

DOSSIÉ

MEDIOS QUE YA NO MEDIAN:

la enunciación desdibujada en las prácticas periodísticas contemporáneas



LETICIA GAMBETTA

Universidad de la Republica – Montevideo – Uruguay

ORCID: 0000-0003-4892-6833

AGUSTINA HUERTAS

Universidad de la Republica – Montevideo – Uruguay

ORCID: 0009-0000-1144-9995

DOI: 10.25200/BJR.v20n3.2024.1683

Recibido el: 26/03/2024

Desk Review en: 30/05/2024

Editor de Desk Review: Silvio Waisbord y Liziane Guazina

Revisado el: 17/08/2024

Revisado el: 23/09/2024

Aprobado el: 04/10/2024

Cómo citar este artículo: Gambetta, L.& Huertas, A. (2024). MEDIA THAT NO LONGER MEDIATE: the blurred enunciation in contemporary journalistic practices. *Brazilian Journalism Research*, 20 (3), e1683 DOI: 10.25200/BJR.v20n3.2024.1683

RESUMO – Este trabajo analiza el lugar de enunciación que se configura a partir de la publicación de una noticia por parte de ciertos periodistas del diario uruguayo El Observador, sobre un caso de corrupción en el gobierno nacional. La particularidad de este caso radica principalmente en que los periodistas escogieron sus cuentas de X en lugar del medio escrito, para difundir la información. El análisis de dichas publicaciones bajo el marco del análisis crítico del discurso de redes sociales, conduce a identificar los espacios de enunciación que desdibujan los límites de la enunciación mediática y vuelven impredecible la comunicación contemporánea.

Palabras clave: Enunciación en contextos digitales. Periodismo. Redes sociales. Análisis crítico del discurso de redes. Comunicación contemporánea.

MÍDIAS QUE NÃO MEDIAM MAIS: a enunciação turva nas práticas jornalísticas contemporâneas

RESUMEN – Este trabalho analisa o lugar de enunciação que se configura a partir da publicação de uma notícia por parte de certos jornalistas do jornal uruguaio El Observador, sobre um caso de corrupção no governo nacional. A particularidade deste caso reside principalmente no fato de que os jornalistas escolheram suas contas no X em vez do meio escrito, para divulgar a informação. A análise dessas publicações sob o marco da análise crítica do discurso de redes sociais leva à identificação dos espaços de enunciação que desfocam os limites da enunciação midiática e tornam imprevisível a comunicação contemporânea.

Palavras-chave: Enunciação em contextos digitais. Jornalismo. Redes sociais. Análise crítica do discurso da rede. Comunicação contemporânea.

MEDIA THAT NO LONGER MEDIATE: the blurred enunciation in contemporary journalistic practices

ABSTRACT – This study analyzes the place of enunciation that is configured from the publication of an article by certain journalists from the Uruguayan newspaper El Observador, about a case of corruption in the national government. The particularity of this case lies mainly in the journalists who chose their X accounts instead of the written medium, to spread the information. The analysis of these publications within the framework of critical discourse analysis of social networks leads to the identification of spaces of enunciation that blur the limits of media enunciation and make contemporary communication unpredictable.

Key words: Enunciation in digital contexts. Journalism. Social networks. Critical analysis of network discourse. Contemporary communication. de S.Paulo.

1 Introducción

El presente artículo profundiza en la categorización de enunciadores del ecosistema contemporáneo digital (Gambetta, 2021a, 2021b; Gambetta & Huertas, 2022; Müller, 2020), mediante el análisis de la expansión de la enunciação mediática que ha llevado a una transformación del rol mediador de los medios de comunicación tradicionales. Para este propósito, se toma como caso de estudio la publicación de una noticia en X (ex Twitter), desde las cuentas personales de periodistas de un medio escrito tradicional de Uruguay, ante la censura del directorio del periódico.

La noticia, que se pretendía publicar en el diario uruguayo El Observador, agregaba información sobre un caso de presunto

espionaje que involucró al Presidente de la República, su entonces esposa, y su ex custodia personal, este último enjuiciado meses atrás por hechos de corrupción. Este suceso, inédito en Uruguay, en el que un grupo de periodistas, desde cierta “rebeldía”, desobedeció a las jerarquías editoriales del medio en el que trabajan, en pos de hacer pública información que consideraban importante para el bien común, despertó una serie de interrogantes: ¿Cómo operaron las lógicas de la red social X en la difusión y amplificación de la noticia? ¿Cómo se configura el lugar de enunciación desde el que el grupo de periodistas del diario uruguayo El Observador publicó la noticia?

Si bien los medios de comunicación tradicionales han sido históricamente los mediadores entre los acontecimientos y la opinión pública, tanto en la definición de la agenda pública, como en mayores sutilezas respecto al tratamiento de las noticias (Arugete, 2015), la irrupción de internet y particularmente de la Web 2.0 contribuyeron a balancear estas lógicas mediáticas que parecían inamovibles. Este estudio coloca el foco en uno de los aspectos de la tradicional lógica de los medios que se ha colocado en tensión: la enunciación mediática.

El discurso de los medios de comunicación ha sido objeto de análisis de los estudios críticos del discurso (ECD), principalmente en torno a las construcciones discursivas hegemónicas e ideologizadas, que producen, distribuyen y refuerzan estructuras de poder y dominación (Wodak, 2003). Sin embargo, esta perspectiva teórica ha estado centrada en los discursos de élite (Van Dijk, 2003), es decir, en quienes gracias a su posición favorable dentro de los espacios de enunciación clásicos, tales como los medios de comunicación, el poder político y la ciencia, tienen accesos privilegiados para influir en la construcción social de sentido y naturalizar prácticas que puedan conducir a diversas formas de exclusión. Las continuas transformaciones en el ecosistema mediático contemporáneo, que incluyen el protagonismo de los medios sociales digitales y, a través de ellos, nuevas lógicas de prácticas discursivas, habilitan la expansión de lugares de enunciación, que “difieren de las de los discursos institucionalizados (medios de comunicación)” (Müller, 2020, p.32).

Desde teorías de la enunciación (Benveniste, 1971; Ducrot, 2001; Kerbrat-Orecchioni, 1980), los estudios críticos del discurso (Van Dijk, 2003; Wodak, 1989, 2003; Fairclough, 1995, 2003; Fairclough & Fairclough, 2012), el análisis crítico de redes sociales

(KhosraviNik et al., 2016; Müller, 2020) y abordajes sobre el papel mediador de los medios de comunicación (Aruguete, 2015; Pazos, 2020), el presente artículo se propone indagar si los medios de comunicación aún mantienen su rol mediador entre la información y la opinión pública, o si las prestaciones y uso de los medios sociales digitales han derivado en un desdibujamiento de esta función. En adhesión, se pretende observar cómo la producción, circulación y consumo de discursos se ha expandido a otros lugares de enunciación (Gambetta, 2021a, 2021b), y ha generado así formas de interacción directa que ponen en tensión los procesos tradicionales de comunicación unidireccional. Al mismo tiempo, estos procesos de comunicación, ahora de “muchos a muchos”, que potencian el acceso y emisión de discursos de forma “descentralizada y democrática” también derivan en cambios en la forma de abordar conceptualizaciones teóricas sobre el papel y ejercicio de poder de los medios en la sociedad (KhosraviNik, 2017; KhosraviNik & Esposito 2018, p. 54).

Los cambios en las formas de interacción y circulación de discursos llevan a redimensionar el papel tradicional de la noticia como género discursivo y su relación con la construcción de lo público. En tanto género discursivo, la noticia se articula como una narrativa que conecta hechos y valores para construir una representación del presente social (Martini, 2000). Esta se orienta por criterios de noticiabilidad que establecen qué sucesos merecen ser difundidos, apoyándose en atributos como novedad, impacto y proyección futura sobre la sociedad (Martini, 2000), criterios que funcionan como filtros ideológicos, vinculando la construcción de lo público con las agendas editoriales y culturales del medio (Aruguete, 2011). Así, la noticiabilidad en el ecosistema contemporáneo de comunicación se configura como un proceso de negociación en el que medio, periodistas y audiencia definen colectivamente lo que adquiere estatus de información pública. Las redes sociales han contribuido a que las audiencias tengan mayor incidencia en esas definiciones colectivas. A partir de estas consideraciones, el presente trabajo analiza el caso de estudio seleccionado con foco en tres ejes: la noticia divulgada, la forma de vehiculización de la misma y la identificación del lugar de enunciación del que parte el texto noticioso.

2 La enunciación en contextos contemporáneos de comunicación

La comunicación social ha sido atravesada en las últimas décadas por cambios tecnológicos abruptos que han transformado, entre otros aspectos, la enunciación mediática. Los medios de comunicación, hoy denominados tradicionales o clásicos, tenían antes de internet una delimitación clara que contribuía a definir los modos en que hacían circular sus contenidos. Estos límites que caracterizaban a la radio, la televisión y los medios de prensa escrita, se han visto desdibujados desde la aparición de web 2.0 a principio de los 2000, gracias a la posibilidad de que ciudadanos y organizaciones civiles tengan ahora un acceso a la generación y distribución de contenidos antes restringido a ciertos actores privilegiados. La expansión de lugares de enunciación amplió también la oferta de contenidos y, consecuentemente, el consumo de los mismos. Antes de internet, los actores sociales que representaban el poder político, social o económico en la sociedad, necesitaban de los medios de comunicación para llegar a la opinión pública. Hoy, los gobiernos, las empresas, representantes de diversos colectivos, movimientos sociales, referentes en disciplinas como el arte, la política, el deporte y toda persona con acceso a la red de redes, tienen la posibilidad de generar, compartir y (re)distribuir contenidos en sus redes sociales, lo que muestra una ampliación enunciativa que ha atravesado la producción, distribución y consumo de discursos (Fairclough, 2003).

Sin embargo, a pesar de este desdibujamiento enunciativo, los medios han continuado con sus tareas de informar, entretener y ser espacio de promoción de bienes y servicios, un rol que tuvo que adaptarse a estas nuevas formas de enunciación. Los cambios en el ecosistema discursivo mediático han propiciado que surjan “nuevas arenas discursivas que ya no obedecen a las reglas ‘clásicas’ en la lucha por el poder interpretativo y en las que los límites de lo que se puede decir se agotan conscientemente y se transgreden con mayor intensidad” (Müller, 2020, p. 21).

Cuadro 1*Características de las arenas discursivas Müller (2020)*

| | Discursos “clásicos” de los medios de comunicación y las élites | Discursos en los medios sociales |
|---|--|---|
| Institucionalización | Institucionalizado | Desinstitucionalizado |
| Producción de contenidos/consumo | Profesionales de los medios de comunicación = productores; usuarios = consumidores | Profesionales de los medios de comunicación = productores y consumidores; usuarios = productores y consumidores |
| Dirección de la comunicación / interactividad | Unidireccionalidad; uno a muchos | Multidireccional; muchos a muchos; uno a muchos; uno a uno |
| Control de acceso | Redacción | Apenas hay guardianes |
| Acceda a | Acceso estrictamente limitado; elitista | Acceso potencialmente abierto; igualitario |
| Poder discursivo | Condicionado al acceso | Vinculado a la recepción |

Müller (2020, p. 27)

Esta transformación de la enunciación abierta, antes exclusiva de los medios tradicionales, ha sido un terreno fértil para la convivencia de diversos espacios enunciativos. La expansión de la enunciación sale de los ambientes de interacción interpersonal y en los medios digitales cuenta con la posibilidad de llegar a audiencias más numerosas. En trabajos anteriores (Gambetta, 2021a, 2021b; Gambetta & Huertas, 2022) se ha propuesto una categorización de enunciadores, que con el paso del tiempo y las transformaciones en los medios sociales, se ha ido ampliando. La categorización, originalmente propuesta por Gambetta (2021a) y ampliada por Gambetta y Huertas (2022), incluye los siguientes enunciadores: enunciador legitimado; enunciador oficial; enunciador paralelo; enunciador independiente; enunciador común; enunciador mediático; enunciador ciudadano; enunciador artificial; enunciador institucional y enunciador comunitario.

El cuadro a continuación (cuadro 2) describe los actores que representan cada lugar de enunciación, los principales contenidos difundidos por estos en sus cuentas de medios sociales, y la expectativa que generan las publicaciones a nivel de carga valorativa en el uso del lenguaje en vínculo con el tipo de texto compartido y al propósito

de la comunicación. Para este trabajo se creó una escala simple de cuatro niveles que ayudan a identificar la expectativa de la carga de valor en los textos: carga neutra/baja/media/alta. Estos, se relacionan con cuestiones de forma de los textos: con marcas lingüísticas a nivel de léxico/gramática en textos escritos, o elementos multimodales – como emoticones, memes y otros –, en géneros que han nacido con la interacción digital. Lógicamente, se espera que los textos de opinión presenten una carga de mayor valor que los informativos, que corresponden, según los niveles propuestos, en neutra o baja.

Cuadro 2

Lugares de enunciación

| Categoría de Enunciador | Actores sociales | Contenidos compartidos | Propósito de la comunicación | Carga valorativa esperada |
|--------------------------------|--|---|-------------------------------------|----------------------------------|
| Legitimado | Medios de comunicación tradicionales | Información, publicidad, entretenimiento | Informar, vender, entretener | Neutra/Baja |
| Oficial | Gobiernos, organismos públicos | Información sobre gestión y asuntos que los involucran | Informar | Media/Alta |
| Paralelo | Iglesias, Sindicatos, Partidos políticos | Información sobre la agenda, adopciones, acuerdos | Informar, movilizar | Media/Alta |
| Ciudadano | Medios alternativos | Opiniones, experiencias, relatos | Generar conciencia, participación | Media/Alta |
| Independiente | Referentes en temas específicos | Opiniones y experiencias sobre temáticas | Informar, provocar reflexión | Media/Alta |
| Común | Roles particulares, como consumidores | Información sobre experiencias cotidianas | Compartir, reflexionar | Media/Alta |
| Comunitario | Líderes de pequeñas organizaciones | Información de interés del colectivo, convocatorias a participación | Informar, convocar, movilizar | Media |
| Mediático | Influencers en distintas áreas | Contenidos diversos según su perfil, vidas privadas, opinión de productos y servicios | Ganar seguidores para monetizar | Media/Alta |

| | | | | |
|----------------------|--|---|--|------------|
| Bot | Bots, Inteligencias artificiales generales | (Des)información, viralización de contenidos automatizados y textos | Multiplicar la difusión de contenidos para dar mayor visibilidad | Media/Alta |
| Institucional | Empresas, instituciones sin fines de lucro | Información sobre productos o servicios de la empresa a usuarios | Conocer la organización, sus productos y servicios | Media/Alta |

(Gambetta & Huertas, 2024)

Las categorías presentadas tienen la finalidad de facilitar posibles abordajes analíticos sobre la circulación de discursos en medios sociales. Por tratarse de un escenario en constante transformación, las caracterizaciones deben ser siempre revisadas y ajustadas a partir de los casos estudiados.

La presente categorización queda enmarcada en una definición más amplia propuesta por Müller (2020) quien desde los Estudios del Discurso en Medios Sociales, plantea tres posiciones desde las que toman lugar de emisor ciertos individuos o grupos. En primer lugar, aquellos que ya tienen un lugar de privilegio en relación al poder discursivo en los medios; en segunda instancia quienes detentan una posición favorable dentro de los medios sociales; y quienes no tienen estos niveles de acceso mencionados, lo que les permite participar en debates dentro de los medios sociales o compartir experiencias a sabiendas que su recepción va a ser escasa. El cuadro a continuación coloca en diálogo las categorizaciones de enunciación en el ecosistema mediático contemporáneo:

Cuadro 3

Diálogo entre propuestas de categorización de enunciación en medios sociales digitales

| <i>Autoras</i> | <i>Lugar de enunciación</i> | | |
|---|--|---|--|
| Muller (2020) | Individuos / grupos con acceso privilegiado | Posición favorable dentro de los medios | Sin posición privilegiada en ningún medio |
| <i>Gambetta (2021a; 2021b), Gambetta y Huertas (2022)</i> | <i>Enunciador: Legitimado Oficial Artificial</i> | <i>Enunciador: Paralelo Independiente Mediático Institucional</i> | <i>Enunciador: Común Ciudadano Comunitario</i> |

Para cumplir con el objetivo de identificar y caracterizar el lugar de enunciación del que parte la noticia publicada el 21 de diciembre de 2022 por trabajadores del diario uruguayo El Observador (Chans, 2022)², se trabajará sobre tres de las categorías propuestas: el enunciadore legitimado, el enunciadore independiente y el enunciadore común. La primera está enmarcadas en el agrupamiento de individuos o grupos con acceso privilegiado a los medios sociales, mientras que la correspondiente al enunciadore independiente refiere a individuos o grupos con posición favorable dentro de tales medios y el enunciadore común agrupa a quienes no tienen posición privilegiada dentro de los mismos (Müller, 2020). En esta sección se expande la descripción de las categorías representadas en el cuadro 2, en relación a la de enunciadores que interesan particularmente para este trabajo.

La categoría de enunciadore legitimado se integra por los medios de comunicación tradicionales o clásicos, es decir lugares de enunciación que representan legítimamente el espacio enunciativo formado por periodistas y comunicadores que integran medios de comunicación, que como tales han tenido la responsabilidad de mediar entre la información y la opinión pública y quienes históricamente han sido un pilar fundamental para las sociedades a la hora de brindar acceso a la información, transmitir valores, habilitar debates y generar consenso. Si bien los medios de comunicación tradicionales, han enfrentado, a lo largo de su historia, duras críticas por su monopolio a la hora de marcar agenda muchas veces relacionada a decisiones corporativas, han sido, sin duda, quienes han detentado la responsabilidad de verificar, chequear, procesar e interpretar la información en su calidad de mediadores ante la opinión pública. Son

varias las historias en las que los medios han contribuido, gracias a rigurosas y arriesgadas investigaciones, a cambiar el rumbo de la historia. La expansión enunciativa del ecosistema digital ha obligado a compartir la posibilidad de difundir contenido con otros diversos lugares de enunciación, sin embargo, su rol legítimo de mediadores en los contextos socio-culturales en los que están inmersos, les exige más que nunca mantener para sí la legitimación enunciativa en un ecosistema donde transitan una innumerable cantidad de datos de procedencias en muchos casos inverificables para un usuario común.

En el rol de enunciador independiente se colocan aquellos referentes que han adquirido individualmente, desligados del paraguas del medio o de la organización a la que pertenecen, desde sus experticias, una voz propia que trasciende a los ámbitos en los que trabajan o a las organizaciones a las que pertenecen. En este agrupamiento se encuentran periodistas que se han convertido en referentes más allá del medio al que pertenezcan, así como artistas, científicos, políticos, deportistas y otros individuos que se han destacado dentro de sus ocupaciones por sus posicionamientos en los medios digitales y que han proyectado una voz propia en estos espacios. En estos casos, si bien suelen estar integrados a la organización a la que pertenecen, al mismo tiempo tienen una voz propia que les permite emitir opinión y mostrar más libremente sus posicionamientos ante diversas temáticas con las que se sienten comprometidos o frente a las que entienden que tienen algo que expresar. En las redes sociales, estos enunciadores han conseguido un número importante de seguidores, que es lo que les da, en los códigos de la interacción digital, la legitimidad como enunciadores independientes. La mirada hacia los followers no está apenas en el número – que incluso se puede obtener mediante compra de paquetes –, sino por la repercusión que sus publicaciones suelen generar en redes, gracias a diversas formas de interacción tales como likes, comentarios, compartidas y otros.

Se diferencian del Enunciador Común, ya que este si bien también es un usuario particular de la red, no es una figura pública y no tiene un número significativo de seguidores con los que interactúa a gran escala. Estos son los únicos individuos que hoy utilizan la red exclusivamente desde una voz personal, que producen y comparten contenidos de su vida particular, para conectarse con otros usuarios, dar su opinión o interactuar sea con allegados, o incluso con desconocidos, para agradar o ganar seguidores, pero es aquel

enunciador que antes “raramente accedía a expresarse en un medio de comunicación” y hoy encuentra en estos medios digitales canales de expresión que cree gestionar “a su libre arbitrio” (Gambetta & Huertas, 2022, p. 142).

Estos diferentes lugares de enunciación, tuvieron especial protagonismo en la participación del debate en torno al tema analizado. Algunos enunciadores tuvieron un rol como protagonistas, por haber sido responsables de las publicaciones, otros por su participación en el debate que se generó a raíz del hecho en la esfera digital, específicamente en la red social X como arena discursiva en la que se produjo la interacción.

¿Por qué X?

La red social X, antes Twitter, supo marcar un territorio en la comunicación contemporánea digital al caracterizarse por ser un medio por el cual expresar vivencias cotidianas en pocas palabras. Diariamente, millones de usuarios recurren a esta plataforma de microblogging tanto para leer e informarse sobre temas de actualidad, como para participar del debate público, apoyar causas sociales o compartir “pequeñas irritaciones de la cotidianeidad” mediante mensajes de pocos caracteres (Tumasjan et al., 2010; Zappavigna, 2012). Con el paso del tiempo, X fue ampliando sus prestaciones y formas de interacción, transformando las maneras de consumo y producción de contenidos, contribuyendo al ecosistema “pos web 2.0” donde quienes antes eran meros receptores de información ahora también puedan producirla (Buckingham, 2005, p. 4).

En esta presunta horizontalidad, que de cierta forma rompe con la hegemonía y verticalidad de producción/distribución de contenidos, convergen en estos entornos diversos enunciadores, tanto profesionales de la comunicación como amateurs – figuras públicas del espectáculo, deporte o la política, entre otros –; y se dispersan los públicos generando nuevos nichos de afinidad (Aparici & García Martín, 2018, p. 75). La idea paradójica de que todos pueden volverse enunciadores rompe con el clásico monopolio del “polo de emisión masiva” reservado a los medios de comunicación tradicionales y da lugar a transformaciones discursivas en las dinámicas de noticiabilidad (Rublescki, 2011, p. 339). Las prestaciones propias de la plataforma, que dinamizan la interacción en la red, tales como hashtags, hilos de discusión y trending topics, hacen que se pluralice

la capacidad de marcar temas, puntos de vista y discusiones y la propia agenda noticiosa (Martínez-Fresneda & Sanchez, 2022). Esto ha generado que los medios tradicionales recurran a X como fuente de acceso a enormes flujos de datos sociales “en vivo”, para poder así anticipar los temas que están a punto de estallar y crear noticias, e incluso capitalizarlos: analizar estos flujos y traducirlos a algoritmos redituables (Van Dijck, 2016).

Contexto: #casoastesiano

Acusado de falsificar documentación para la expedición de pasaportes uruguayos a ciudadanos rusos, el entonces Jefe del Servicio de Seguridad Presidencial del presidente uruguayo Luis Lacalle Pou, Alejandro Astesiano, fue detenido en setiembre de 2022 (La Diaria, 2022a). El ex funcionario ya contaba, según se conoció mediáticamente un año antes, con antecedentes penales y más de veinte indagatorias policiales por múltiples delitos, tales como hurto, estafa, apropiación indebida, daño, entre otros, antecedentes que no impidieron su continuidad en el cargo (La Diaria, 2021).

Astesiano fue imputado en 2022 y permanece desde entonces en privación de libertad mientras se investiga su involucramiento en múltiples delitos de corrupción, agravados por su rol dentro del edificio donde funcionan las oficinas del Poder Ejecutivo, conocido en Uruguay como Torre Ejecutiva. El ex custodia presidencial, ha sido acusado públicamente de mantener reuniones con redes criminales, falsificar documentos, propiciar favores, realizar lavado de activos, así como acceder en forma privilegiada a diversos jerarcas del Ministerio del Interior, para solicitar servicios de seguimiento, intervención de celulares o cámaras de seguridad, incluso para solicitar información personal sobre legisladores, según se desprende de diversas coberturas mediáticas.

Este caso, que aún ocupa la atención de los medios de comunicación uruguayos, tuvo una amplia repercusión en la red social X, donde permaneció en los primeros lugares de debate durante 5 meses. En torno a la discusión se identificaron diversos lugares de interacción, destacándose medios de comunicación (enunciador legitimado); partidos políticos (enunciador paralelo), periodistas (enunciador independiente) actores del gobierno (enunciador oficial), representantes de partidos políticos (enunciador paralelo), entre otros.

Durante el proceso, se filtraron a la prensa aproximadamente 1.300 diálogos de WhatsApp provenientes del teléfono celular del ex custodio, que integran la carpeta investigativa del caso. Estos chats, revelan la comunicación de Astesiano con ministros, dirigentes políticos, diplomáticos, jefes de Policía y empresarios, entre otros (La Diaria, 2022b). En diciembre de 2022, varios medios de comunicación tuvieron acceso a los mismos y comenzaron a difundirlos. Un conjunto de estos mensajes revelaba un hecho que generó gran impacto público ya que exponían como Astesiano le había solicitado seis meses antes, información al subdirector ejecutivo de la Policía Nacional (alto cargo del Ministerio del Interior), sobre el destino de un viaje personal de la ex esposa del presidente, Lorena Ponce de León, tras haber anunciado públicamente su separación. Lo particular del caso, estuvo, por un lado, en que Astesiano utilizó su condición de jefe de seguridad para obtener información personal de la entonces ex pareja del presidente Lacalle Pou, y por otro en cómo esta información fue compartida por los medios de comunicación.

Periodistas rebeldes

Antes de que los periodistas de El Observador publicaran la noticia en sus cuentas de X, la información sobre los chats mencionados fue divulgada en primera instancia por el programa informativo de la radio M24 y MVD Noticias, el noticiero central del canal de televisión público de la Intendencia de Montevideo, Tv Ciudad. Si bien este último programa tiene su horario pactado de transmisión en vivo, dada la trascendencia pública de estos sucesos, la producción del espacio decidió utilizar también X para difundir más detalles del suceso. Previo a su emisión en vivo, el noticiero realizó varias publicaciones en esta red social, exponiendo capturas de las conversaciones de WhatsApp, enmarcados en lo que pasó a conocerse públicamente como “el caso Astesiano” (MVD, 2022).

Figura 1

Capturas de publicaciones en X del noticiero MVD noticias



(MVD, 2022)

Ante la difusión en los medios públicos municipales, de estas conversaciones entre Astesiano e integrantes de la seguridad, otros medios decidieron también tratar el hecho, entre ellos los periodistas del periódico El Observador.

Desde su rol, los periodistas de este medio escrito redactaron una nota informativa sobre los acontecimientos, con el propósito de divulgarla en la edición del diario del 20 de diciembre de 2022. Sin embargo, la directiva del periódico no permitió su publicación. Ante esta negativa, un grupo de periodistas decidió utilizar sus cuentas personales de X para difundirla de todas formas, sin nombrar al periódico. En forma conjunta, orquestada, en simultáneo, y con textos idénticos en forma y contenido, desde sus cuentas particulares de la red social, los trabajadores de El Observador difundieron la noticia. Los tuits cuentan con dos imágenes que corresponden al cuerpo de la nota y están precedidos por el mismo copy: “Astesiano pidió información personal sobre Lorena Ponce de León a Jorge Berriel, tres del Ministerio del Interior. Lo pueden leer acá” (Chans, 2022).

Este desplazamiento enunciativo, en el que los periodistas se desplazan del periodico y usan sus cuentas personales de X como medio, generó un antes y un después en las prácticas de circulación de noticias en los medios uruguayos. En primer lugar, los trabajadores, colocaron su deber de informar por sobre cualquier restricción del medio y para llevar a cabo este propósito, usaron una red social digital, que les permitió concluir su labor profesional. Esta acción sincrónica puso en el debate público varios ejes de discusión: el rol mediador de los medios de comunicación, el papel de los periodistas, la libertad de expresión y prensa, el deber de informar y un cuestionamiento sobre como se define que información de interés público y que pertenece al ámbito privado de las personas.

El qué y el cómo del análisis

Para el análisis de este trabajo, la muestra la componen las publicaciones de los periodistas de El Observador en sus cuentas de X. Se tomó como punto de inicio temporal, la publicación del subdirector en jefe del medio, desde su cuenta personal, el 20 de diciembre de 2022. Este tuit que difundió el texto “Astesiano pidió información personal sobre Lorena Ponce de León a Jorge Berriel, tres del Ministerio del Interior. Lo pueden leer acá”: y dos imágenes que mostraban el texto original de la nota periodística no publicada, fueron compartidas durante la misma noche por otros redactores y redactoras del periodico.

El análisis de la muestra se realizará desde las bases teóricas y metodológicas propuestas por los estudios críticos del discurso de redes sociales (Khosravinick et al., 2016); la categorización de lugares de enunciación en el ecosistema digital (Gambetta, 2021a; Müller, 2020) y los estudios sobre géneros discursivos (Bajtín, 2002) y la noticia como discurso (Van Dijk, 1990; Fontcuberta, 1993; Aruguete, 2015).

En adhesión, para contextualizar la interacción de estos tuits con otros lugares de enunciación, se tomaron en cuenta publicaciones de usuarios de otros medios escritos o audiovisuales en torno al tema. Así como, la información compartida o difundida por enunciadores independientes, principalmente periodistas de otros medios, que utilizaron su cuenta personal de X como espacio para transmitir información relevante sobre los hechos, o que expresaron su opinión sobre el caso de censura de El Observador a sus trabajadores. A su vez, X se destaca por ser un entorno digital efímero, lo que genera en

ocasiones que las noticias o controversias tengan mucha efervescencia y notoriedad pública por un corto plazo. Por lo que, la repercusión sobre esta noticia y la prohibición de publicarla, se dio principalmente durante esa noche y hasta un máximo de 48 horas después.

Periodistas a la noticia: análisis del caso

El presente trabajo propone analizar la publicación de los periodistas uruguayos a partir de tres miradas: la primera orientada hacia la noticiabilidad, la segunda hacia las características del texto vehiculizado por el grupo de profesionales de la comunicación, y la tercera dirigida a la identificación del lugar de enunciación del que se divulga la información.

Tres noticias al “precio” de una

El 20 de diciembre de 2022, momento en el que los periodistas del diario El Observador publicaron estos hechos en sus cuentas personales de X, se produce, sincrónicamente, la difusión de tres noticias: 1) el uso de recursos públicos, por parte del ex jefe de seguridad presidencial, para obtener información personal sobre la (ex)esposa del presidente; 2) la censura de un diario en relación a la publicación de una noticia; 3) la rebeldía de los periodistas contra la censura. La primera de ellas, la originaria, fue la información que publicaron los periodistas del diario El Observador. Las otras dos nacen, simbióticamente, junto a ella.

La primera noticia, como fue mencionado, difundió que el ex jefe de seguridad del presidente uruguayo había solicitado a autoridades del Ministerio del Interior información sobre un viaje personal de la esposa del presidente, entonces separada del mandatario. Estos datos emergieron de los chats del WhatsApp del jefe de seguridad filtrados del expediente judicial en el que estaban reunidas pruebas para condenarlo por varios delitos.

La segunda, que emerge junto a la primera, fue que el medio de prensa El Observador censuró la difusión de la información anterior. Si bien nadie informó explícitamente sobre este hecho, la propia decisión del grupo de periodistas de publicar la noticia en sus redes “a cualquier costo”, luego de que la dirección del medio la prohibiera, acabó configurando otra novedad informativa. Por lo que la tercera configura dicha “desobediencia” de los trabajadores sobre las órdenes de la dirección, al recurrir a sus cuentas personales de X como espacio.

Por lo que, aquel lector que accedió a la información a partir de esta acción, pudo enterarse de los tres acontecimientos al mismo tiempo. Esta afirmación de que se vehiculizaron tres noticias en simultáneo, no está referida a tres textos del género periodístico noticia, sino a la propia noticiabilidad: la presentación de un evento hasta entonces desconocido por los lectores, y el impacto en el debate público que generaron.

La repercusión de estos hechos, generó amplios debates en torno a los ejes de discusión antes mencionados, fundamentalmente en redes sociales, reflejados en la interacción entre diversos lugares de enunciación, relacionados fundamentalmente, a la libertad de expresión, al deber de informar, a la mediación de los medios y a los límites noticiosos sobre lo que es público y lo que es de la esfera privada. Todo esto en adhesión al propio debate que generó en redes sociales la exposición de cómo un funcionario de la Presidencia, había hecho uso indebido de recursos públicos y aprovechado de su grado de influencia, para obtener información de carácter privada. El artículo periodístico original censurado, se publicó en dos imágenes adjuntas, acompañadas del cuerpo del tuit como contexto de los hechos (Chans, 2022). Algunos trabajadores del medio lo hicieron por su cuenta siguiendo el mismo formato de la publicación original del periodista y subdirector en jefe del diario, Martín Natalevich (figura 2), y otros *retwittearon* este contenido.

Figura 2

Ejemplo de Tweet compartido en simultáneo por los periodistas

Martín Natalevich @mnatalevich

Astesiano pidió información personal sobre Lorena Ponce de León a Jorge Berriel, tres del Ministerio del Interior. Lo pueden leer acá:

Personas relevantes

- Martín Natalevich @mnatalevich Seguir
- Periodista. Subdirector jefe @ObservadorUr.
- Docente @UCUOficial @UCUcomunicacion.
- Coautor de "Luis Almagro no pide perdón". Alumni @warstudies @IDC_Herzliya

Tendencias para ti

- Tendencias
- Loly 5.772 Tweets
- Política - Tendencia
- COVID-19 119 mil Tweets
- Tendencia en Uruguay
- Loli 11,9 mil Tweets
- Tendencia en Uruguay

8:05 p. m. · 20 dic. 2022

610 Retweets 96 Tweets citados 1.731 Me gusta

(Natalevich, 2022)

Este primer paso del análisis de la publicación es importante porque atiende a la lógica de los medios sociales. Si la noticia originaria hubiera sido publicada en el medio para el que fue escrita, las otras dos informaciones que nacieron con ella no hubieran acontecido. Esto quiere decir, que si el artículo no hubiera sido censurado por la dirección del medio, la única información difundida hubiera sido que el ex jefe de seguridad del presidente uruguayo había solicitado información al Ministerio del Interior sobre un viaje de la primera dama, por lo tanto, no estaríamos ante una triple noticia. La lógica de los medios sociales, que permite este dislocamiento hacia otras arenas discursivas como son las redes sociales, pero al mismo tiempo hacia otros lugares de enunciación que no son los previstos originalmente, hicieron posible que saliera a la luz y cobrara mayor trascendencia pública la censura que la propia noticia, y principalmente la elección de los periodistas de no acatar dicha prohibición y migrar a otros espacios para poder cumplir con su “misión” de informar a la opinión pública de hechos que consideran relevantes.

En todos los casos, aquellos que publicaron el artículo desde sus cuentas personales de X, lo hicieron con el mismo contenido del tuit, mediante un texto a modo de titular de noticia (figura 2), que señala un “lo pueden leer acá” en referencia a la imagen y no a un link como es usual. De igual forma que si bien su afiliación al medio se puede identificar en la mayoría de los casos en su biografía de la red social, como caracterización como usuarios, en el ningún punto de la publicación ni de las imágenes que comprenden el artículo original, se referencia al medio de prensa. Este se puede deducir gracias al conocimiento del contexto, los individuos y su posterior repercusión.

Noticia fuera de lugar

La información compartida en X, comprende el artículo redactado para ser publicado como tal. El texto sigue las pautas periodísticas exigidas al género periodístico informativo al que se le da el nombre de noticia (también se le conoce como artículo periodístico). Esto es, en forma simplificada: un titular con aquello a destacar del hecho; una bajada con información adicional, los datos relevantes y más actualizados sobre el caso en el primer párrafo, información de contexto hacia el final del cuerpo del

texto, fuentes fidedignas – los chats en este caso – y una forma de redacción propia del periodismo informativo que incluye el poco uso de adjetivos, adverbios, apreciaciones subjetivas, entre otros (Fontcuberta, 1993).

Desde la perspectiva del análisis crítico del discurso (ACD) como punto de encuentro de metodologías y teorías centradas en los problemas sociales desde el análisis del papel de los discursos en la producción y reproducción de estrategias y roles de poder (Van Dijk, 2003), un primer acercamiento a las estructuras discursivas permite identificar aquellos elementos que acompañan la estructura lingüística, tales como la cognición social, creencias, valoraciones, emociones o estructuras sociales, y que configuran así el tema central del discurso.

Distinguir este “asunto de que trata” el discurso, posibilita observar sus “macroestructuras semánticas”, que incluyen la información más importante de un discurso, explican la coherencia general de los textos, reflejan aquellas estructuras societales y políticas que definen de forma diversa los grupos, sus relaciones o procesos sociales. Estos significados globales, pueden destacarse en las estructuras lingüísticas tales como títulos, titulares, resúmenes, extractos y oraciones o conclusiones temáticas, que permiten tanto asignar los temas, destacar significados, así como controlar la comprensión e influir en la formación de los llamados “modelos mentales” del acontecimiento que aborda el discurso (Van Dijk, 2003, p. 152).

Una de las características principales de los artículos periodísticos que los constituyen como “noticia”, es el integrar en su título y bajada, aquella información clave para entender de qué trata el texto, lo noticioso, lo central del problema. En este caso, vemos ya desde el título “A pedido de Astesiano, jerarca policial le dio información sobre viaje personal de Lorena Ponce de León”, acompañado de una bajada que agrega información relevante para el contexto: “El exjefe de la custodia presidencial recibió información sobre un vuelo de la ex pareja del presidente”. Extraemos entonces que el tema central de la noticia es la solicitud de información sobre un tema personal, que el presidente y la involucrada ya no están en pareja, que Astesiano ha sido cesado de su cargo, y que bajo este hizo uso indebido de instrumentos de seguridad policial y políticos para obtener dicha información. Sin embargo, como es propio de este

género de comunicación, la objetividad tiende a prevalecer en su construcción. El “uso indebido” puede surgir de una lectura detenida, del conocimiento del contexto y de la opinión subjetiva de quien se acerca a la información.

Los periodistas, no explican por qué están publicando una noticia en sus cuentas personales, sin embargo, a pesar de la objetividad en el titular, cuando expresan “Lo pueden leer acá” están estableciendo un contacto directo con los seguidores/lectores y afirmando que en ese espacio (y no en otro) es posible acceder a esa información. El grupo de periodistas no menciona en ningún momento ni del titular, ni de la invitación a la lectura, ni en el cuerpo de la propia noticia, que esa información debió haber salido en el medio de prensa. Aunque la entrada “Lo pueden leer acá” no menciona dónde no lo pueden leer, la articulación de una publicación que se realiza al mismo tiempo, por un equipo de periodistas del mismo diario, con el mismo titular y la misma entrada, da a entender una postura colectiva disruptiva, que crea un espacio alternativo al que suelen utilizar en el medio en el que se desempeñan como periodistas. La difusión de una noticia que incorpora los elementos esperables para un texto enmarcado en el género informativo periodístico “noticia” (Fontcuberta, 1993; Fontcuberta & Borrat, 2006), también divulgado como artículo informativo/periodístico.

De esta forma se puede constatar que el contenido divulgado corresponde a un texto periodístico informativo, con las características inherentes en que habitualmente es publicado en un medio de prensa escrita tradicional. Los periodistas no se expresaron con contenidos de índole personal, ni tampoco desde formas lingüísticas que incluyen expresiones con una subjetividad marcada, por el contrario, se siguió la forma que hubieran adoptado en el propio medio en el que trabajan, manteniendo así su rol enunciador esperado, solo que trasladando el texto a otro entorno, aunque con cierto aprovechamiento de la legitimidad propia de su vínculo con el medio periodístico.

Enunciador no identificado

De acuerdo a la clasificación de enunciadores que se maneja en este estudio (Gambetta, 2021a; Gambetta & Huertas, 2022; Müller, 2020), si bien el medio tradicional es el diario El Observador, los periodistas que escriben la publicación en X lo hicieron desde

sus cuentas personales, no como integrantes del mismo. Su rol enunciativo hubiera sido distinto, si en lugar de publicar la noticia en una hoja en blanco, sin referencia al diario, lo hubieran hecho compartiendo la noticia publicada por el propio periódico, tal como se pretendía. En ese caso, la enunciación, a pesar de ser desde una cuenta personal, hubiera sido como parte activa (equipo de periodistas) de un enunciador legitimado (medio de comunicación). Por lo tanto, ya que el lugar de enunciación desde el que parte la(s) noticia(s) no corresponde al medio de comunicación tradicional, sino de un conjunto de cuentas personales, no estamos ante el enunciador legitimado.

Por esto, este lugar de enunciación podría identificarse con la categoría de enunciador independiente (Gambetta, 2021a). Es decir periodistas que por su trayectoria, por su número de seguidores, o gracias a un perfil con voz propia más allá de la organización a la que pertenece, han desarrollado a lo largo de los años desde sus cuentas personales en X un status de enunciación propio, caracterizado por una marca de subjetividad más libre, en el que comparten no sólo información sino también su opinión y posicionamientos sobre diversos temas de la agenda pública. Sin embargo, este tampoco es un lugar de expresión al que corresponden este grupo de periodistas. Esto se debe principalmente a que no son individuos que tengan, de acuerdo a la lógica de los medios sociales, una performance destacada en sus redes sociales fuera del ámbito de los medios a los que pertenecen, ya que no cuentan con un número de seguidores lo suficientemente significativo como para representar un espacio de expresión importante en la lógica de estos medios digitales y tampoco producen contenidos a la escala que exigen las redes para consolidar ciertos lugares de enunciación. Por otro lado, porque al expresarse sobre este caso particular, lo hicieron desde la lógica de transmisión de información de los medios tradicionales; respetando la forma y estilo de un texto periodístico. Hubo por tanto, un cuidado explícito en respetar la previsibilidad del género discursivo en el que se estaban expresando (Bajtín, 2002). Si se consideran los niveles de carga valorativa que se espera en un texto periodístico, de carga nula o baja, dicho requisito también se cumplió en esta publicación.

Tampoco es posible identificar a estos periodistas “rebeldes” como enunciadores comunes, porque esta categoría de

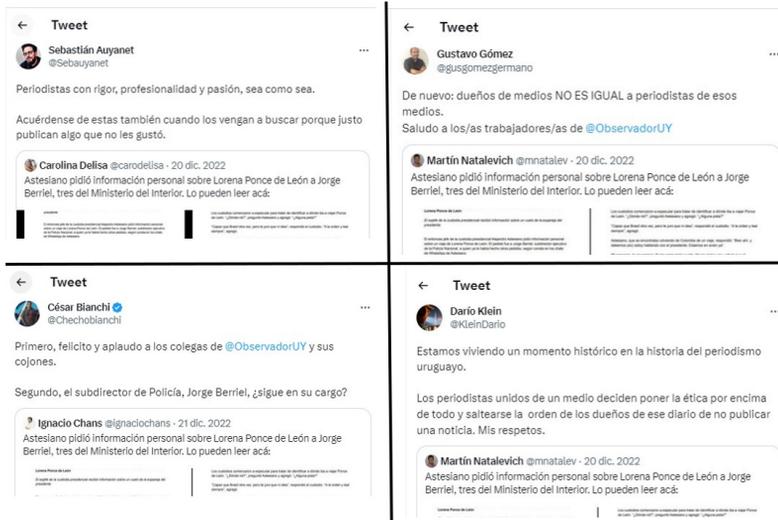
enunciación corresponde a ciudadanos que se expresan como tales desde sus cuentas personales, usando una alta carga valorativa en sus publicaciones, ya sea a través de publicaciones propias o de comentarios. Si bien los trabajadores de El Observador se expresaron desde sus cuentas particulares, como se mencionó, lo hicieron con la rigurosidad periodística característica de la enunciación legitimada, con foco en la noticia, cumpliendo con los requisitos de redacción de su género, y difundida para darle conocimiento público.

La particularidad de esta publicación conjunta y coordinada, inmediatamente, propio de la esencia de una red social como X, obtuvo numerosas repercusiones. Sin embargo, el foco de debate no estuvo puesto tanto sobre la información originaria, que ya había sido compartida por otros medios desde diversos abordajes, sino por lo que se generó a raíz de esta publicación, como nuevas noticias: la censura y la rebeldía. Dos de los tipos de enunciadores antes mencionados – Independiente y común – tuvieron un papel destacado en la interacción/reacción que se generó a partir del tuit.

Es decir que, si bien el grupo de periodistas de El Observador no se expresó desde los lugares de enunciación categorizados como legitimado, independiente o común, hubo otros actores sociales que participaron de la interacción que se generó en las redes, que sí contribuyeron desde estos espacios de expresión. Tanto periodistas de otros medios desde su rol de enunciador independiente, como los usuarios particulares de X desde su voz de enunciador común, hicieron eco de las publicaciones con su opinión sobre el rol activo que tomaron estos periodistas. El foco de las críticas o comentarios giró en torno al papel mediatizador de los profesionales de la comunicación, y a temas más transversales como la censura y la libertad de prensa.

Figura 3

Repercusión en X ante el hecho, por parte de Enunciadores Independientes



X. Múltiples usuarios

Figura 4

Repercusión en X ante el hecho, por parte de Enunciadores Comunes



X. Múltiples usuarios

Estas formas de accionar, permiten concluir que los periodistas que difundieron una noticia en X el pasado 20 de diciembre de 2022, lo hicieron a partir de un lugar de enunciación disruptivo, e impredecible. Si bien, reúne ciertas características de los otros enunciadores señalados, no se configura como ninguno de ellos. Un comportamiento discursivo, que configuró así un hito para las habituales prácticas del medio periodístico uruguayo, valor que fue atribuido por otros periodistas pertenecientes a otros medios y reconocido por la ciudadanía, que son en última instancia su público objetivo. La publicación configuró un lugar de enunciación inédito en el periodismo uruguayo, que resulta de la hibridez entre las categorías presentadas y al mismo tiempo, no es ninguna de ellas. Un lugar de enunciación que podríamos nominar híbrido disruptivo, con la intención de permitir que en esta categoría puedan emerger enunciaciones que reúnan o mezclen características de las otras ya existentes, pero que a su vez provocan un quiebre en los límites que definen a cada una. Estamos así ante un “espacio” que contempla este dinámico desdibujamiento enunciativo que se materializa, en este caso, en la plataforma X.

3 Reflexiones finales

Las prestaciones de los medios sociales digitales, que se han ido consolidando y expandiendo desde la web 2.0, han posibilitado la multiplicación de lugares de enunciación en el ecosistema mediático contemporáneo, que hoy ya no está integrado sólo por los medios tradicionales de comunicación. Diversos actores sociales han asumido roles protagónicos en estas arenas discursivas, mediante la potestad que les han dado los avances tecnológicos para que se pudieran convertir en creadores y distribuidores de contenidos. Si bien históricamente ha habido lugares de privilegio desde donde se construyen los discursos, eran los medios clásicos los que detentaban el monopolio de la mediatización, lo que claramente ya no ocurre así.

Este trabajo contribuye a evidenciar este desdibujamiento de la enunciación mediática, y permite caracterizar otros lugares de enunciación que coexisten con los medios tradicionales en las arenas discursivas del ambiente digital. Sin embargo, el paso más contundente apunta a demostrar que si bien la categorización de

lugares de enunciación puede ser una herramienta útil a la hora de comprender la interacción mediático/discursiva contemporánea, más importante aún es observar que la delimitación de lugares de enunciación está en permanente inestabilidad y dinamismo. Lugares de expresión insospechados pueden emerger en la “onlineidad”, sea porque los intereses de consumo de contenido cambian constantemente (claramente (des)orientados por los algoritmos), o por las fronteras entre categorías de enunciadorees previamente establecidas pueden verse reconfiguradas.

El estudio del caso de los periodistas de El Observador ha conducido a evidenciar que estos profesionales no se expresaron ni como enunciadorees legitimados, es decir como parte del medio, ni como enunciadorees comunes, ni tampoco como enunciadorees independientes. Sino que lo hicieron en cambio, a partir de un lugar que representa un poco de cada uno de los anteriores, y a la vez ninguno. Un lugar de enunciación que si bien responde a la suma de cuentas individuales, tuvo una expresión colectiva, ya que la publicación no apenas replicó forma y contenido, sino que fue vehiculizada en X al mismo tiempo por todos los integrantes del diario que decidieron adherirse. Es decir, que el desdibujamiento de las fronteras enunciativas también están enmarcadas por otras permeabilidades como lo es en este caso lo individual y lo colectivo. Este desdibujamiento enunciativo, culmina con un rediseño en la categorización, para dar lugar a estos movimientos impredecibles que permite el ecosistema digital, creando un espacio al que denominamos, por las características expuestas, enunciador híbrido disruptivo.

Por otro lado, este trabajo permite visualizar de qué manera las herramientas propias de X como retuitear – como forma de compartir –, brinda la posibilidad de replicar y ampliar la difusión de contenidos generados en cuentas de lugares de enunciación más delimitados. Esto, potenciado con que periodistas que sí se han configurado como enunciadorees independientes, legitimaran la acción de los colegas, no apenas retuiteando la noticia no publicada, sino expresando su solidaridad o su acuerdo con la publicación “rebelde”; ayudó a poner el hecho en la órbita pública. Una repercusión, que evidenció como ciertas lógicas de los medios sociales han puesto en jaque lógicas mediáticas clásicas, y al mismo tiempo, generan nuevas discusiones en torno a cómo se establece la agenda mediática, y que rol de mediador público tienen hoy los medios tradicionales.

NOTAS

- 1 Esta y todas las traducciones al español de este trabajo fueron realizadas por las autoras con ayuda de herramientas digitales de traducción en caso de dudas.
- 2 Fue tomado como referencia uno de los Tweets publicados por los diferentes periodistas, de forma aleatoria.
- 3 La intendencia de Montevideo, actualmente, está gobernada por la Ing. Carolina Cosse, una de las principales dirigentes del partido de oposición al gobierno nacional, el Frente Amplio. Si bien los medios de la intendencia son considerados como medios públicos, ya que son administrados por recursos municipales.

REFERENCIAS

- Aparici, R, & García Martín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Revista Científica de Educomunicación, Comunicar*, 26(55), 71–79. DOI: 10.3916/C55-2018-07
- Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama De La Comunicación*, 15, 67–80. DOI: 10.35305/lt.v15i0.52
- Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Biblos.
- Bajtín, M. (2002). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI.
- Benveniste, É. (1971). *Problemas de lingüística general I* (25ª ed.). Siglo XXI.
- Buckingham, D. (2005) *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Paidós.
- Chans, I. [@ignaciochans]. (2022, 21 de diciembre). *Astesiano pidió información personal sobre Lorena Ponce de León a Jorge Berriel, tres del Ministerio del Interior. Lo pueden leer acá*: [Tweet]. Recuperado de <https://twitter.com/ignaciochans/status/1605422521872007169>
- Ducrot, O. (2001). *El decir y lo dicho*. Edicial.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Fairclough, N. (2003). El análisis crítico del discurso como método

para la investigación en ciencias sociales. In R. Wodak & M. Meyer (Orgs.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 179-201). Gedisa.

Fairclough, N., & Fairclough, I. (2012). *Political discourse analysis*. Routledge.

Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós.

Fontcuberta, M., & Borrat, M. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. La Crujía.

Gambetta, L. (2021a). "Vem pra rua". *Uma análise crítica do discurso das redes de um "movimento social"*. Paco Editorial.

Gambetta, L. (2021b). El (des) equilibrio discursivo en la red: una propuesta de categorización de enunciadores. *Actas del IV Congreso Internacional sobre Movimientos Sociales y TICs*. Universidad de Sevilla.

Gambetta, L., & Huertas, A. (2022). El enunciador común en las redes sociales: La eutanasia en debate. *Comunicación Midiática*, 17(2), 139-156. Recuperado de www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/540

Kerbrat-Orecchioni, C. (1980). *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*. Hachette.

KhosraviNik, M., Wodak, R. M., & Unger, J. (2016). Critical Discourse Studies and Social Media Data. In D. Silverman (Org.), *Qualitative Research* (4ª edición) (pp. 277-293). Sage.

KhosraviNik, M. (2017). Social media critical discourse studies (SM-CDS). In J. Flowerdew, & J. Richardson (Orgs.), *Handbook of Critical Discourse Analysis* (pp. 582-596). Routledge.

KhosraviniK, M., & Esposito, E. (2018). Online Hate, Digital Discourse and Critique: Exploring Digitally-Mediated Discursive Practices of Gender-Based Hostility. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14, 45-68. DOI: 10.1515/lpp-2018-0003

La Diaria. (2021, 7 de septiembre). *Jefe de la custodia presidencial tiene más de veinte indagatorias policiales por múltiples delitos*. Recuperado de <https://ladiaria.com.uy/articulo/2021/9/jefe-de-la-custodia-presidencial-tiene-mas-de-veinte-indagatorias-policiales-por-multiples-delitos/>

La Diaria. (2022a, 26 de septiembre). *Fue detenido el jefe de custodia de Lacalle Pou por falsificar documentación para la expedición de pasaportes a ciudadanos rusos*. Recuperado de <https://ladiaria.com.uy/justicia/articulo/2022/9/fue-detenido-el-jefe-de-custodia-de-lacalle-pou-por-falsificar-documentacion-para-la-expedicion-de>

pasaportes-a-ciudadanos-rusos/

La Diaria. (2022b, 16 de noviembre). *“Jefe, soy el Fibra. Feliz cumpleaños”: el mensaje de Astesiano a Lacalle Herrera que aparece en la causa judicial por los pasaportes falsos*. Recuperado de <https://ladiaria.com.uy/justicia/articulo/2022/11/jefe-soy-el-fibra-feliz-cumpleaños-el-mensaje-de-astesiano-a-lacalle-herrera-que-aparece-en-la-causa-judicial-por-los-pasaportes-falsos/>

Martínez-Fresneda Osorio, H., & Sánchez Rodríguez, G. (2022). La influencia de Twitter en la agenda setting de los medios de comunicación. *Revista De Ciencias De La Comunicación E Información*, 27, 1–21. DOI: 10.35742/rcci.2022.27.e136

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma.

MVD noticias [@MVDNoticias]. (2022, 20 de diciembre). *#MVDNoticias A través de chat al que accedió #MVDNoticias, en julio el ex custodio presidencial, Alejandro Astesiano, le pidió al [tweet]*. Recuperado de <https://twitter.com/MVDNoticias/status/1605325090765283330>

Müller, P. (2020). Critical Discourse Studies und Social Media-Diskurse: Theoretische und methodische Herausforderungen sowie mögliche Lösungsansätze. *Critical Discourse Studies und Social Media-Diskurse* 1, 19-40. Retrieved from <https://d-nb.info/1274641454/34#page=20>

Natalevich, M. [@mnatalev]. (2022, 21 de diciembre). *Astesiano pidió información personal sobre Lorena Ponce de León a Jorge Berriel, tres del Ministerio del Interior. Lo pueden leer acá: [tweet]*. Recuperado de <https://twitter.com/mnatalev/status/1605338565957025792>

Pazos González, J. (2020). *Medios de comunicación: ¿al servicio de quién?* Icaria.

Rublescki, A. (2011). Metamorfoses jornalísticas: leitores e fontes como instâncias co-produtoras de conteúdos no jornalismo líquido. *Estudos em Comunicação*, 10, 319-335. Recuperado de <http://googl/IGdulV>

Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P., & Welpel, I. (2010). Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 4(1), 178-185. DOI: 10.1609/icwsm.v4i1.14009

Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós.

Van Dijk, T. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del

discurso: un alegato a favor de la diversidad. In R. Wodak & M. Meyer (Orgs.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 143-177). Gedisa.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.

Wodak, R. 1989. *Language, power, and ideology: Studies in political discourse*. John Benjamins.

Wodak R., Meyer, M. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Gedisa.

Zappavigna, M. (2012). *The discourse of Twitter and social media*. Continuum.

LETICIA GAMBETTA ABELLA. Doctora en Estudios del Lenguaje por la Universidad Federal de Rio Grande do Norte (Brasil) y Profesora Adjunta en la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República (Uruguay). Sus investigaciones se centran en el análisis crítico del discurso en medios y redes sociales, con énfasis en la circulación de sentidos en contextos contemporáneos. Actualmente coordina el Grupo de Estudios Críticos del Discurso de Medios (Gedimed). Colaboración en este artículo: el desarrollo del marco teórico y el proceso de categorización, el diseño y aplicación del enfoque metodológico, la redacción, revisión y edición del documento, así como la preparación y presentación del trabajo publicado. Email: leticia.gambetta@fic.edu.uy

AGUSTINA HUERTAS. Magister en Estudios del Discurso por la Universitat Pompeu Fabra (España). Investigadora activa en la Universidad de la República (Uruguay) en proyectos de investigación y desarrollo sobre comunicación y nuevas tecnologías, política, religión, agenda de derechos humanos y perspectiva de género. Miembro

del Grupo de Estudios Críticos del Discurso de Medios (Gedimed). Colaboración en este artículo: consolidar la categorización propuesta mientras se participa activamente en la investigación, así como diseñar y aplicar el enfoque metodológico. Además, abarcó la redacción, revisión y edición del documento, junto con la visualización y presentación de datos para el trabajo publicado. Email: agustinahuertasr@gmail.com