Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

La circulación de la burla en una sociedad hipermediatizada: el caso de la ex ministra argentina Patricia Bullrich[1]

The circulation of mockery in a hypermediatized society: the case of former Argentine minister Patricia Bullrich

Josefina De Mattei

Resumen: La actual sociedad contemporánea encuentra nuevos enunciadores mediáticos a partir de que los individuos producen discursividades. Incluso, a medida que los discursos circulan a través de sus medios individuales y medios colectivos, pueden generar relaciones tensas y complejas con las instituciones sociales que se encuentran en crisis. Este trabajo indagará la producción de discursos que proponen ridiculizar de manera colectiva a Patricia Bullrich[2], ministra de Seguridad del gobierno argentino durante el período 2015 – 2019, para analizar las prácticas de los internautas en las redes sociales mediáticas en el contexto de dos sistemas de medios, y que evidencia que individuos y colectivos son capaces de afectar a instituciones, como es en este caso el Ministerio de Seguridad y su autoridad máxima, Patricia Bulrich, y por lo tanto, al gobierno del presidente Mauricio Macri.

Palabras claves: Sociedad hipermediatizada; Circulación transversal; Burla

[1] Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

[2]El siguiente trabajo es resultado de una investigación realizada en la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la comunicación, de la materia Semiótica de redes, cátedra Carlón, en el marco del proyecto UBACyT "La mediatización en el entretejido de los vínculos sociales", dirigido por Mario Carlón, Instituto de Investigación Gino Germani. El caso de estudio, de Patricia Bullrich, fue analizado durante el 2019 desde la circulación transversal (Carlón, 2018) en la comisión 24 a mi cargo en la cátedra. El grupo de alumnos que se ocupó del caso estuvo conformado por Bergamaschi, Camila Luisa; Casentini, Daiana Sol; Delgado, Romina; Solari, Gonzalo y Suárez, Romina. Los resultados que se presentan aquí partieron de ese primer trabajo de investigación.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Abstract: Currently, contemporary society finds new media enunciators from which individuals produce discursivities. Even the discourses circulate through their individual and collective media, they can generate tense and complex relationships with social institutions that are in crisis. This paper will investigate the production of discourses that suggest ridiculing collectively to Patricia Bullrich, Minister of Security of the Argentine government during the period 2015 - 2019 to analyze the practices of Internet social networking media in the context of two systems of media, and evidence that individuals and collective are able to affect institutions, as in this case the Ministry of Security and its highest authority, Patricia Bullrich, and therefore, to the government of President Mauricio Macri.

Keywords: Hypermediatized society; Cross circulation; Mockery

1. Nuevos enunciadores en la sociedad contemporánea

De acuerdo a la tesis de Eliseo Verón en una sociedad mediatizada los medios son dispositivos de producción de sentido, donde las instituciones, las prácticas y la cultura se estructuran en relación directa con la existencia de los medios (Verón, 2001 [1984]). Los principales enunciadores en los espacios públicos son los medios y las instituciones.

Verón (2013) conceptualiza una distinción estructural entre producción y reconocimiento propia de la comunicación de masas, ubicando en el polo de la producción discursiva un dispositivo socioinstitucional y en el polo de la recepción al colectivo de actores individuales; lo que genera una comunicación en dirección descendente, de los medios e instituciones al colectivo de actores individuales (Carlón, 2020).

Con el surgimiento de los nuevos dispositivos digitales, la presencia de Internet puede considerarse como un nuevo dispositivo de producción de sentidos (Fausto Neto, 2012). En una sociedad hipermediatizada los cambios afectan al conjunto de las prácticas sociales, y en sentido amplio a la cultura (Carlón, 2016). Emerge un nuevo

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

escenario en el que convergen y divergen dos sistemas de medios, el sistema de medios masivos y el nuevo sistema de medios principalmente con base en Internet, por lo que los lugares determinados para los enunciadores ya no son fijos. Los individuos y colectivos pueden estar en producción y la circulación ya no tiene solo una dirección comunicacional, desde "arriba" hacia "abajo", es decir, descendente, desde las poderosas instituciones a colectivos e individuos. En esta nueva era, la comunicación también puede generarse en dirección ascendente (intercambios comunicacionales de "arriba" hacia "abajo", es decir, desde individuos y colectivos a los medios de comunicación masiva) y en dirección horizontal (entre pares) (Carlón, 2020).

Con la llegada de Internet, Jenkins (2006) describe una cultura de la convergencia caracterizada por la existencia de los viejos y los nuevos medios, y el entrecruzamiento de estos, como así también de productores y consumidores que interactúan de manera impredecible. Por su parte Scolari (2008), con el fin de pensar la sociedad actual desde la dimensión comunicacional, desarrolla el concepto de hipermediaciones para estudiar las nuevas formas de comunicación a partir de la generación de medios digitales interactivos. Un modelo basado en las redes y la colaboración de los usuarios, pero que no implica que los hipermedios hagan tabula rasa con los medios masivos, sino que emergen de ese ecosistema y lo transforman. Pensando en la comunicación, Castells (2009) también teoriza sobre una nueva forma de intercambio en la actualidad, que sucede de manera interactiva: en la autocomunicación de masas, donde uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes o los contenidos que quiere recuperar, además de que potencialmente puede llegar a una audiencia global. En definitiva, los autores conceptualizan transformaciones en la comunicación actual en la que incluyen la emergencia de individuos como productores de discursividades y la posibilidad de interactuar a partir de los nuevos medios.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

2. Circulación transversal y construcción de colectivos

La aceleración del nuevo proceso de mediatización a su vez genera cambios en la construcción de los vínculos sociales. Desde la emergencia de las redes sociales mediáticas, definidas como redes de medios, los usuarios abren sus propias cuentas y en ese momento se convierten en medios de comunicación (Carlón, 2012). En esta era contemporánea, quienes producen discursos pueden alcanzar diferentes escalas a partir de diversos y complejos niveles de interacción, generando nuevas formas de circulación del sentido en la sociedad y del mismo modo, establecer cambios en las relaciones de los individuos y colectivos, y de estos con las instituciones. Por lo tanto, al devenir productores de discursividades, los individuos no solo intercambian con otros enunciadores dentro de las redes mediáticas sus discursos. También se encuentran "dentro" de instituciones, medios y colectivos ya que instituciones, medios y colectivos se componen por individuos. Es por eso que a la circulación discursiva hipermediática horizontal-vertical se suma una circulación transversal que, vista desde adentro de las instituciones, puede darse "hacia afuera" de estas, y ya no solo por voceros, representantes o medios institucionales como sucedía en las sociedades modernas y posmodernas, sino que también lo hacen los individuos que forman parte de las instituciones desde sus cuentas personales y desde los colectivos. Del mismo modo, en los intercambios entre individuos y/o colectivos puede generarse una circulación desde afuera "hacia adentro" de las instituciones, generando el discurso efectos positivos o negativos para el enunciador (Carlón, 2020).

Por otro lado, los enunciadores individuales –al igual que los colectivos– también tienen la capacidad de constituir colectivos (Carlón, 2020), posibilidad que, en las sociedades moderna y posmoderna, estaba destinada a los medios y las instituciones (Verón, 1997). Retomando lo conceptualizado por Verón y Carlón, Fraticelli (2019) describe que en el nuevo escenario contemporáneo cualquier cuenta en las redes sociales mediáticas puede construir un colectivo mediático a partir del reconocimiento en los comentarios: likes, dislikes, el compartir, etcétera. En ese sentido, para Jenkins (2006), desde la cultura de la convergencia, emerge una cultura participativa en la que

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

existen participantes que interaccionan en relación a un nuevo conjunto de reglas que determinan la creación colectiva de significados dentro de la cultura popular.

3. La transformación en la burla a partir de una nueva circulación de lo reidero

En su descripción sobre las sociedades mediatizadas, Lipovestky (1986) caracteriza que el rol de lo humorístico es producto del desarrollo de cada cultura. En esa era, la sociedad atraviesa una flexibilidad basada en la información y en la estimulación de las necesidades, lo que produce la asunción del sentido del humor y la generación de nuevos procedimientos y legitimidades sociales. El autor explica que el desarrollo cómico de cada cultura da lugar a que la sociedad posmoderna pueda ser llamada humorística, un proceso que tiende a disolver la oposición instituida y estricta de lo serio y lo no serio, del mismo modo que se difumina la división de lo cómico y lo ceremonial. Lipovestky señala una oposición a las normas serias, lo sagrado y el Estado con el mundo carnavalesco popular de la Edad Media en el que acontecía la libertad satírica para diferenciar que, en la sociedad posmoderna, esa dualidad se difumina al incorporarse el fenómeno humorístico a todas las esferas de la vida social: “La facultad de reír mengua, «una cierta sonrisa» sustituye a la risa incontenible: la «belle époque» acaba de empezar, la civilización prosigue su obra instalando una humanidad narcisista sin exuberancia, sin risa, pero sobresaturada de signos humorísticos” (p. 147).

En las sociedades contemporáneas el escenario cambia ya que las sociedades y los nuevos medios generan otros mecanismos para llevar lo humorístico con independencia de las instituciones que previamente lo regularon, a partir de que Internet ha ocupado un lugar fundamental en la transformación de las prácticas del conjunto de la sociedad. Fraticelli (2018), explica que nos encontramos ante una transformación significativa de lo reidero al generarse actualmente nuevas circulaciones del humor mediático. Así lo describe con la burla, género cómico que ridiculiza a alguien o algo de manera colectiva con el fin de provocar risa, para identificar que con la hipermediatización esta se mediatiza y alcanza escalas de distribución que hacen

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

incontrolable la circulación para las instituciones que previamente eran las que regulaban esos discursos.

Siguiendo al autor, hasta la emergencia de las redes sociales la burla mediática permaneció estable, expulsada de las instituciones y censurada en la vida social. Solo con la llegada de los medios masivos apareció en escena la burla de manera moderada, ligándola a lo cómico y la sátira de estereotipos sociales y figuras públicas. Su modificación en este contexto actual se debe a que esta no solo está mediatizada sino que aparece en escalas que impiden la regulación institucional y por lo tanto una transformación de la circulación de lo reidero. Y aunque las redes sociales tienen reglamentos y programas informáticos que buscan regular los contenidos generados por medios individuales o colectivos, la velocidad y la cantidad de discursividad producida puede escapar a un efectivo control.

4. "Sí, estaba despeinada", la producción risible que propone ridiculizar a la ex ministra Patricia Bullrich

En julio de 2019 la ministra de Seguridad de la Nación, Patricia Bullrich[3] brindó una conferencia de prensa transmitida en vivo anunciando el desbaratamiento de un grupo dedicado al robo en la vía pública y a las "entraderas"[4], en un operativo que denominó "Tatán II". La difusión en vivo de los operativos realizados en conjunto con la Policía Federal Argentina, a través de los medios de comunicación masiva[5] fue una política comunicacional que formó parte de los años de gestión de Bullrich frente al Ministerio.

[3] En la actualidad Bullrich es la presidenta de PRO Argentina, el partido político creado por el ex presidente Mauricio Macri.
[4] Entradera se denomina a la modalidad de robo que se produce al entrar personas a una casa, aprovechando la sorpresa e indefensión.
[5] Algunos casos remiten al "desbaratamiento de una banda criminal que operaba en la Villa 1-11-14" y emitido por Crónica TV en octubre de 2016, la conferencia sobre el mega allanamiento en Nordelta emitido por TN el 15 de noviembre de 2017 y la conferencia de prensa sobre el "mega operativo que desbarató una red de narcotráfico internacional" el 29 de septiembre de 2017 también emitido por TN Noticias.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Hija de una familia aristocrática, los inicios de Bullrich[6] en la política estuvieron vinculados, en la década del 1970, a la Juventud Peronista y a Montoneros, la organización militar del peronismo. A fines de 1990 se desligó de políticos vinculados a ese sector político y pasó a integrar La Alianza para el Trabajo, la Justicia y la Educación, una coalición política entre la Unión Cívica Radical (UCR) y la alianza Frente País Solidario (Frepaso). Una vez en gobierno fue ministra de Trabajo, hasta el estallido social en Argentina conocido como la crisis de 2001. Desde 2015 a 2019, nuevamente pasó al frente de un Ministerio, el de Seguridad, en la gestión del gobierno de Cambiemos.

La construcción de la imagen de la ministra lleva décadas en los medios. Es posible encontrar en los buscadores web fotografías de Bullrich con vestimenta de guerrilla, sonriendo junto a gendarmes o saludándolos, al igual que testimonios de la actual ex Ministra que reivindique el uso de la fuerza represiva, la lucha contra la delincuencia y el narcotráfico. Por otro lado, la imagen pública de Bullrich también está vinculada a la bebida alcohólica, a su preferencia por el vino, expresado así por ella misma. La construcción remite a abril de 2009, cuando los medios informaron[7] que tras un control de alcoholemia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires le retiraron el auto. En ese momento, cumplía con el cargo de Diputada Nacional por la Coalición Cívica. Con el paso del tiempo, la producción de memes en las redes y stickers en WhatsApp y Telegram de Bullrich fue en aumento. En 2017, en el programa de Mirta Legrand[8], la

[6] http://revistaanfibia.com/cronica/la-conversion-de-la-piba/

[7]Le sacaron el auto a Patricia Bullrich tras darle positivo el control de alcoholemia. https://www.ambito.com/informacion-general/le-sacaron-el-auto-patricia-bullrich-darle-positivo-el-control-alcoholemia-n3556863
Patricia Bullrich no pasó un test de alcoholemia y le retiraron el auto https://www.clarin.com/ultimo-momento/patricia-bullrich-paso-test-alcoholemia-retiraron-auto_0_B1J7bb5RTte.html

[8]La foto de Patricia Bullrich en la mesa de Mirtha Legrand que se viralizó https://www.eldestapeweb.com/nota/la-foto-de-patricia-bullrich-en-la-mesa-de-mirtha-legrand-que-se-viralizo-2017-4-9-13-7-0

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

cámara captó a la Ministra en primer plano finalizando una copa de vino. La imagen fue propagada en las redes de manera humorística[9].

A propósito del estudio de este caso, se considerará el modelo de análisis de la circulación hipermediática desarrollado por Carlón (2020) y se hará hincapié en la circulación transversal, identificada por el mismo autor.

4.1 Una circulación discursiva de arriba hacia abajo y de adentro hacia afuera

El 3 de julio de 2019 el Ministerio de Seguridad realizó una conferencia de prensa que fue transmitida en vivo por el programa de televisión "TL9 Al amanecer", noticiero matutino de Canal 9, cuya enunciadora fue Patricia Bullrich. La conferencia abordaba la captura, por parte del Ministerio y la Policía Federal Argentina, de la banda delictiva "Tatán", que realizaban robos con inhibidores para anular alarmas de autos y viviendas. El operativo se llamó "Tatán II", ya que la banda había sido arrestada un año antes pero el líder, quien no fue aprehendido en ese momento, volvió a operar en grupo[10].

La emisión de la conferencia en vivo generó rápidamente reconocimientos en dirección descendente y, por lo tanto, nuevos discursos en el sistema de medios con base en Internet. La periodista Marcela Ojeda (@marcelitaojeda) realizó una publicación en Twitter a las 8:31 AM, destacando el peinado de la Ministra: una imagen del personaje Mafalda, creado por el artista Quino, en la que se la ve despeinada junto con la frase *"Siempre Mafalda, nunca Bullrich"*. Del mismo modo el internauta @LautaroMuruaOk, a las 8:42 AM, tuiteó una imagen de la conferencia y junto a la foto

[9] https://twitter.com/search?q=bullrich%20until%3A2017-04-10%20since%3A2017-04-08&src=typed_query

[10] Dos horas más tarde de la conferencia, Bullrich publicó en su cuenta de Twitter sobre el operativo. El texto es acompañado de un video donde la Ministra cuenta más detalles sobre la banda y su captura. El discurso genera likes, RT y comentarios sobre la actuación del ministerio, la ministra y la policía, pero también una importante cantidad de discursos que reparan en su pelo despeinado, y en otros casos, sumando imágenes que comparan algún personaje de ficción con el aspecto de la Ministra, a modo de burla. Del mismo modo, la noticia del operativo también fue difundida por la Agencia Nacional de Noticias Télam en su canal de YouTube. El discurso generado por Télam sería fundamental posteriormente en la circulación ya que los internautas en las redes y el productor del video en WhatsApp lo apropiarían para generar nuevos discursos.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

de una persona con rasgos de chimpancés describió: *"Les dejo esta Patricia Bullrich para que arranquen la mañana como ella"*. Estas publicaciones son el inicio de una gran cantidad de discursos. Cada vez más individuos profesionales y amateurs, y con mayor rapidez, difundieron imágenes tomadas de la conferencia de prensa. Emergieron memes con videos, fotografías, dibujos o animaciones con la intención de generar nuevos sentidos, criticar y burlar a Bullrich por su apariencia. Estos discursos, al propagarse generaron reconocimientos en diferentes direcciones, en ascendente por los internautas categorizados dentro de la red, como también horizontal, entre pares, y en dirección descendente, internautas con un estatuto menor. La repetida comparación por parte de los internautas de la Ministra con Robert Smith, líder de la banda inglesa de rock The Cure, generó que el nombre del músico se convierta en Trending Topic en Argentina.

Las publicaciones en redes sociales generaron que medios digitales como TN[11], El País Digital[12], Diario Perfil[13], el Destape Web[14], Diario Registrado[15] e Infocielo[16], retomaran esos discursos y produjeran noticias sobre el look de la ministra, haciendo referencia solamente a las burla a partir de los memes y el peinado llamativo de la Ministra y, en algunos casos, retomando el tuit de Bullrich e informando sobre el operativo. Unas horas más tardes, las burlas producidas en las redes sociales y retomadas por los medios digitales fueron comentadas en el programa de TN Central, conducido por Nicolás Wiñazki y Carolina Amoroso, generándose así en la circulación un salto al sistema de medios masivos.

[11] https://tn.com.ar/tecno/f5/patricia-bullrich-aparecio-en-una-conferencia-de-prensa-con-un-llamativo-look-y-las-redes-no-la_975770/
[12] https://elpaisdigital.com.ar/contenido/t/22980
[13] https://www.perfil.com/noticias/politica/twitter-exploto-de-memes-por-el-look-de-patricia-bullrich.phtml
[14] https://www.eldestapeweb.com/nota/estallaron-los-memes-por-el-look-de-patricia-bullrich-20197312180
[15] https://www.diarioregistrado.com/redes/aparecio-patricia-bullrich-despeinada-y-genero-todo-tipo-de-memes-en-las-redes_a5d1cbac4ed965d0527537271
[16] https://infocielo.com/twitter/raro-peinado-nuevo-el-particular-look-patricia-bullrich-genero-burlas-y-estallaron-las-redes-sociales-n106616

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

De ese modo, desde la circulación hipermediática iniciada en el discurso de Bullrich, es posible identificar una circulación discursiva de arriba hacia abajo –de los medios masivos a las redes sociales– pero también una circulación transversal, de adentro hacia afuera. La ministra, realizó una conferencia de prensa emitida en vivo por el noticiero de Telenueve, una comunicación propia de los medios masivos, y generó reconocimientos que van en dirección descendente hacia las redes sociales mediáticas pero también en una dirección transversal, un discurso que fue emitido desde una institución es retomado, apropiado e intervenido por los internautas para generar nuevos discursos con el propósito de burlar a la funcionaria por la imagen que ella mostró durante la conferencia.

4.2 Una circulación discursiva de afuera hacia adentro: del video ralentizado hacia la explicación de la Ministra

La circulación discursiva continuó en una dirección descendente desde los medios masivos al underground[17], generándose una nueva fase cuando un video fue producido y comenzó a propagarse por la mensajería instantánea WhatsApp[18]. Unas horas posteriores a la burla generada en redes sociales hacia Bullrich, un individuo desconocido creó un video al apropiarse de un fragmento del video de la conferencia publicado en el canal de YouTube de la Agencia de Noticias Télam y la intervino, aumentando el color de la imagen y ralentizando su velocidad de reproducción. Al look ya ridiculizado de la Ministra se sumó un habla pausada.

En una nueva etapa, desde WhatsApp el video ralentizado ascendió al sistema de medios con base en Internet. El periodista Negro Nasif publicó el video en su cuenta de

[17]Carlón (2020) considera a la red de mensajería instantânea el underground de los sistemas mediáticos.
[18] Por la dificultad de capturar los discursos generados en WhatsApp se toman las declaraciones de periodistas en sus cuentas personales en las redes sociales que aclaran que el video les llegó por esa app y de medios masivos de comunicación que remiten a la misma circulación del video por mensajería; como también la investigación del portal Chequeado.com que evidencian que el video ralentizado circuló por esta empresa de mensajería instantánea.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Facebook el 3 de julio a las 20:52 bajo el título *"Tiembla el crimen organizado"*[19]. El video fue apropiado y publicado por otras cuentas, páginas al igual que grupos de Facebook cercanos al gobierno opositor[20].

Por otro lado, en Twitter, el 3 de julio a las 10:29 pm la cuenta @_leo_gimenez publicó el video junto con la palabra *"lamentable"*[21]. El internauta expresó luego en los medios que las imágenes le habían llegado por WhatsApp y que no sabía que estaba editado. Por su parte, Ofelia Fernández[22], candidata a legisladora del Frente de Todos en ese momento lo replicó en su cuenta y a los tres minutos lo borró, asumiendo al día siguiente la equivocación con otra publicación.

De ese modo, la publicación realizada desde afuera de una institución del Estado generó efectos dentro de ella: al día siguiente, el 4 de julio a las 2:43 pm en su cuenta de twitter, la Ministra publicó un texto y un video en pantalla partida que muestra el video original de la conferencia y el manipulado, con un cronómetro evidenciando la alteración en la velocidad. El texto denunciaba un intento de desacreditar su trabajo en el Ministerio y la gestión de Macri, además de atribuir el hecho a la primera fake news de la campaña electoral de 2019[23]. En ese sentido, expuso que la circulación del video ralentizado tenía como objetivo deslegitimar el trabajo del gobierno y afectar su imagen.

Una hora después de su publicación, "Patricia Bullrich", alcanzó la tendencia en Twitter y rápidamente, medios digitales a nivel nacional como también provincial y

[19] El video alcanzó un millón de reproducciones y luego de 13 horas de publicado alcanzó 3,9 reacciones, 31 comentarios y 44 mil compartidas.
[20] El portal Chequeado.com publicó: "Según CrowdTangle, una aplicación de Facebook que sirve para medir el nivel de viralidad de los posteos, la página "Unidad CFK Frente de Todos" y "Víctor Hugo Morales, club de seguidores", además de otros usuarios vinculados al kirchnerismo replicaron las imágenes editadas de la ministra de Seguridad. Fue posteado en más de 30 oportunidades y tuvo 3.402 interacciones"https://chequeado.com/el-explicador/es-falso-el-video-de-bullrich-donde-parece-borracha/
[21] La publicación tuvo aproximadamente 146 mil reproducciones y generó reconocimientos: más de 300 comentarios, mil retweets y tres mil favoritos, a las 15 horas de haberse publicado.
[22] En ese momento su cuenta de Twitter contaba con alrededor de 182.000 seguidores.
[23] "Sí, estaba despeinada. La conferencia empezó a las 8 am al aire libre. Pero el video fue editado: lo ralentizaron para ridiculizarme, desacreditar mi trabajo del @minseg y la gestión de @mauriciomacri. El primer #FakeNews de la Campaña 2019. ¡Nada nos va a detener!", expresso Bullrich. https://twitter.com/PatoBullrich/status/1146836889925816320

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

regional, y países limítrofes[24] retomaron su posteo sobre la modificación del video. En esas notas remitieron a un video *"manipulado y viralizado para hacerla parecer a Bullrich "borracha".*

Ese mismo día, se produjo un salto hipermediático hacia los medios masivos ya que programas de televisión replicaron la aclaración sobre el video manipulado y el tweet de la respuesta de Patricia Bullrich. Entre los primeros se encuentra el noticiero de América TV a las 19:00[25]: *"Se ensucia la campaña por los "deep fake"* y *"Patricia Bullrich la primera víctima"*, haciendo hincapié en la imagen de Bullrich "medicada" y las características de una deep fake, y en la edición central de TN[26], que nuevamente cubrió el caso de Bullrich, ahora con el zócalo *"Campaña sucia 2.0"* y abordó la modificación del video, comparándolo con el caso de deep fake de Obama[27].

Por su parte, el programa de actualidad Bendita Tv, en Canal 9[28], realizó un informe sobre lo sucedido y retomó las publicaciones en las redes sociales del día anterior y los portales digitales. En ese programa, la periodista Mercedes Ninci expresó: *"Los k los reprodujeron, pero después les voy a contar en primicia quién inició todo esto, de quién fue la venganza".* La periodista explicó que *"la titular del teléfono se llama Liliana Pilar Morato es de Paraná trabaja en la municipalidad y estaría vinculada al Intendente Varisco quien está procesado por el tema narco",* mientras los compañeros intervinieron entre risas y buscaron desacreditar lo que mencionaba.

[24] Por mencionar algunos portales Clarín, La Nación, Infobae, Chequeado, Agencia de Noticias Télam, Filo News, El Economista, La capital, Uno Santa Fe, La voz de Córdoba, El observador de Uruguay, El País, entre otros.
[25] https://www.youtube.com/watch?v=KAh4hlsbD8E&t=4s
[26] https://www.youtube.com/watch?v=1dcxz6heeTI&t=58s
[27] También se aborda la Deep fake y la publicación de Bullrich en Telenueve, el noticiero de Canal 9 en su edición central, que además el periodista remarca "a muchos les llegó este video al teléfono donde Patricia Bullrich parecía que estaba hablando media empastillada". https://www.elnueve.com.ar/2019/07/04/patricia-bullrich-victima-de-un-deepfake/. Y unas horas más tarde, el programa político Animales Sueltos en América TV analiza la situación vinculándola también a una deep fake. https://www.youtube.com/watch?v=rzJ_AbOTiIg
[28] https://www.youtube.com/watch?v=JndnLgaQijU&t=10s

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

4.3 El efecto boomerang

Luego de que Patricia Bullrich se pronunciara sobre lo sucedido en Twitter y denunciara una campaña de desprestigio y los medios de comunicación masiva y medios digitales realizaran un tratamiento informativo del caso, se produce un efecto boomerang en la circulación transversal. La Ministra aclaró en los medios que lo difundido sobre el video, en relación a una posible autoría proveniente de integrantes del partido opositor al gobierno -producto de las cercanías a las elecciones de 2019-, no era tal. Además expresó que ella no iba como candidata, y que el autor del video pertenecía a una persona relacionada a una causa contra el narcotráfico, sin mencionar que las evidencias remitían al intendente de Paraná, Varisco, que tenía con ella un problema personal y político.

Bullrich habló en vivo en el programa "Intratables"[29], que abordó el tema desde una campaña sucia y las fakes news. Se refirió a su peinado y las burlas sucedidas el día anterior en las redes: *"Había empezado como una campaña graciosa, bastante interesante, respecto a que estaba despeinada. Distintos personajes… me comparaban con Robert Smith y luego salió este video"*. Y explicó que habían identificado una persona que estaría detrás de video, al tiempo que despegó que el video hubiera salido de la usina del kirchnerismo: *"Hay una serie de personas, una que esta detectada como lo persona que lo había puesto en Facebook, es una persona que vive en Paraná, y que tiene algún tipo de relación o la familia con la vinculada a una causa que hubo en Paraná sobre Narcotráfico, después lo repitieron muchos militantes kirchneristas. Algunos luego lo borraron"*.

Por su parte, en el programa "4 Días"[30] del canal América 24, en el mismo horario que Intratables, su conductor Luis Majul inició el programa expresando: *"Empezó la campaña sucia con k, o la campaña sucia k porque cristina para ganar la elección tiene que transformar a Mauricio Macri en un hijo de… y a parte de su gabinete en una manga de inútiles. Ya no les alcanza con parentar a Patricia Bullrich*

[29] https://www.youtube.com/watch?v=IjFCqX70zbs
[30] https://www.youtube.com/watch?v=nHvb0C_YypM

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

con Bolsonaro, o la compararon con Hitler ahora también la quieren hacer aparecer como una borracha". Luego, durante el móvil, Bullrich contó lo mismo que minutos antes había mencionado en Intratables, sin confirmar que pueda involucrar a Varisco en el hecho. De todos modos, mientras Bullrich hablaba el zócalo mencionaba *"Arrancó la campaña sucia"*. Una hora más tarde, en "Nada personal"[31] del Canal 9, mencionan *"la campaña del miedo: vamos a volver[32]"*, para dar lugar a un móvil con Bullrich en el que destacó que *"el accionar rápido abre las puertas a un debate en esta campaña, en los primeros días, esto pude ser una buena señal para los que quieran hacer esto sepan que los mecanismos de Reverso de cortar la fake news es rápido"*.

Posteriormente, el portal web Infobae publicó[33] que la titular del teléfono según los datos de ANSES "es empleada de la municipalidad de Paraná, asociada al intendente Sergio Varisco, que Bullrich denunció por proteger y financiar a narcotraficantes", y que, "esa empleada se llama Liliana Pilar Morato". Además de su nombre, publicaron su imagen y otros datos personales, identificándola como la autora del video. Al día siguiente, los medios de Paraná como Radio La Voz y El once TV fueron en busca de las declaraciones de Morato. El 5 de Julio, la edición digital del Diario Perfil[34], retomó los dichos de la empleada que se defendió diciendo que tenía un teléfono que funcionaba con Wi-Fi y era para recibir WhatsApp, y que ni siquiera tenía los conocimientos necesarios para editar un video. Además de los problemas familiares que le traían la acusación en conjunto con la difusión de sus datos personales e imágenes. Mientras tanto, Bullrich continúo hablando con los medios sin confirmar que la intervención del video había sido realizada por personas vinculadas a Varisco.

[31] https://www.youtube.com/watch?v=R7_105TXyZk&t=1952s
[32] "Vamos a volver" es una expresión que el kirchnerismo utilizó durante el proceso electoral de 2019.
[33] https://www.infobae.com/politica/2019/07/04/el-primer-deep-fake-de-la-campana-tuvo-como-victima-a-patricia-bullrich/
[34] https://www.perfil.com/noticias/politica/lliliana-morato-acusada-adulterar-video-patricia-bullrich-se-defendio-dijo-no-se-manejar-celulares-ni-editar%20.phtml

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

5. Conclusiones

La circulación hipermediática de la burla a la ministra Bullrich tiene una dirección descendente-ascendente ya que inició en el sistema de medios masivos, con la transmisión en vivo de la conferencia de prensa en el noticiero de canal 9, rápidamente descendió al sistema de nuevos medios con base en Internet, y luego continuaron generándose puntos de encuentros entre los sistemas de medios en esas dos direcciones. Al crear los internautas discursos burlándose del peinado de Bullrich se produjo el primer giro de sentido. Esos primeros discursos repararon en la imagen de la Ministra. La gran cantidad de discursividad generada se evidencia en las tendencias de Twitter en ese momento del día. La producción risible, colectiva, se intensificó con el paso del tiempo, se generaron memes y comparaciones con diferentes personalidades del mundo del deporte, la música y personajes de cine y televisión. Sin embargo, las producciones no generaron una respuesta inmediata de la Ministra –que luego en el móvil del programa "Nada Personal" se rio de lo sucedido sobre su peinado en las redes y la periodista la invitó a ver en vivo algunos de ellos– pero de todos modos aconteció una circulación transversal de adentro de las instituciones, a través de una conferencia de prensa, hacia afuera, a las redes sociales mediáticas. En ese sentido, el equipo de prensa del Ministerio no reparó en la imagen de la Ministra por su pelo despeinado. La circulación discursiva continuó su curso en medios digitales y medios masivos de comunicación.

En una segunda instancia, se generó una circulación transversal desde afuera hacia adentro de las instituciones, afectando de manera negativa la imagen pública de la Ministra. La apropiación e intervención de un fragmento de la conferencia de Prensa comenzó a circular por WhatsApp, su propagación acentuó la ridiculización a la autoridad que horas antes había sucedido en las redes, y permitió la apertura de nuevos sentidos en el video. Los medios masivos, por su parte, explicaron en qué consiste una deep fake –vinculándolo de manera errónea– y que la intención del material difundido era hacer parecer que la Ministra estaba "empastillada" o "borracha". De ese modo, es

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

evidente que la circulación tiene efectos por sobre la institución: para ese momento no se comunicó lo sucedido en el operativo sino el aspecto de la Ministra.

Con la intención de contrarrestar y regular la propagación del video Bullrich –acción que previamente no llevó a cabo con las burlas hacia su peinado– comunicó desde su cuenta personal en Twitter que la pieza audiovisual había sido manipulada, y vinculó directamente el accionar con el intento de desacreditar su trabajo en el Ministerio en conjunto con la Policía Federal Argentina y por lo tanto, a la gestión de Mauricio Macri, además de relacionarlo a una estrategia electoral, al llamarla la primera fake de la campaña que sucedería en octubre de 2019. A partir de ese momento, los medios digitales y medios masivos replicaron la explicación del tema, acompañando rápidamente la estrategia de Bullrich de evidenciar la intervención y abordando el peligro de las fakes news.

Finalmente, se produjo un tercer momento, un efecto boomerang, a partir de que la circulación de adentro de las instituciones generada por el tuit de Bullrich debió ampliarse. La propia Ministra brindó móviles para aclarar lo sucedido por diferentes programas que abordaron la noticia. Expresó la rápida investigación por parte del gobierno y evidenció una versión poco clara sobre él o la creadora del video, propiciando un debate en la agenda mediática. De esas explicaciones surgieron que la posible autora se trataba de una empleada del municipio de Entre Ríos. Las preguntas de los periodistas también querían descartar un posible juego del partido opositor –el kirchnerismo– ya que la propia ministra fue la primera en vincular el accionar a la campaña electoral. Pero también en los medios, a través de las investigaciones de los periodistas, y por los argumentos pocos claros de Bullrich sobre el autor del video, emergió la hipótesis de que el Intendente de Entre Ríos, perteneciente a su misma alianza de gobierno, estaba implicado en la elaboración y difusión del video por lo que visibilizó problemas internos entre funcionarios. Bullrich nunca confirmó los vínculos del video con el intendente Varisco solo mencionó con la persona identificada estaba relacionada con una causa por Narcotráfico. Dos meses después de lo ocurrido comenzaba un juicio en el que Varisco estaba imputado por tráfico de drogas.

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

De ese modo, la circulación de un discurso que comenzó con una conferencia de prensa para informar sobre el trabajo realizado por el Ministerio de Seguridad, giró su sentido a una burla colectiva hacia la autoridad máxima de esa cartera, por parte de internautas en las redes sociales mediáticas, y terminó con la exposición mediática de un conflicto dentro del gobierno de Cambiemos.

Referencias

Carlón, M. (2020) *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada.* Nueva Editorial Universitaria - UNSL, San Luis: 1a ed. Libro digital, PDF.http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf

------(2018) Medios individuales, medios colectivos, y circulación transversal: desde "adentro hacia afuera" y desde "afuera hacia adentro" (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). En Circulação discursiva e transformação da sociedade", Actas del VIII Pentálogo de CISECO. Japaratinga, Brasil.

------ (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.

------ (2012) "En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario". En Carlón, M. & Fausto Neto, A. (comps.), Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación (pp. 173-194). Buenos Aires: La Crujía.
Castells, M. (2009). "La comunicación en la era digital", en Comunicación y poder. Mexico: Siglo XXI.

Fausto Neto, A. (2012). "Discursos periodísticos en el diván de los internautas" en, Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación, Carlón Mario y Fausto Neto, Antonio (compiladores). Buenos Aires: La Crujía.

Fraticelli, D. (2019) "Los colectivos mediáticos de las redes Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá?", en Inmediaciones de la comunicación, Volumen 14/Nº1 - enero-junio 2019. Doi: https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1 Disponible en: https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/issue/view/270/showToc

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

------ (2018). "El ascenso de la burla en las sociedades contemporáneas: nuevas circulaciones del humor mediático" en Revista Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 1, p. 49, dezembro, 2018. Disponible en: https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma
Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Lipovetsky, G. (1986). "La sociedad humorística" en *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama. Barcelona.

Scolari (2008) Hipermediaciones. Elementos para una teoría digital interactiva. Editorial Gedisa. Barcelona, España.

Verón, E. (2013). La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Gedisa.

------ (2001[1984]). "El living y sus dobles" en El cuerpo de las imágenes. Grupo editorial Norma, Buenos Aires.

------ (1997) "Esquema para el análisis de la mediatización", en Diálogos de la Comunicación, Nº48. Lima: Felafacs, p. 9-17.