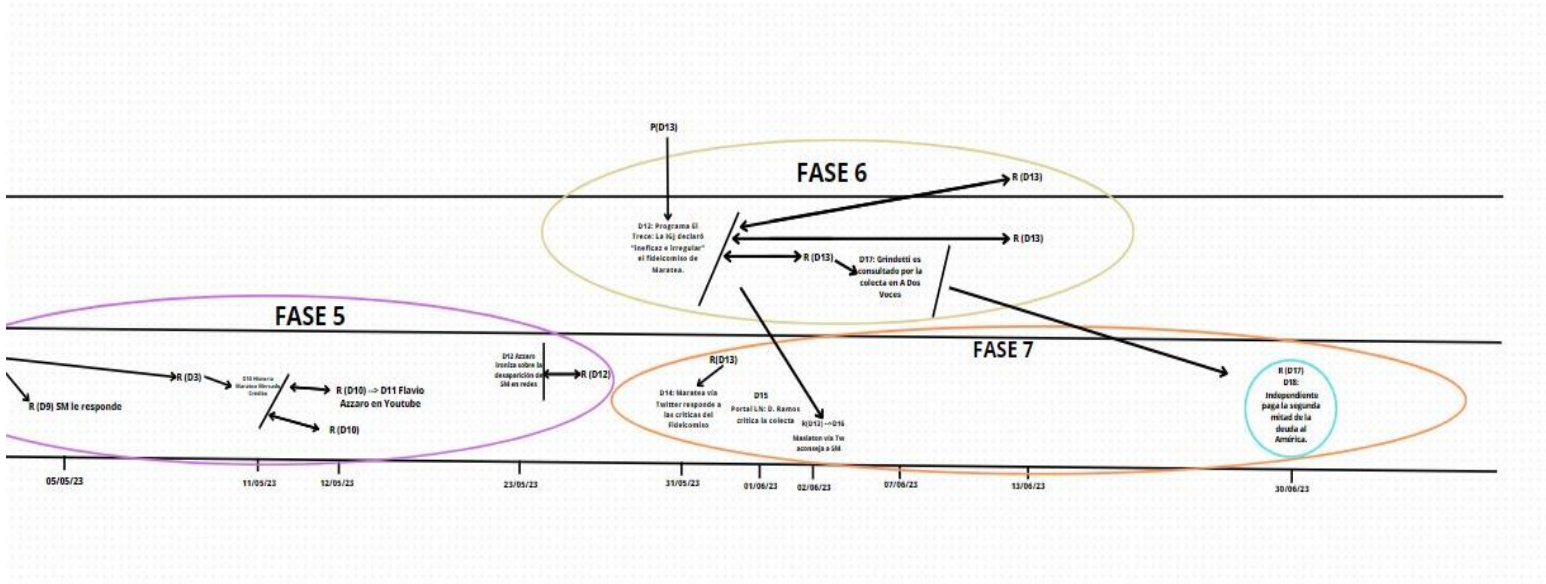
Este tweet (D1) da inicio a la **primera fase** de la circulación de este caso y es sucedida con una **subfase** a partir de que el mismo enunciador ponga a las 19.49 hs del mismo día otro tweet aclarando la verosimilitud de los rumores y el comienzo de la colecta.

La **Fase 2** comienza el **27 de abril** con un salto hipermediático con dirección ascendente, a partir de que el influencer brinda una conferencia (D2) que fue reproducida en televisión

abierta para hacer oficial el hecho y explicar las condiciones en que se iba a dar el proyecto.

La **Fase 3** inicia a partir de que el ex jugador de Independiente, Nicolas Tagliafico, apoya públicamente la causa en un vivo de Twitch (D5), marcando el inicio de una circulación descendente que se manifiesta con más discursos de opinión en las redes sociales, tanto positivas como negativas acerca de lo que estaba sucediendo y que tienen origen en las redes sociales. Entre los discursos de esta fase se encuentran aquellos que empiezan a manifestar la existencia de una cláusula que establece que Maratea se quedaría con un 5% de lo recaudado. En esta misma fase, el influencer confirma el rumor en sus historias de Instagram.

En la **Fase 4** que tiene lugar el **3 de mayo**, el discurso vuelve a ascender cuando Toti Pasman crítica a Maratea por el rumor de 5% en su programa de televisión “De fútbol se habla así” emitido en el canal DirecTV Sports (D9). Dos días más tarde, Maratea va a responder a quienes estuvieron criticando su accionar y lo hace mediante historias de Instagram (D10) haciendo que la circulación vuelva a descender al sistema que vió nacer el discurso, las redes sociales (**Fase 5**).



A fines de mayo, la circulación da un salto hipermediático (**fase 6**) cuando en un noticiero de “El Trece” (D13) se emite un comunicado de la Inspección General de Justicia (IGJ) que entró en escena. La IGJ calificó de “ineficaz e irregular” el fideicomiso de Maratea y le impusieron una fecha límite para inscribirlo donde corresponde. Consecuentemente,

Maratea responde sobre los rumores de irregularidad a través de las redes sociales (D14). En el análisis esto se identifica como el inicio de la **fase 7**. Para finalizar, el día **30 de junio** tiene lugar el último discurso que elegimos para poner punto final al análisis y que conforma la **Subfase 2**, debido a que se da un movimiento transversal de la circulación con el anuncio del pago al Club América de México, a través de Twitter (D18).

Cabe destacar que, si bien en el caso elegido para este análisis se mantuvo, durante aproximadamente cuatro meses, una constante generación de circulación en cada discurso que se generaba referido al tema existió un momento en el que hubo un incremento en la cantidad de sujetos que opinaban del tema y esto fue luego de que se conociera acerca de la cláusula del 5%.

NIVEL DE OBSERVACIÓN DE FASES

Fase 1: El origen en Twitter.

En las pasadas elecciones del **2 de octubre de 2022**, los socios del Club Atlético Independiente renovaron su dirigencia, poniéndole fin a la cuestionada gestión del sindicalista Hugo Moyano tras ocho años al frente. Quien salió victorioso fue el conductor de televisión Fabián Doman, [que arrasó en los comicios](#) tras una campaña sumamente hostil, en la que prometía arreglar el desastre de la gestión de ese momento, principalmente lo relacionado a las acuciantes deudas. Lastimosamente para la hinchada roja, a poco más de seis meses de iniciada la nueva administración, el **11 de abril de 2023**, el periodista [renunció a la presidencia](#) en medio de una crisis institucional y deportiva. Junto con Doman también se fueron sus promesas de campaña, el encargado de asumir el mando [fue el hasta entonces vicepresidente Nestor Grindetti](#), quien ya ostentaba el título de intendente de Lanús y se posicionaba como candidato a gobernador de la provincia de Buenos Aires. Es en dicho contexto que comienza nuestro caso de análisis.

A partir de un [primer tweet](#) publicado por Santiago Maratea ([@santumaratea1](#), 469 mil seguidores) el día **11 de abril** del corriente año, donde se evidencia la intención de realizar una colecta para Independiente ante la crisis económica y política que afronta la institución deportiva. Según relata el influencer la idea proviene de los hinchas que se lo

pedían a través de mensajes privados y por eso pregunta en la red social si los demás simpatizantes estarían dispuestos a colaborar con la causa. Esto derivó en diversas repercusiones, desde quienes se entusiasmaron con la idea de ayudar al equipo que alientan, hasta los que daban por hecho que se trataba de un intento de estafa o la evidencia última de la corrupción del fútbol. Todo lo mencionado generó en el universo tuitero una ola de rumores, hipótesis y dudas sobre la efectiva realización de la colecta, hasta varios [portales digitales](#), satélites de los principales medios, dieron a conocer la intención. Aquí hay que tomar en consideración que la cúpula dirigencial de C.A.I está compuesta por muchos políticos de notoriedad pública y este es un año electoral.

El **26 de abril** Maratea publicó un [nuevo tweet](#), donde confirma que se llevará a cabo y [le adjudica la iniciativa a la hinchada](#). Seguidamente [vuelve a tuitear](#) para anunciar una conferencia de prensa para el día siguiente.

Subfase 1: Sostenemos que se genera una ya que, una vez publicado el primer tweet de Maratea, se genera un cambio de escala intrasistémico debido al reconocimiento público del influencer y del equipo de fútbol y su dirigencia. Consideramos a los portales digitales como parte de las redes sociales porque es por medio de las mismas que difunden sus notas.

El día **27 de abril** Maratea [oficializa la colecta mediante un tweet](#) y anuncia una conferencia de prensa.

Fase 2: El día Maratea.

La conferencia la brinda en el Estadio Libertadores de América y muchos [portales digitales](#) y [medios masivos](#) se hacen eco. Aquí se evidencia un **salto hipermediático**, nuestro primer discurso llega a las principales corporaciones mediáticas, dando lugar a una nueva audiencia que genera otros nuevos discursos. Lo que hasta el momento era una discusión de Twitter pasa a ser tema de debate público, ya que son los noticieros de TV quienes marcan la agenda. Comienzan los cuestionamientos a la colecta, panelistas y periodistas debaten en vivo sobre la legalidad del proyecto.

Todo se torna más sospechoso cuando el caso comienza a circular en un organismo del Estado, el **28 de abril** la [Administración Federal de Ingresos Públicos \(AFIP\)](#) comunica

que va a investigar el fondo de la colecta y anuncia que investigará cada donación que supere los 170 mil pesos, lo cual [incrementa la repercusión mediática](#). El ente que conduce Carlos Castagneto justifico su accionar aduciendo que el dinero recibido por Maratea hasta el día de la fecha no estaba depositado en ningún fideicomiso y manifestaron que el club debió haber abierto una cuenta para ese específico fin antes de empezar con las donaciones.

Fase 3: Opinólogos, industria argentina.

Las reacciones a la cuestionada colecta no pararon desde su anuncio y aumentaron a medida que se amplificaba su difusión. Dentro del mundo redes sociales la opinión de los simples mortales estaba polarizada, algunos usuarios en favor y otros sumamente en contra, de ambos lados hay memes, pero ciertas figuras públicas inclinaban la balanza hacia un lado o el otro según sus dichos. Por ejemplo: el periodista Diego Brancatelli ([@diegoبرانقا](#), 400 mil seguidores), su principal enemigo público, [le dedico un tweet](#) ante los rumores de fraude que circulaban. A favor del influencer se destaca el futbolista y ex jugador del C.A.I, Nicolas Tagliafico, que en su nuevo rol como streamer [declaró vía Twitch](#) su grata sorpresa ante la colecta. También negó que se tratara de un robo ya que Maratea es hinchada del club y cuenta con un historial que acredita su honestidad, lo que colaboró con su credibilidad. Pero a los pocos días, precisamente el **2 de mayo**, Santiago denuncia, por medio de historias de Instagram, que está siendo víctima de amenazas y responde a los rumores de fraude que circulaban por TV. El influencer asume de manera distendida, hablando a la cámara, que [se queda con un 5%](#) de lo recaudado con las donaciones.

Fase 4: Hay que pegarle a Maratea.

Es el reconocido periodista deportivo Juan Carlos “Toti” Pasman quien, el **3 de mayo**, en su programa “De fútbol se habla así”, que se transmite por DirecTV Sports, [le dedicó duras palabras](#) a Maratea acusándolo despectivamente de ser fiduciario por quedarse con una comisión y cuestionó su capacidad para llevar adelante semejante colecta.

Quienes descreen de él confirman sus sospechas y quienes lo apoyaban creen que es justo ya que siempre se dijo que no era caridad lo que hacía.

Fase 5: Ahora con crédito.

El día **5 de mayo** Maratea [le va a responder a todos sus detractores](#) vía historias de Instagram, principalmente a “Toti” Pasman. Por el mismo medio, como si su comisión no fuera suficiente escándalo, el **11 de mayo** anuncia que se podrá donar con crédito de Mercado Pago (la billetera virtual que utiliza para sus colectas), o sea que los donantes tendrán la posibilidad de endeudarse para colaborar. A esto reaccionaron con dureza muchas figuras públicas, la más notoria fue el **12 de mayo**, [por parte del periodista deportivo Flavio Azzaro](#) en su canal de Youtube, donde transmite su programa “El loco y el cuerdo”. Ahí critica duramente al influencer y lo trata de perverso. El día **23 de mayo** el mismo periodista por medio de una historia de Instagram, sembró la duda sobre Maratea, al plantear su desaparición de las redes.

Fase 6: La inspección.

El **31 de mayo** la [Inspección General de Justicia \(IGJ\)](#) entró en escena, calificó de “*ineficaz e irregular*” el fideicomiso de Maratea y le imponen una fecha límite para inscribirlo donde corresponde. La acción de la IGJ, que llegó mientras la campaña pasaba la línea de los 800 millones de pesos recaudados, apunto a la decisión del influencer de radicar el fideicomiso en Neuquén, provincia que según Ricardo Nissen, titular del organismo, opera “*como un paraíso fiscal*” por lo que “*actuamos en defensa de Independiente y del ahorro público*”. [Según detallaron desde IGJ, la colecta debería haberse radicado en la Capital Federal.](#)

Fase 7: Santi... ¿Manotea?

El influencer no pudo con su genio y [respondió a las críticas en Twitter](#), irónico como de costumbre y haciéndose cargo del sobrenombre que le impusieron sus detractores: *Santi Manotea*. Usuarios reconocidos, como el economista libertario Carlos Maslaton ([@CarlosMaslaton](#), 311 mil seguidores) , [instaban al influencer a declarar el fideicomiso en la Ciudad de Buenos Aires para disipar dudas](#). Fue llamativa [la crítica del actor Diego Ramos](#), quien no suele opinar de hechos mediáticos, pero en su nuevo rol de conductor no se contuvo y expreso “*me parece que el problema es cuando el ángel que era él se*

convierte en demonio; cuando mucha gente le dice que en la conferencia de prensa inicial no dijo lo del 5%”.

A tal punto fue la repercusión y las dudas posteriores sobre la colecta que el 7 de junio el intendente de Lanús, precandidato a gobernador de Buenos Aires y presidente de Independiente, Nestor Grindetti, es consultado en un programa político de TV al que asistió junto con la precandidata presidencial Patricia Bullrich. Finalmente, el 13 de junio lo dicho obligo a Santiago a realizar una conferencia de prensa junto a Ricardo Nissen, Inspector General de Justicia, e inscribir el fideicomiso en CABA y ya no en Neuquén como estaba hasta ese entonces.

Subfase 2: Desendeudando

El **30 de junio** se anunció que se realizará el primer pago con dinero de la colecta, por medio de la cuenta oficial de Twitter de Independiente, para saldar una de las tantas deudas que tiene el club, en este caso con el América de México. Un shock de credibilidad para el influencer y su proyecto, así como también para la dirigencia del Rojo.

- **Corpus recolectado:**

Todo el material recolectado está dentro del periodo de tiempo que va desde el **11 de abril de 2023**, partiendo de un primer tuit iniciatorio de Maratea, hasta el **8 de agosto de 2023**, momento que estimamos como consagratoria de nuestro análisis dado que cada fecha en que coinciden día y mes el influencer hace algún anuncio al respecto. A sabiendas de que el caso continuará y que este trabajo se desarrollará durante todo el año, nos propusimos mantener vigente el análisis y por eso mencionaremos la fecha de finalización de la colecta más adelante.

Redes sociales:

-Twitter:

[@santumaratea1](#) : Cuenta personal de Santiago Maratea, por la cual comunicó su intención de realizar la colecta para C.A.I -además de todos sus proyectos- , donde comparte capturas de pantalla con los montos recaudados y los supuestos pagos realizados.

[@FlavioAzzaro](#): Cuenta personal del periodista deportivo, uno de los principales críticos de Maratea y particularmente de la colecta para Independiente.

[@CarlosMaslaton](#): Cuenta personal del famoso economista por medio de la cual instó a Maratea en varias oportunidades a transparentar el proceso de la colecta para evitar a la [Inspección General de Justicia](#) (IGJ).

[@ContratosRojos](#): Cuenta manejada por simpatizantes del C.A.I que mencionó la colecta con el fin de darle credibilidad y estigmatiza a los detractores de la misma.

-Instagram:

[@santumaratea1](#) : Cuenta personal de Santiago Maratea, por la cual comunica en formato historias el estado de la colecta y responde a las críticas, tanto de las redes sociales como las que le hacen por medios masivos.

-Youtube:

[El Loco y El Cuervo](#): Programa de streaming de Flavio Azzaro y Andrés Ducatzenzeiler en el cual criticaron fuertemente al influencer, la colecta y a toda la junta directiva de Independiente.

[Skill Sports](#): Programa de *streaming* dedicado al deporte en donde muestran la reacción de un reconocido futbolista ante la colecta.

Medios digitales:

[clarín.com](#)

a24.com

ambito.com

diarioregistrado.com

eldestapeweb.com

dobleamarilla.com.ar

c5n.com

argentina.gob.ar (noticias)

Medios masivos:

[ESP90](#): Programa de televisión emitido en el canal ESPN, donde Maratea defiende la colecta.

[Bendita](#): Programa de televisión emitido por Canal 9, donde hacen un resumen de la situación de Maratea y la colecta al momento de emisión.

[A24](#): Noticiero emitido por el canal A24, donde se transmitió la conferencia de prensa realizada por Maratea y dirigentes de C.A.I.

[TL9](#): Noticiero matutino emitido por Canal 9, donde se hacen eco de las críticas a la colecta.

[Fútbol es una Pasión](#): Programa de televisión emitido por el canal TyC Sports, donde le consultan a los simpatizantes de Independiente que opinan sobre la colecta.

[A Dos Voces](#): Programa de televisión emitido por el canal TN, donde uno de los dirigentes de C.A.I es consultado sobre la colecta y cuestionado.

NIVEL DE OBSERVACIÓN MICRO

Remontándonos a los orígenes del caso (**Fase 1**) en cuestión, nos encontramos con un enunciador, Santiago Maratea, aclamado por su colectivo de seguidores (que lo apoyaban por sus anteriores colectas, como por ejemplo la compra de la ambulancia para la comunidad Wichi de la Provincia de Salta) a realizar una colecta nueva y diferente a todas las que había realizado: ayudar al Club Independiente. Podemos observar en esta fase que, antes de que se comience la recaudación para Independiente, la relación entre el enunciador y los enunciatarios era más amena, se trataba de un ida y vuelta en las redes fluido, en donde abundaban los comentarios positivos; el colectivo de seguidores de Maratea se percibía unido, uniforme, motivados porque sus contribuciones ayudaban a gente que lo necesitaba. Por ejemplo, en el caso de un medio masivo como Telefe, se titulaba *“El lado solidario de Santi Maratea: organizó nueva colecta.”* para anunciar el comienzo de la recaudación en Salta. Ponemos énfasis en el juicio de valor que se hace sobre Maratea, se lo considera solidario, y se lo llama por su sobrenombre.

Una vez anunciado formalmente el objetivo de la nueva recaudación que el influencer iba a encabezar (**Fase 2**), comenzamos a ver como se desprenden las primeras internas dentro del colectivo de seguidores de Maratea: hay una división entre aquellos a los que la colecta les parecía una treta política (una situación de la cual ya sea Maratea o la dirigencia del club iba a sacar provecho, mientras quienes aportaban a la causa eran los propios hinchas) y, por otro lado, los seguidores que en su gran mayoría eran hinchas y este evento era la ayuda del año a su querido club. A este último segmento de seguidores, se suma el colectivo de hinchas que tal vez no conocían a Maratea, pero que esta noticia los movilizó a tal punto de empezar a seguirlo en redes, apoyarlo, aumentar su status.

Notamos un cambio en las cualidades del enunciador: empieza a tener una responsabilidad mayor a la que tenía en anteriores colectas, ya que aquí contamos con la mediación de instituciones legales y la constitución de un fideicomiso, es decir, un acto societario en donde una persona es poseedora y administradora de activos (en este caso, el dinero de los hinchas), lo que supone cierta formalidad que el enunciador no acostumbraba tener.

La recaudación llega a individuos profesionales como el jugador Nicolas Tagliafico (**Fase 3**), quien a través de su canal de Twitch, manifiesta su opinión con su colectivo de

seguidores estableciendo una comunicación descendente. En este colectivo, se genera una división: los seguidores que acompañan al discurso del jugador y, por ende, apoyan a Maratea, y aquellos que reaccionan negativamente. El **28 de abril de 2023**, es donde encontramos el quiebre de nuestro enunciador principal. Santiago Maratea anuncia que se quedará con el 5%, es aquí donde se genera una migración dentro del colectivo, de opiniones positivas hacia el lado negativo (gráfico dimensión espacial). Dentro de los detractores, identificamos al individuo profesional que se hace presente en medios masivos, sosteniendo un flujo comunicacional descendente con su audiencia, Toti Pasman (**Fase 4**), que dice: *“Si no juntas los seis millones de dólares, es un fracaso”* y *“te quedás el 5%, la vendiste cambiada”*.

Pero la imagen de nuestro enunciador cada vez se tornaba menos amigable hacia los colectivos que se convocaban a esta recaudación. Recibe un gran número de detractores a partir de la recomendación de usar el sistema de crédito de Mercado Pago (**Fase 5**), es decir, sugiere a los hinchas endeudarse. Esto no solo desató una gran cantidad de opiniones negativas sino también nacieron nuevos discursos reideros que se burlaban de la insensatez moral de Maratea al invitar a quienes colaboran a aportar dinero del que no disponen. La balanza del colectivo de seguidores del sujeto mediático se vuelve cada vez más desigual, luego de cada intervención del influencer parece ser mayor la cantidad de individuos que participan del globo de opiniones negativas sobre la colecta. Por ejemplo, el individuo amateur de twitter @rquirola777 que publica: *“El multimillonario les pide a sus seguidores que, aunque no tengan, le regalen plata, endeudándose a tasa efectiva anual de 353%. Hermoso todo”*.

La colecta avanzaba, el influencer por redes notificaba a sus seguidores la cantidad de dinero que se iba recaudando día a día, minuto a minuto. El público de Santiago Maratea estaba alborotado, con incertidumbre acerca del destino del dinero, preguntando en todo momento el paradero del influencer y el estado de la cuenta bancaria. Y para que todo termine de desbordarse, el 31 de mayo la Inspección General de Justicia, declara al fideicomiso ineficaz e irregular (**Fase 6**). Principalmente porque levantaba sospechas el hecho de que este se radique en Neuquén. El portal de noticias de Página 12 titula: *“La IGJ y la colecta de Santiago Maratea: El fideicomiso es ineficaz e irregular”*; se cataloga el accionar de Maratea como confuso y contradictorio, y se acusa a la colecta de “oscura”. Se pierde la valoración positiva de Maratea por completo, y los medios digitales ya no se dirigen a él por su sobrenombre, sino que es entendido como una figura pública que exige

seriedad y formalidad. Individuos amateurs en twitter atinan en llamarlo “Manotea” o “Mangotea”, algunos en tono de burla, otros de indignación.

Llegando al final de nuestra investigación, con un enunciador principal que sufrió un cambio bastante grande en torno a sus seguidores y los colectivos que se identifican con el motivo de la colecta, podemos evidenciar que la valoración negativa del caso no sólo era dada por periodistas, sino también por individuos profesionales dentro del plano de los medios masivos, que nada tenían que ver con el Club ni con el rubro de la colecta. Este es el caso del actor Diego Ramos que se dirige a Maratea de la siguiente manera: “me parece que el problema es cuando el ángel que era él se convierte en demonio; cuando mucha gente le dice que en la conferencia de prensa inicial no dijo lo del 5%”

A modo de conclusión de nuestro análisis micro, podemos decir que queda evidenciado que la relación entre el enunciador Santiago Maratea para con su colectivo de seguidores siempre fue descendente ya que desde un principio su estatuto fue el de un influencer con una gran llegada hacia sus seguidores. Por otro lado, observamos cómo a medida que avanzamos en nuestro análisis, podemos ver que la circulación fue generando que, tanto por saltos hipermediáticos como intermediáticos, se vayan formando nuevos colectivos (de seguidores a favor, como de seguidores en contra) a su vez que estos fueron en aumento en relación a la cantidad de personas que los ocupaban, sobre todo con el colectivo de seguidores en contra, que con el paso del tiempo aumentó a una escala mayor que el de seguidores a favor, llegando al punto de que una gran cantidad de personas que en un principio se encontraban dentro del colectivo que lo apoyaba, terminó por formar parte del colectivo que no lo apoyaba.

NIVEL ESPACIAL

El momento que seleccionamos, es cuándo Santiago Maratea confirmó, luego de varios rumores, que se iba a quedar con un 5% de comisión de todo lo recaudado en la colecta de Independiente. Este anuncio lo realizó el **28 de abril**, a través de las historias de Instagram, donde generalmente suele hacer sus descargos.

La elección que realizamos no fue azarosa, sino que consideramos que este acontecimiento marca un antes y un después en la visión que tienen los diversos enunciadores sobre el influencer y su labor.

Más allá de que el slogan de Santiago es "*no es caridad lo que hago*", su iniciativa generó una ruptura, entre quienes avalaban que Maratea se quede con un porcentaje y quienes sentían que el influencer se estaba aprovechando de la entidad deportiva y de la situación que atravesaba. Dejando en evidencia el negocio detrás de una iniciativa que -como todas las de Maratea- aparentaba surgir desde el deseo prístino de ayudar a un club de fútbol y su hinchada.

Nuestra interpretación es que la imagen del joven angelado y carismático comienza a difuminarse en la opinión pública, dejando entrever que el Santi Maratea reconocido por su comunidad, ya no es el que recordamos en casos como la colecta para dos ambulancias en Salta o la recaudación de dinero para ayudar a los bomberos en Corrientes. Sino, que comienza a ser un Santi Maratea que intenta llenar sus bolsillos, a costa de la necesidad, en este caso de un club de fútbol

La abultada ganancia que el influencer obtiene eleva el mito de negocio espurio en conjunto con la alta dirigencia del Rojo, que está conformada por políticos en funciones dentro del Estado, lo que en vez de darle credibilidad aumenta las sospechas de corrupción. Encontramos que luego de asumir que se queda con una comisión, los detractores del influencer aumentaron y tuvieron un lugar preponderante. Así mismo, pudimos observar que enunciadores que hasta el momento no habían opinado al respecto comenzaron a hacerlo, como es el caso del actor Diego Ramos, que consideró a la ganancia de Maratea como evidencia suficiente para, al menos, comenzar a dudar de las buenas intenciones de nuestro protagonista.

Nos proponemos graficar los enunciados positivos y negativos previos al conocimiento público de la comisión del 5% y las valoraciones posteriores, a fin de evidenciar nuestra hipótesis: la credibilidad de Maratea nunca fue tan cuestionada. En las fechas que siguieron al conocimiento público del 5%, pudimos ver una preponderancia de expresiones negativa, mayoritariamente por parte de INDP, como los usuarios de X (ex Twitter) @CarlosMaslaton y @ariljalad, que aportaron discursos con primacía de la función referencial, apelando a una visión basada en lo legal y técnico. En

Sin embargo, en medios masivos vemos otro Maratea, un influencer que se esfuerza por parecer una persona correcta, que quiere la mayor transparencia para la colecta y la recaudación, alguien con quien se puede organizar una conferencia de prensa y también una persona que se encuentra abierta al diálogo y a cualquier pregunta que pueda hacerle un periodista. Es otro Maratea, tranquilo, bondadoso y sin chicanas.

Estas dos facetas de Santiago Maratea parecen convivir en un mismo cuerpo y es allí cuando nos preguntamos: ¿Cuál es el verdadero? ¿El que chicanea y dice que va a gastar la plata en jugos para a tirar en la pileta o quien quiere mostrar transparencia en la colecta?

Nuestro caso de análisis partió desde la hipótesis de preguntarnos si Santiago Maratea, el influencer conocido por organizar colectas solidarias, como las ambulancias para Salta en 2021 y la ayuda a los bomberos para apagar los incendios de Corrientes en 2022, es el mismo en 2023. Entendiendo que esta colecta millonaria nació en el transcurso de un año electoral y que, a su vez, era la primera colecta en la que se relacionaba tan a fondo con una institución.

En este sentido, a lo largo de toda la investigación y la información recolectada, podemos evidenciar que luego del anuncio del 5% hay un desenmascaramiento que deja expuestas las intenciones de “*Manotea*”, si bien los individuos amateurs a lo largo de todo el caso, producen discursos reideros con respecto a los anuncios de Santiago, encontramos que hay muchas más reacciones negativas, evidenciadas en el gráfico post 5% que discursos positivos antes del anuncio.

En esta sociedad hipermediatizada, los individuos producen discursos humorísticos que permiten evidenciar su postura frente a la nueva faceta de Maratea y con un condimento picante, originario de las redes sociales.

Respecto a lo político, nos resulta llamativa la fecha de finalización, tan solo dos días después a las elecciones nacionales del domingo **22 de octubre**, teniendo en cuenta que participaban, Nestor Grindetti -presidente en funciones del C.A.I- como candidato a gobernador de la provincia de Buenos Aires y Patricia Bullrich como candidata a presidenta de la Nación, ambos por la coalición Juntos por el Cambio.

Entendemos que sería demasiado inocente pasar por alto que, finalizada la elección en la cual los dirigentes allegados al Rojo perdieron, también se da por terminada la colecta

que recaudó millones de pesos que estuvieron en poder de la dirigencia del club. Entonces, nos preguntamos: ¿Fue un negocio antes que caridad? Nuestra balanza se inclina por la primera opción.