Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Circulación del sentido en la sociedad hipermediatizada: el caso #Samanta en Bake Off Argentina 2020[1]

Circulation of meaning in hypermediated society: the case #Samanta in Bake Off Argentina 2020[2]

Brenda Buczacki
Camila Pereyra
Florencia Vega

Palabras claves: Hipermediación; Circulación; Stalkeo.

Resumen

En nuestra contemporaneidad vivimos en una sociedad hipermediatizada, lo cual implica que conviven dos sistemas mediáticos: el de los medios masivos y el de los medios con base en Internet. En ambos sistemas se pueden dar dos modos de circulación de sentido, uno vertical – horizontal (se inicia de "arriba hacia abajo" y de "abajo hacia arriba") y/o transversal (que va desde "adentro hacia afuera", es decir, desde los individuos hacia las instituciones, los medios y los colectivos) y desde ("afuera hacia adentro", a partir de los medios hacia las instituciones y los individuos).

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

[2] Esta investigación se desarrolló en el marco del proyecto de investigación UBACYT "La mediatización en el entretejido de los vínculos sociales. Cambios en la circulación del sentido a partir de la nueva mediatización de individuos, colectivos, medios e instituciones en la sociedad contemporánea" dirigido por Mario Carlón (IIGG, UBA).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

En el presente estudio analizaremos ambos modos de circulación de sentido al distinguir la producción y el reconocimiento del programa denominado Bake Off Argentina. El Gran Pastelero, y también al observar cómo información sensible publicada en las redes sociales por la primera ganadora determinó la decisión final de modificar el reality show.

Ahondaremos en puntos de consideración tanto en la circulación horizontal entre usuarios de la red social Twitter, como en la circulación ascendente de los mismos usuarios hacia la institución televisiva. A su vez, con el propósito de profundizar en la información sensible en base a la operación de stalkeo que los twitteros produjeron sobre la participante Samanta, trabajaremos en entender a Twitter como un medio con capacidad de interpelar exitosamente tanto a usuarios y colectivos como a las instituciones.

Si bien Bake Off Argentina se produjo en Buenos Aires y va por su segunda temporada, su formato deviene del programa original denominado The Great British Bake Off de Gran Bretaña. Este reality emitido por el canal argentino Telefe tiene como una condición para ser un participante: ser pastelero amateur. Una vez dentro, en cada uno de los episodios, los participantes son evaluados por un jurado especializado y en cada programa uno de ellos es eliminado según su desempeño.

La particularidad que tuvo la segunda temporada de la edición argentina emitida entre marzo y julio del 2020, fue que este programa televisivo de lenguaje grabado modificó el desenlace de la competencia en base al impacto generado por un colectivo de usuarios de Twitter.

Tras haberse filtrado que la participante Samanta Casais iba a ser la ganadora del reality show, miles de tweets circularon reclamando que no merecía obtener el premio por presuntamente haber mentido acerca de ejercer la pastelería amateur. Quienes twitteaban basaban estos supuestos en el stalkeo que realizaron sobre Samanta.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Principalmente expusieron capturas de su Instagram personal sobre un trabajo que ella tuvo en el "Café San Juan" de San Telmo. En base a las afirmaciones de quienes la acusaban, estas imágenes comprometían a la participante al ser consideradas pruebas de que se desempeñaba de manera profesional. Consideramos que este tipo de circulación es transversal porque surge de "adentro", es decir, la información fue publicada por el individuo (Samanta) y se volvió contra ella, generando el efecto boomerang. Esta cuestión es fundamental a la hora de entender a la circulación del sentido como un proceso que no es esencialmente lineal.

Incluso algunas personas realizaron tweets con datos sensibles-privados que no tenían relación directa con su rol en el programa en tanto pastelera amateur o en todo caso profesional. Es decir, información que no definía verdaderamente si su participación en la competencia era válida o no. Sin querer caer en un análisis contenidista mencionamos algunos de los datos, nos referimos a cuestiones familiares-personales, y particularmente a un accidente de tránsito ocurrido en 2017 mediante el cual Samanta había atropellado a un hombre. Por este homicidio culposo, cuyo caso ya estaba cerrado y donde se había definido que la persona en falta fue el señor con quien Samanta tuvo el accidente, el colectivo de usuarios llegó a llamarla reiteradamente "asesina", además de los términos "mentirosa" y "chanta" que circulaban con anterioridad.

Durante las últimas tres semanas del programa televisivo, los espectadores usuarios de Twitter generaron diversos hashtags, siendo los más relevantes #Sachanta y #FakeOff, remarcando que sus denuncias no iban solo en contra de Samanta, sino que consideraban que la producción misma era un fraude por permitir que ella ingresara a la competencia. Los hashtags se mantuvieron por días en Trending Topic, llamando la atención de personas que incluso no miraban el reality desde su inicio. En base a esto, el

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

equipo de producción de Bake Off Argentina, no hizo oídos sordos y realizó un drástico cambio.

El último episodio, donde la participante Samanta Casais se consagra como la ganadora elegida por los jurados, había sido filmado un año antes de su emisión en pantalla. El día 5 de julio de 2020 salió al aire el programa grabado de aquel entonces. Una vez terminada dicha transmisión, comenzó un tape especial que aclaraba que lo próximo a mostrarse se situaba en "julio 2020". En ese breve fragmento se encontraban los tres jueces de la competencia nuevamente frente a los dos finalistas, para aclarar que la decisión final de la producción era descalificar a Samanta y otorgarle, por consiguiente, el premio a Damián, quien previamente había quedado segundo. Tal decisión fue tomada luego de investigar en profundidad la experiencia de Samanta en cuanto a la pastelería. Si bien desde la institución enunciativa se aclaró que no hubo ninguna prueba que corrobore que ella sea pastelera profesional y no amateur, descubrieron datos de experiencia laboral y televisiva que, en el formulario de inscripción a la competencia, Samanta había ocultado deliberadamente (como por ejemplo su participación en el canal de noticias C5N preparando una torta Rogel). Por lo tanto, se definió que dicha participante estaba descalificada de la competencia por haber ocultado información "a conveniencia" que infringía las reglas del programa.

Una vez terminada la emisión del resultado final, desde la institución televisiva se invitaba a los espectadores a ver un directo en el Instagram oficial de Telefe, donde el influencer Lizardo Ponce realizó distintas entrevistas a los jurados y al ganador Damián Pier Basille. Entre las cuestiones a destacar de este directo, uno de los jueces, Christophe Krywonis, definió a las personas que realizaron los diversos tweets en contra de Samanta como haters mencionando que deben medir las consecuencias de lo que escriben.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Por otra parte, nos resulta importante señalar que la producción del reality show no fue el único medio en retomar los tweets generados por los espectadores indignados. La circulación ascendente se manifestó también desde los tuiteros hacia distintos magazines y programas de chimento que utilizaron la información generada por éstos, difundiendo las distintas denuncias y datos de carácter sensible-privados sobre Samanta. La diferencia prevalece en que los magazines tomaron el contenido de los usuarios y una vez editado "salieron al aire", se evidencia aquí los alcances y limitaciones de un tipo de lenguaje y el otro, nos referimos al directo televisivo y al grabado. Si bien el lenguaje grabado permite la edición, el emitir a Bake Off Argentina semana tras semana sumada la divulgación previa al final del ciclo de que la ganadora de la competencia era Samanta y no otro candidato favorito por el colectivo twittero, terminó de interpelar por completo al equipo de producción del reality.

Nos interesa destacar que desde Twitter se generó una cuenta humorística exclusiva sobre lo que sucedía en el programa televisivo. Nos referimos a "#CuarentenaBakeOff", cuenta que explicita en su descripción que es conducida por el influencer Nachormigón (@DaisukeSenju). Allí, hasta el día 21 de julio del 2020 se compartieron contenidos generados por usuarios que iban desde memes humorísticos con los participantes hasta el proponer a sus seguidores el desafío de hornear pan casero.

Luego de conocerse el resultado definitivo, los usuarios de Twitter que participaron activamente en los hashtags y menciones comenzaron a jactarse de haber realizado una proeza colectiva, considerándose partícipes y causantes del cambio de rumbo del reality, incluso afirmaron que gracias a sus tweets "se hizo justicia". De todos modos, en Twitter continuaron circulando opiniones de personas que afirmaban que Samanta "seguía mintiendo", tanto por sus palabras en el breve tape posterior al capítulo

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

final, como en las entrevistas que le realizaron durante aquella semana en programas como Cortá por Lozano e Intrusos.

Con todo esto, a la vez no podemos dejar de destacar un fenómeno que da cuenta de las dificultades a la hora de leer los cambios a nivel discursivo dentro de Internet y los nuevos medios junto a la importancia de poder diferenciar a éstos últimos de los medios masivos. Nos referimos a los dichos del periodista político Jorge Lanata cuyo programa de actualidad política, Periodismo Para Todos (PPT) competía en esa misma franja horaria con Bake Off Argentina los domingos por la noche.

En términos de audiencias el promedio general de rating de Bake Off era bueno para los tiempos que corren, no solo le ganaba a PPT, sino que fue el programa más visto del mes de junio del 2020 en Argentina con más de 16 puntos de rating.

El periodista, en su programa de radio matutino, comenzó a señalar a los usuarios que generaron los Trending Topic sobre el reality como “trolls k”. En términos generales, sostuvo que los usuarios de Twitter buscaban distraer al público en general y dirigir la atención de la audiencia hacia un programa de “hacer tortas” y de esa forma “no ver su programa para informarse de la realidad política”.

Al mismo tiempo, de este fenómeno se desprendió una frase que comenzó a circular en distintos medios en donde se hacía referencia a una “grieta del rating”. En consecuencia, desde distintas cuentas de usuarios de Twitter que se definen como anti K se generó el hashtag #baKeoff, en donde la letra K hace referencia al Kirchnerismo, que es la orientación política peronista del gobierno oficialista argentino.

Para dar cuenta de esto, nos proponemos distinguir la caracterización de la red social Twitter como medio flexible de carácter mixto y también observar la información que el colectivo de usuarios indaga y produce sobre la participante, primera ganadora del concurso; información de carácter sensible dado que atraviesa el eje de lo público y lo privado.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

La hipermediatización que atravesamos en la sociedad contemporánea no sólo da cuenta de la convivencia, la relación y la interacción constante entre el sistema de medios masivos y el sistema de nuevos medios con base en Internet, sino que además se generan nuevas complejidades a considerar. Este trabajo se propone contribuir a señalar cómo Twitter, en tanto medio flexible de carácter mixto, posibilita nuevas relaciones dentro de lo social.

Referencias

BRAGA, Jose Luiz. Circulação & circuitos, en **A circulação discursiva**: entre produção e reconhecimento, Paulo César Castro (org.). Maceió, Brasil, Edufal, 2017.

CARLÓN, Mario. 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 **A circulação discursiva**: entre produção e reconhecimento", en Paulo César Castro (org.). Maceió: Edufal, 2018.

CARLÓN, Mario. Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea. En: Ferreira, Jairo; Rosa, Ana Paula (Org.); Braga, J. L. (Org.); Fausto Neto, Antonio (Org.); Gomes, Pedro Gilberto (Org.). **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização**? 1. ed. Santa Maria: Facos, 2017. v. 1. 299p. (Ed. En ingles: Under the sign of presentism: mediatization, culture and contemporary society).

CARLÓN, Mario. Ataque a los poderes, medios "convergentes y giro antropocentrico: el nuevo escenario con base en internet, en **Después del fin**: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube, Buenos Aires, ed. La Crujía, 2016.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação do discurso político: entre meios e atores, as redes e aglomerações momentâneas- nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. Porto Alegre, Brasil, **COMPOS**, 2019.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação alem das borda, en Fausto Neto, Antonio, Valdettaro, Sandra (directores). **Mediatización, sociedad y sentido**: aproximaciones

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

comparativas de modelos brasileños y argentinos". Rosario, Argentina, UNR. (p. 2-17), 2010.

FERREIRA, Jairo; Rosa, Ana Paula (Org.); Braga, J. L. (Org.); Fausto Neto, Antonio (Org.); Gomes, Pedro Gilberto

(Org.). **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização**? 1. ed. Santa Maria: Facos, 2017. v. 1. 299p.

FRATICELLI, Damián. Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá?. Montevideo, Uruguay. **InMediaciones de la Comunicación**, v. 14, n. 1, p. 47-63, 2019.

FRATICELLI, Damián. El Humor Hipermediático: La nueva era de la mediatización reidera. Burkat, Mara (comp.), Varnagy, Tomás (comp.). Será publicado em el libro "Estudios de lo cómico y el humor".

FRATICELLI, Damián. **Enunciación y humor en las redes1** (o cómo analizar memes sin perder el chiste). Buenos Aires, Argentina. Proyecto "La mediatización en el entretejido de los vínculos sociales", dirigido por Mario Carlón en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y el Instituto de Investigaciones Gino Germani, 2018-2020.

GARCÍA FANLO, Luis. Twitter y la rebelión de los ciberfans de gran hermano 2.0, en **Las políticas de los internautas de Mario Carlón**, Buenos Aires (Argentina): ed. La Crujía, 2012.

GOMES, Pedro Gilberto. **Dois meios a midiatização: u**m conceito em evolução. São Leopoldo: Unisinos, 2017.