



El caso post-mediático. Circulación de la información sobre la muerte del fiscal Nisman

Damián Fernández Pedemonte

Question/Cuestión, Nro.70, Vol.3, diciembre 2021

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e629>

### **El caso post-mediático**

#### **Circulación de la información sobre la muerte del fiscal Nisman**

#### **The post-media case.**

#### **Circulation of information about the death of prosecutor Nisman**

**Damián Fernández Pedemonte**

Universidad Austral. CONICET

Argentina

[dfernandez@austral.edu.ar](mailto:dfernandez@austral.edu.ar)

### **Resumen**

El 18 de enero de 2015, apareció muerto el fiscal Nisman, quien había presentado una grave denuncia contra la presidenta de la Argentina, Cristina Kirchner. Siguiendo el método del estudio de caso, el análisis comparativo entre el caso Nisman, que se desarrolla en un entorno digital, y la estructura del caso mediático conmocionante, previamente estudiada, y propia de la etapa de los medios masivos, revela una transformación en la intervención de los medios en la semiosis de la política. Se verifica una continuidad en la presencia de los casos conmocionantes y de su capacidad de hacer emerger un conflicto estructural latente, así como de las rutinas de las narrativas mediáticas. Se modifica, en cambio, la dirección de la influencia

de los casos sobre el escenario político en el que estalla. La información no circula necesariamente por los medios masivos ni tiene en ellos su origen. En Twitter los encuadres se polarizan y una de las posiciones se contraponen a la predominante en los medios. Esta diferencia de las condiciones de circulación de la información en las plataformas, permite hablar de un caso post-mediático y estudiar a través de él la evolución de la mediatización de lo público.

**Palabras claves:** Caso mediático; mediatización; circulación de la información; semiosis.

#### **Abstract**

On January 18, 2015, prosecutor Nisman, who had filed a serious complaint against the president of Argentina, Cristina Kirchner, appeared dead. Following the Case Study Method, the comparative analysis of Nisman case, which takes place in a digital environment, with the structure of the previously studied shocking media case, and typical of the mass media stage, reveals a transformation in the intervention of the media in the semiosis of politics. A continuity is verified in the presence of shocking cases and their capacity to make a latent structural conflict emerge, as well as in the routines of media narratives. On the other hand, the direction of the influence of the cases on the political scenario in which they break out is modified. Information does not necessarily circulate through or originate in the media. On Twitter, the frames are polarized and one of the positions is opposed to the predominant one in the media. This difference in the conditions of circulation of information on the platforms allows us to speak of a post-media case and to study through it the evolution of the mediatization of the public.

**Keywords:** Media case; mediatization; circulation of information; semiosis.

#### **Introducción: el caso mediático y la mediatización**

El 18 de enero de 2015 el fiscal Alberto Nisman de Argentina apareció muerto en su departamento. Al día siguiente iba a presentar en el Congreso una grave denuncia contra la presidenta. Noticias como ésta destacan por su duración en la agenda y por el nivel de debate que alcanzan. Además, los medios intervienen con sus discursos en el decurso de los acontecimientos.

Se trata de casos que responden a los criterios de noticiabilidad y se ajustan a las secciones temáticas de los medios, pero implican, en varios sentidos, rupturas de las rutinas. De las rutinas de cada medio, que debe arbitrar procedimientos extraordinarios para cubrir estos episodios, y de las rutinas de las audiencias, que toman contacto con mayor frecuencia con estas noticias excepcionales que con las habituales. Esto provoca un corte en la trama de la experiencia cotidiana que los medios proponen (Silverstone, 2004). El caso, por su densidad informativa, quiebra la "rutinización de la novedad" del periodismo (Martini, 2000).

Los medios aúnan una incapacidad predictiva de los acontecimientos, por su tendencia a contar todo como coyuntural, suprimir las transformaciones graduales y no visibilizar los conflictos profundos, con una competencia hermenéutica cuando el acontecimiento estalla. Competencia que les permite señalar de inmediato, y mientras los eventos están ocurriendo, su gravedad. Ahora bien, al amplificar tales sucesos pueden intervenir en la precipitación de sus consecuencias.

Se considera 'caso' mediático a la interrupción de una sucesión, a la ruptura de la normalidad, incluyendo la rutina de construcción de actualidad de los propios medios. Los casos contienen un excedente semiótico que la estrategia auto-fundamentada del discurso informativo (Charaudeau 2003) no logra abarcar.

El estudio de sucesivos casos permite una generalización entre casos y la construcción de una teoría sobre su función en la mediatización del espacio público. Con antelación al caso de la muerte del fiscal Alberto Nisman que se aborda en este artículo, fueron analizados los casos del asalto con toma de rehenes del Banco Nación de Villa Ramallo (1999), de los sobornos en el Senado de la Nación (2000), del conflicto entre el gobierno de Cristina Kirchner y el campo (2008) (Fernández Pedemonte, 2010<sup>a</sup>). Solo se toman en consideración los casos que serán citados en este estudio.

Un caso se constituye cuando la representación en los medios de un acontecimiento hace que emerja en el discurso un conflicto estructural latente, tapado hasta el momento por un discurso

público dominante, de los políticos o de los mismos medios, que insiste en un conflicto coyuntural manifiesto de signo contrario (Fernández Pedemonte, 2001a, 2010).

Para Ralph Dahrendorf (1979) conflicto es cualquier relación de elementos que pueda caracterizarse como una oposición de tipo objetivo -latente-, es decir, que aun siendo conflictiva es dada por supuesta por los actores, o de tipo subjetivo -manifiesto-, es decir, advertida como conflictiva por los actores, en relación con una situación social existente. Los de carácter coyuntural tienen su fuente en un acontecimiento singular y engendran en el sistema político una tensión, pero pueden resolverse con decisiones políticas adecuadas o por la extinción natural de sus causas. Los de carácter estructural se inscriben en la estructura social como un elemento constitutivo. Se trata de un tipo de contradicción que sólo se podría suprimir modificando el sistema, o cuyas consecuencias se podrían atenuar si la contradicción se institucionaliza.

El caso es un mecanismo de producción de sentido frecuente en los medios de comunicación de la era de los medios tradicionales, caracterizada por la centralidad del *broadcasting*, la concentración de la enunciación mediática y la audiencia masiva. La pregunta que se formula este artículo es si en el nuevo entorno digital ha cambiado la estructura y el impacto social del *caso mediático conmocionante*.

Responder a esta pregunta comporta realizar previamente dos recorridos conceptuales. Uno vinculado con la estructura del caso mediático conmocionante y otro relativo a la caracterización del sistema de medios en la actual etapa de la transformación digital. Luego de establecer los supuestos teóricos, se procederá a analizar el caso de estudio, difundido en el contexto de la digitalización de los medios, y a comparar su estructura con la estructura de los casos estudiados con antelación, en el contexto de los medios masivos.

La investigación sobre casos mediáticos tiene como antecedentes las tradiciones de estudios sobre acontecimientos mediáticos (Dayan & Katz, 1992), sobre todo lo concerniente a noticias únicas disruptivas; sobre escándalos mediáticos (Thompson, 2000); y, más en general, sobre los efectos de las noticias policiales de gran impacto (Gerbner, 1996). En este artículo esas

tradiciones se cruzan con la línea de investigación sobre mediatización dentro de la semiótica de medios, para comprender si el pasaje del escenario de un sistema de medios masivo a otro de medios digitales ha transformado la función de los casos.

En una conversación teórica que reúne la semiótica con la mediología, Carlos Scolari (2015), acude a la metáfora biológica para distinguir la evolución de los medios en el eje diacrónico, con el ecosistema de medios, en el eje sincrónico (Scolari, 2010). Esto es así porque los medios no desaparecen ni comienzan de cero, si no que evolucionan de acuerdo con sus leyes (McLuhan, 1992; Scolari, 2018) y lo hacen en constelación, como sistema interrelacionado de tecnologías y protocolos culturales asociados (Gitelman, 2006).

El enfoque de la mediatización concierne a la relación que el sistema de medios tiene con los demás sistemas sociales en cada etapa de su historia. Las diversas prácticas culturales, como la política, la cultura, la educación, cambian frente a los medios (Verón 1994, 2001), por el hecho de que hay medios en el medio. De manera que la mediatización expresa los procesos de socialización que los medios producen (Escudero, 2018) y, más en general, su intervención en la construcción de la realidad social. En este artículo nos interesa un concepto de mediatización que intente capturar la naturaleza de la relación entre los cambios históricos de los medios de comunicación y otros procesos de transformación social (Hepp, 2012).

En la actual etapa conviven medios convencionales con medios nativos de Internet en un sistema híbrido de medios (Chadwick & Stanyer, 2011; Chadwick, 2017), que resulta de las interacciones entre viejos y nuevos medios, y sus tecnologías, géneros, normas, comportamientos y organizaciones asociadas. Tanto unos como otros «corren» en plataformas, dentro de un capitalismo de las plataformas. Las plataformas son infraestructuras, predominantemente digitales, que permiten que dos o más grupos interactúen. Son intermediarias entre diferentes usuarios, comprenden una serie de herramientas que les permiten a estos construir sus propios productos, servicios o espacios de transacción, y poseen una infraestructura para detectar, grabar y analizar datos (Srnicek, 2018).

Los medios digitales operan dentro de plataformas, como *Google*, *Facebook- Instagram* o *YouTube*, y son ellos mismos plataformas. En este segundo sentido Scolari habla de plataforma de mediatización como un complejo sistema multimodal de intercambios discursivos donde conviven todos los códigos hasta ahora conocidos y cuyo influjo alcanza, en algún sentido, a cada aspecto de la vida social (Scolari, 2019). Algunos autores han intentado explicar la materialidad del sentido, la infraestructura de base de estos nuevos medios, a partir de la omnipresencia del *soft* (Manovich, 2013) o de las interfaces (Scolari, 2018).

Aun no compartiendo ya las audiencias un mismo espacio mediático, existen testimonios de cómo los medios informativos promueven cada vez más expresiones afectivas de los públicos en momentos de cambios históricos en los países. Públicos afectivos que se involucran en el debate, cuentan sus propias historias y aún se movilizan en el espacio público (Papacharissi, 2015).

El público ha pasado de ser consumidor a ser transmisor y, comentando y compartiendo, editor de contenidos, y a ser productor de historias originales que se mezclan con las historias producidas por los medios en el mismo flujo de contenidos. Este comportamiento de las audiencias mediáticas, consistente en trasladar contenidos de la industria cultural a la intervención discursiva -en la esfera pública- y física -en el espacio público- (Dayan, 2005) se destaca al caracterizar a las audiencias como público (Fernández Pedemonte, 2010b).

Distinguiéndose de otras manifestaciones en el espacio público de individuos o grupos sociales, como espectadores, multitudes, militantes o testigos (Dayan 2005), el público es una audiencia que se moviliza y comparece en el espacio público. Se caracteriza porque: (1) tiene cierto tipo de sociabilidad, (2) emerge de una práctica de debate interno, (3) cuenta con capacidad de «performance», (4) guarda lealtad a un bien común, (5) puede transformar su consumo mediático en demandas y (6) existe de manera reflexiva (Dayan 2001). El público necesita antes ser audiencia porque: (1) responde a *issues* mediados, (2) necesita de los medios para llegar a otros miembros, (3) las destrezas para convertirse en público se adquieren en los medios (Dayan, 2005).

Además, los formatos informativos nativos de Internet -blogs, agregadores de noticias, canales en *You Tube*, entre otros- suelen ser colaborativos, interactuar con los públicos y conectar materiales de diverso nivel, aunque no siempre aporten información documentada en fuentes confiables (*Pew Project for Excellence in Journalism*, 2010). Este ambiente se ha extremado con la proliferación de *fake news* y con el sesgo que le ha dado a la circulación de la información la intervención de actores automatizados (*bots*, *trolls* y los mismos algoritmos) en los debates en las redes sociales.

Fenómenos como *Wikileaks*, típicos de un sistema híbrido de medios, pusieron de manifiesto, por un lado, el interés que la difusión o la censura de la información tiene para diversas instituciones que acceden a ella y no sólo para los medios, y por otro, que el aspecto cuantitativo de la información, vuelve a ser relevante en la era de Big Data (Assange, 2014), tal como lo preveía el modelo informacional, aunque hoy con la consciencia de que los sistemas de búsqueda, ordenamiento y publicación de datos no son neutrales ya que las plataformas introducen su ideología en su arquitectura (van Dijk, 2018).

### **El método del caso para estudiar los casos mediáticos**

Con el marco teórico precedente, se presentará a continuación el análisis del caso de la circulación de la información sobre la muerte del fiscal Alberto Nisman en la Argentina, abordado desde la estrategia cualitativa del análisis semiótico del discurso (Fernández Pedemonte, 2001b).

Por un lado, la semiótica de los medios evolucionó de la consideración de los códigos a la de las prácticas, y del signo como unidad de análisis, al discurso. Por otro lado, el análisis del discurso absorbe varios modelos y herramientas a la hora de indagar la producción de sentidos en textos constituidos por pluralidad de códigos, sobre todo en los discursos multimodales (Kress, 2010).

El caso Nisman fue estudiado desde la perspectiva del entrecruzamiento entre los discursos informativo y jurídico en la cobertura de medios argentinos (Aniceto, 2017), desde la apelación en los discursos mediáticos al significativo de la dictadura militar argentina para atribuir

significados a las hipótesis enfrentadas sobre la muerte del fiscal (Kevin y Reydó, 2016) y del análisis de las condiciones de producción de sentido de las notas de prensa sobre el caso (Cabezas, 2017). Un análisis comparativo entre la reacción de Twitter frente a la muerte de Nisman y la del activista opositor Nemtsov en Rusia, concluye que la red social cumple distintas funciones según el contexto político de cada país (Filer, 2016). Desde la perspectiva de la ciencia política, el caso ha sido analizado también a partir del impacto sobre las elecciones presidenciales (Bolling & Sdrigotti, 2016) y en la política internacional (Sheinin, 2016), entre otros enfoques.

La construcción de la muestra es intencional, teórica (Glasser & Strauss, 1967), de acuerdo con el método cualitativo de estudio de casos (Yin, 1994). Abarca textos del período de irrupción del caso (desde el 18 de enero de 2015, fecha en que se da a conocer la muerte del fiscal, hasta el 20 de febrero de 2015, día posterior a la marcha pidiendo justicia convocada por la viuda, las hijas del fiscal y un grupo de fiscales nacionales).

Los textos fueron recogidos por su tipicidad, para saturar las categorías de la estructura del caso mediático conmocionante, descrita a partir de los casos precedentes (Fernández Pedemonte, 2010a), y también por su anomalía, para poder comparar esa estructura, propia del contexto de los medios masivos, con la de un caso propio de un contexto de medios híbridos.

Proceden de las siguientes fuentes: cuenta oficial de *Facebook* de la presidenta de la Nación, Cristina Kirchner; una muestra de *tweets* con el *hashtag* #Nisman, publicados dentro de los primeros 40 días; noticias directamente referidas al caso de los diarios digitales *La Nación*, *Clarín*, por ser de referencia, *Infobae*, por ser sitio nativo de Internet y de mayor cantidad de visitantes únicos por mes, y *Página 12*, por ser oficialista en ese momento y aportar otra perspectiva ideológica; noticias del sitio de la agencia oficial de noticias *Telam*; notas del sitio del Ministerio de Justicia *Infojus*; audios de la denuncia de la Nisman emitidos en *Radio Mitre* (Grupo Clarín); segmentos de noticieros televisivos recuperados de los medios digitales analizados.

Hubo una segunda muestra de seguimiento del caso con textos tomados de los mismos medios entre agosto y octubre de 2017 en que la noticia volvió al centro de la escena, durante la campaña para las elecciones de medio término del gobierno de Mauricio Macri, de opuesto signo político al de Cristina Kirchner. Esta reaparición del caso Nisman compitió por la agenda con la cobertura de la desaparición de Santiago Maldonado, activista indigenista, opositor al gobierno, en un intento de neutralizar una noticia negativa para el gobierno con una noticia negativa del gobierno anterior y en ese momento adversario en las elecciones. Complementó la muestra el documental de Netflix: *El Fiscal, la Presidenta y el Espía*, de 2019.

### **El caso Nisman y la estructura del caso conmocionante**

Una primera característica de los casos mediáticos que dramáticamente sacuden la escena pública de la Argentina y de otros países de la región, con una frecuencia que contradice su esencia disruptiva, es el impacto personal. Según los medios, la semana siguiente a la muerte de Alberto Nisman, el 90% de la población sabía de un fiscal antes sólo conocido en los circuitos más familiarizados con la información política. No es sólo que los casos le lleguen a todos, sino que le llegan a cada uno. La agenda mediática se inmiscuye en la biografía y los casos devienen señaladores de la memoria social y personal (Fernández Pedemonte, 2012). Así consiguen algo que otras noticias no consiguen: tender un puente entre los asuntos públicos y el mundo de la vida cotidiana (Livingstone, 2005).

Nisman fue encontrado muerto en su departamento en el elegante barrio porteño de Puerto Madero, la noche del domingo 18 de enero de 2015. Al día siguiente, este fiscal de la Nación debería haber comparecido ante el Senado para explicar el contenido de su denuncia sobre un supuesto arreglo secreto entre el gobierno argentino de Cristina Kirchner y las autoridades de Irán para exonerar a ex-funcionarios iraníes, imputados en la causa de la voladura de la sede de la mutual judía AMIA (18 de julio de 1998), donde murieron 85 personas.

No todas las noticias impactantes devienen casos. Por ejemplo, el asalto con toma de rehenes del banco Nación de Villa Ramallo (1999), fue conmocionante porque acabó con dos delincuentes y dos rehenes muertos, tras ser acibillados por la policía, luego de todo un día con 300 efectivos y cientos de periodistas apostados en el lugar. Días antes, una banda de 15

delincuentes intentó asaltar una empresa de Buenos Aires. Se produjo un tiroteo con la policía en el que murieron seis integrantes de la banda, un rehén y un policía, pero el acontecimiento no se transformó en caso. Es que lo que emergió con Ramallo no fue otro ejemplo de violencia delictiva, si no la reaparición de la violencia de las fuerzas de seguridad, de larga historia en la Argentina, en un contexto electoral en el que los candidatos envalentonaban a la policía para reprimir con violencia el delito.

¿Por qué una denuncia de coimas en el año 2000 generó un escándalo que terminó con la renuncia del vicepresidente, y no, en cambio, las varias denuncias semejantes durante el gobierno anterior de Carlos Menem? Es que el gobierno de Fernando De la Rúa había llegado en 1999 al poder con la consigna de la ética. Se había decidido que una ley oficialista de reforma laboral se debatiera en el Congreso, a pesar de ser mayoritaria la oposición, y su promulgación se había presentado como un triunfo de la gobernabilidad y la transparencia. Es tal el contraste entre el discurso público y el *issue* de la corrupción, que gatilla el caso.

El caso toma por sorpresa a todos los actores relacionados, también a los medios, y produce una drástica renovación de la agenda pública. Los elementos encontrados en todos los casos analizados se repiten en el de Nisman.

*(1) Los mismos medios categorizan el caso como caso.*

Una vez que emerge, lo identifican con un rótulo, crean etiquetas para enlazar todas las noticias referidas a él, publican notas de análisis que destacan su excepcionalidad. La noticia de la muerte de Nisman, dicen los medios, provocó gran consternación pública. Pronto, sobreimpresos y rótulos reúnen bajo el nombre de «caso» el cúmulo de noticias que siguieron a la muerte del fiscal. La televisión le dedicó secciones o ediciones especiales en los noticieros; la prensa gráfica, varias primeras planas enteras y titulares diarios en la portada durante el primer mes; y los medios digitales, secciones de archivo en actualización constante.

*(2) Los periodistas manejan dos tipos de hipótesis: de corto y de largo plazo.*

Los medios reúnen todas las versiones, por las dudas se les escape la que termine siendo cierta, junto a una interpretación implícita sobre el trasfondo del caso. Los primeros momentos

de las coberturas periodísticas abundan en rumores, versiones contradictorias, enunciados condicionales: hipertrofia de hipótesis. Pero luego, en el caso de Nisman, la mayor parte de los medios se encaminaron a mostrar que fue un crimen y que alguna responsabilidad le cupo al Gobierno, por lo menos la de descuidar la seguridad del fiscal. Según las primeras encuestas, el 70% de la audiencia opinó que se trató de un asesinato, aun cuando la investigación de la muerte de parte de la fiscal oficial se inclinase por la hipótesis del suicidio (IPSOS, 2015; Carlos Fara, 2015).

Al inicio de la cobertura mediática las versiones proliferaron. Todos los actores se vieron en la obligación de aportar información día a día, según el ritmo de los medios: la fiscal, los funcionarios y aún la presidenta de la Nación quien en *Facebook* planteó hipótesis, en vez del esperable mensaje de condolencia hacia la familia de la víctima o la adopción de un tono institucional. El texto mismo de la acusación elaborada por Nisman contamina el tono jurídico con el de la investigación periodística. Pronto se publicó, junto con horas de escuchas de llamadas telefónicas, que se adjuntaban como prueba, y dispararon nuevos comentarios e hipótesis.

Complementariamente, los medios se comportaron como agentes judiciales, investigadores o peritos. *Clarín* digital publicó erróneamente que, según el peritaje, el disparo se había detonado a 15 cm de la cabeza de la víctima, para eliminar la noticia poco después. La agencia oficial *Telam* exhibió el pasaje del periodista que primero informó sobre la muerte del fiscal, Damián Patcher, cuando este anunció que huía del país, tras sufrir amenazas. *Infojus*, la página de noticias del Ministerio de Justicia, postuló que Nisman estaba alcoholizado al encontrar la muerte, confundiendo los valores del alcohol en sangre hallados en el peritaje con los del alcohol en el estómago.

*(3) Bajo la agenda coyuntural irrumpe una agenda estructural soterrada.*

En el contexto de noticias rutinarias sobre hechos policiales o políticos, el caso echa luz sobre un conflicto olvidado, pero más agudo, relativo a la estructura de la violencia o de la política. También esta vez, la noticia disparó la discusión sobre temas soterrados: el control de los servicios de inteligencia por parte del Poder Ejecutivo, la relación entre la Justicia y los medios.

La repercusión del caso obligó a un cambio de estrategia discursiva, en período pre-electoral, sobre todo a Cristina Kirchner, quien pasó de una rápida decisión de disolver la ex SIDE y crear un nuevo servicio de inteligencia, a omitir menciones a Nisman en sus discursos y tratar de dar vuelta la página con anuncios de medidas populares, tendientes a recuperar el clima de opinión previo a la muerte del fiscal. Es una carrera contra los medios, que hacen lo posible por mantener el caso en su agenda.

*(4) Se dinamiza la representación social de la institución que queda bajo el foco de los medios.*

Las representaciones sociales con las que generamos sentido sobre instituciones o grupos que sólo conocemos por los discursos públicos, tardan en instalarse en nuestra cognición, pero una vez alojadas allí, resultan difíciles de mover. La alta exposición de la institución protagonista del caso, facilita que su representación cambie, al menos parcialmente. A partir del caso Nisman, hoy sabemos más de la justicia penal (que la querrela puede estar en desacuerdo con la fiscalía, el alcance de los peritajes, etc.) o de los servicios de inteligencia. Se produce un emparejamiento del saber público sobre estas instituciones. Intelectuales y neófitos conversan sobre causas o tramas políticas complejas con iguales chances de acceder a la información, sobre todo por la disponibilidad de Internet.

*(5) Los medios y la opinión pública presionan sobre la institución.*

Como resultado del caso, los medios parecen captar la opinión pública que ejerce presión sobre la institución para que rectifique drásticamente los efectos perniciosos de la crisis. Esto puede considerarse una alianza entre los medios y la opinión pública contra la institución (Wolton, 1995), a la que, en este contexto excepcional, se le pide que tome medidas más allá de su racionalidad.

Se pudo corroborar, en el caso de Nisman, la capacidad de la población para auto-convocarse y organizarse para protestar y poner a circular mensajes. Los que se movilizan son los nuevos públicos, que antes fueron audiencias de los medios y hoy comparecen en el espacio público y reflexivamente se erigen en actores políticos. Efectivamente, al mes de la muerte del fiscal unas 200 mil personas se movilaron en el centro de la ciudad de Buenos Aires para

acompañar a la ex mujer de Nisman, a sus hijas y a un grupo de fiscales, en una impactante marcha del silencio bajo la lluvia.

*(6) Los medios se tornan visibles.*

Los medios son actores políticos. Suelen gravitar sobre los asuntos públicos sin llamar la atención sobre ellos mismos. Por su duración y el despliegue mediático que implican, los casos dan lugar a críticas de otros actores a los medios o a críticas cruzadas entre los medios. El discurso sobre los casos es meta-mediático. Esto es muy evidente en el caso de Nisman, que transcurre durante el último año del gobierno kirchnerista. Sobre todo, a partir del conflicto de su gobierno con las entidades del campo en 2008, Cristina Kirchner ubicó a los medios en el lugar del enemigo de su relato. Los principales conflictos que enfrentó el Gobierno desde entonces aparecieron duplicados: conflicto con los causantes del problema y conflicto con los medios. Nisman es un ejemplo de esta mediatización al cuadrado.

*(7) El caso se narra como un relato.*

Finalmente, otra característica constante de la cobertura de los casos es la elección del formato de narración para referir los episodios, mediante tres estrategias: el foco de las noticias colocado en la subjetividad de los protagonistas; la inclusión de tramas e intrigas secundarias y suspenso; y el uso de dispositivos literarios. La conmoción y la fuerte presencia de protagonistas singularizados, impulsa el periodismo narrativo. Según se cuente o no con poderosas herramientas, los casos dan pie a piezas de calidad o al sensacionalismo (Fernández Pedemonte, 2001b).

La historia de la muerte de Nisman está sembrada de misterios e intrigas paralelas. Por ejemplo, la historia de Damián Pachter: ¿cómo se enteró de la muerte de Nisman, la noche del domingo 18? No se termina de comprender por qué el asesor informático y socio de Nisman, Diego Lagomarsino, le llevó un arma a su casa. Hay versiones contradictorias entre el cerrajero, la madre y la empleada sobre cómo estaba asegurada la puerta de servicio del departamento de Nisman.

Los misterios se multiplican: antes de la muerte, la actual pareja de la ex mujer de Nisman recibe una foto del fiscal, publicada por la revista *Noticias*, pero con el agregado de un orificio en la frente. Una mujer calcinada aparece frente al departamento del fiscal. Su computadora fue encendida la mañana del domingo, cuando según un peritaje ya estaba muerto.

### **El caso Nisman y la mediatización postmediática**

Hay otras características que diferencian al caso de la muerte de Nisman de los antecedentes. Fundamentalmente el hecho de que la información sobre el caso no circula solamente por los medios masivos ni tiene en ellos su origen. El primer anuncio de la muerte del fiscal fue dado por un periodista del diario *Buenos Aires Herald*, pero desde su cuenta personal de *Twitter*. Muchos aportes más se hicieron en las redes sociales en la que las opiniones expertas no mediáticas discuten con las del público.

Para referirse a la muerte de Nisman, la presidenta Fernández de Kirchner publica en la primera semana en *Facebook* dos textos de tono más periodístico que gubernamental. En ellos avanza hipótesis encontradas (primero de suicidio, luego poniendo en duda el suicidio) y da a conocer información reservada (como el hecho, aún desconocido, de que el fiscal había dejado a su hija en el aeropuerto de Madrid, para regresar con urgencia a la Argentina a presentar su denuncia).

La forma en que los diversos actores ponen en circulación la información sobre la muerte de Nisman durante el primer mes, es desordenada y contradictoria. Se puede advertir un fenómeno de colusión entre actores políticos y mediáticos: una guerra de versiones. Tanto la corporación política como la mediática están divididas y activan relaciones cruzadas. Una facción divulga su versión a través de un bloque de los medios, y la otra facción le responde desde otro sector mediático. En este contexto, se produce un efecto de desinformación, semejante a la censura por exceso de información de la que habla Assange (2014) para referirse a la publicidad de los manuales de procedimiento de Guantánamo: la sobreabundancia de datos torna confusa la historia.

De un lado está la querrela, es decir la ex mujer de Nisman y jueza federal, Arroyo Salgado, aliada con políticos de oposición (fundamentalmente del macrismo) así como jueces y fiscales. AMIA apoya la caratulación de la causa como homicidio. En ese bloque hay que situar a un oscuro personaje, que contribuye al estilo ficcional que adquiere la cobertura del caso (central en el documental sobre Nisman emitido por Netflix): Jaime Stiusso, espía principal de la SIDE, compañero de Nisman en la causa AMIA, despedido por la presidenta poco tiempo antes. Del otro lado, la presidenta, sus funcionarios, legisladores oficialistas, la Procuradora General de la Nación.

El caso impacta fuertemente en *Twitter*. Con el *hashtag* #Nisman se publican 4.500.000 *tweets* en los primeros 40 días, desde más de 700 mil cuentas. Alrededor del 50% de todos los *tweets* de ese periodo fueron enviados por el 1% de los tuiteros. Las cuentas que más publican son las de usuarios institucionales. La llamada grieta entre el gobierno kirchnerista, identificado como populista de centro izquierda, y la oposición autoproclamada republicana y liberal, se refleja en *Twitter* a través de la polarización de los marcos interpretativos del hecho en dos *frames*: asesinato vs suicidio.

Más allá de los sesgos ideológicos de los autores de los *tweets* y el sesgo cognitivo de confirmación de los usuarios que los retuitean, la plataforma contribuye con su algoritmo al efecto de cámara de eco, es decir, recibir dentro de una comunidad contenidos consistentes con su identidad ideológica. Lo que provoca que los argumentos de la posición de otra comunidad no penetren en la propia, salvo ya críticamente editados, por medio de memes o comentarios sarcásticos. Durante el caso, en *Twitter* la distancia entre las comunidades alineada con uno u otro *frame* es máxima (Calvo, 2017).

Los medios ya no son ni el único ni el principal lugar de enunciación de la información. De hecho, el caso de Nisman trae a la superficie un actor muy relevante en la Argentina de la dictadura y la post-dictadura: los servicios de inteligencia, expertos desde siempre en recabar información, para servir de apoyo a una causa de delitos complejos, como la causa AMIA, o a las denuncias o campañas sucias de los gobernantes contra sus adversarios. El periodismo ya no es el único que fija las agendas, como sucedía en la etapa de los medios masivos. El

aspecto cuantitativo de los datos que múltiples operadores hacen disponible vuelve a ser relevante, y no las primicias o las exclusivas de las marcas de medios. Un solo ejemplo de esto es el cruce entre señales de celulares el día de la muerte de Nisman que revela una intensa intercomunicación entre ex espías de la SIDE, relevante para la investigación con independencia del contenido de las llamadas, del que se habla en la citada serie documental.

En esta circulación de la información más allá de los medios juegan un papel importante los expertos no políticos ni mediáticos, miembros del público, que hoy cuentan con más información y también con más herramientas para analizarla y para producir relatos alternativos. Por ejemplo, un profesor universitario analizó los videos de las cámaras de seguridad del aeropuerto internacional de Buenos Aires, emitidos por televisión, y demostró que no había en esas tomas un seguimiento especial de Nisman, sino que era una impresión causada por la edición. El juez determinó que los audios de las escuchas telefónicas que abonaban la denuncia de Nisman se hicieran públicas. Estas cintas fueron publicadas por *La Nación* para que el público trabajara colaborativamente en el etiquetado de sus contenidos. Los públicos no expertos se convierten en expertos.

El carácter abierto y los datos contradictorios del caso, multiplican las interpretaciones y permiten que se reabra. Todos los indicios aparecen duplicados: dos horas estimadas de muerte (una de los peritos oficiales y otra de la querella), dos autopsias con resultados contradictorios, testimonios contrarios sobre indicios clave, como si la puerta del departamento estaba o no cerrada por dentro. Esta dualidad y las condiciones de recepción de las noticias exacerbaban la «grieta». O fue un suicidio porque la acusación contra el gobierno carecía de evidencias y los contactos en los servicios de inteligencia dejaron a Nisman sólo, o fue un crimen de agentes iraníes ligados a agentes locales, con omisiones de seguridad sospechosas por parte del mismo gobierno.

Cada interpretación del caso se emplaza en un marco ideológico distinto. El caso es el resultado del comportamiento habitual del periodismo hegemónico para desgastar al gobierno popular, o bien es la revelación del carácter violento del relato del gobierno populista. Los indicios aparecen o desaparecen de acuerdo con la serie en la que se insertan.

Tanto el kirchnerismo como el macrismo han usado políticamente el caso Nisman: Cristina Kirchner, ignorándolo, lo expulsó de la agenda de campaña de 2015. Mauricio Macri usó a Nisman para denunciar al gobierno durante esa campaña. Y en la campaña de medio término de 2017 Santiago Maldonado, un activista de los derechos aborígenes, desapareció y Macri contrató con novedades sobre el juicio por Nisman.

### **Conclusiones**

Aunque la evolución hacia un sistema mediático digital había comenzado durante su mandato, Cristina Kirchner hizo de los medios hegemónicos, como el Grupo Clarín, el principal enemigo de su relato (Fernández Pedemonte, 2018). Desde su campaña, basada en el marketing digital y la hiper-segmentación de las audiencias, su sucesor en el gobierno, Mauricio Macri, entendió que el entorno mediático había cambiado. Las marcas de los medios tradicionales dejaron de convocar audiencias masivas y de tener por tanto hegemonía en la construcción de la agenda y en la gestión de las representaciones sociales.

En cambio, en un sistema híbrido de medios, en el que la información circula en primer lugar por las redes sociales, los medios pasan a ser un enunciador entre otros. Enunciadores no mediáticos que antes necesitaban llegar a los medios para difundir sus versiones, hoy las hacen circular directamente en las plataformas. En ellas, los expertos cuentan con las herramientas para producir y publicar información y los públicos para generar contenidos propios, editar y filtrar los que proceden de los medios.

El cambio de un entorno mediático, caracterizado por la centralidad de los medios masivos en el espacio público, a un entorno digital, caracterizado por la multiplicación de los enunciadores de la información y por la convergencia de todos ellos en las plataformas, es un hito significativo en la evolución de la mediatización.

Comparar el comportamiento de un caso conmocionante en este nuevo ecosistema con el funcionamiento de los casos en el sistema anterior es una puerta de acceso a la transformación de la mediatización. Se verifica una continuidad en la presencia de los casos conmocionantes y

de las rutinas de las narrativas mediáticas; se modifica, en cambio, la dirección de la influencia de los casos sobre el escenario político en el que estalla. Actores no mediáticos y aún actores automatizados contribuyen a la construcción y la orientación del caso a través de la difusión o la censura de datos, la instalación de versiones y de marcos interpretativos. El principal cambio en la evolución de la relación entre los medios y el espacio público que se aprecia en los casos post-mediáticos es un cambio en las condiciones de circulación de la información.

#### *Bibliografía*

Aniceto, P. (2016): Semiosis acumulativa del caso Nisman en medios argentinos. *DeSignis*, 26.

Assange, J. (2014): *When Google Met WikiLeaks* [Cuando Google encontró a WikiLeaks]. Nueva York, Estados Unidos: OR Books.

Bollig B. & Sdrigotti, F. (2016) Argentina's presidential elections. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 25:1, 1-6,

Cabezas, M (2017). La muerte como argumento. Análisis de la prensa de tirada nacional sobre la muerte del fiscal Alberto Nisman. *Question*, Vol. 1, 53.

Calvo, E. (2015): *Anatomía política de Twitter en Argentina: tuiteando #Nisman*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Capital Intelectual.

Carlos Fara & Asociados (2015): Caso Nisman. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Carlos Fara & Asociados.

Chadwick, A. (2017): *The Hybrid Media System: Politics and Power* [El sistema híbrido de medios: Política y poder]. Nueva York, Estados Unidos: Oxford University Press.

Chadwick, A., & Staney, J. (2011). The changing news media environment. *Developments in British Politics*, 9, 215-237.

Charaudeau, P. (2003): *El discurso de la información. La construcción del espejo social* (Trad. Patrick Charaudeau y Margarita Mizraji). Buenos Aires. Gedisa.

Dahrendorf, R. (1979): *Las clases sociales y su conflicto en la sociedad industrial* (Trad. Manuel Troyano de los Ríos). Madrid, España: Rialp.

Dayan, D and E. Katz (1992): *Media events* [Acontecimientos mediáticos]. Boston, Estados Unidos: Harvard University Press.

Dayan, D. (2001): The peculiar public of television. *Media, Culture & Society* (23), 743-765.

Dayan, Daniel (2005): Mothers, widwives and abortionist: genealogy, obstetricis, audiences and publics. En Livingstone, Sonia (ed.). *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere* [Audiencias y Públicos: cuando el consumo cultural importa en el espacio público] (pp. 43-76). London, Gran Bretaña: Intellect.

Duggan, Pablo (2019): *¿Quién mató a Nisman?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Planeta.

Escudero Chauvel, L. (2018): Consecuencias de la mediatización y transformación de la esfera política. *Badebec*. 7 (14), 190-211.  
<https://revista.badebec.org/index.php/badebec/article/view/165>

Fernández Pedemonte, D. (2018): "Cristina Kirchner: el populismo como relato" en *Cuaderno del Foro Valparaíso*, Foro de Altos Estudios Sociales y Universidad Católica de Valparaíso, n. XX.

Fernández Pedemonte, D. (2012): "Media cases and social memory in Argentina post 2001" en ESSACHESS. *Journal for Communication Studies*, vol.5, n° 2 (10).

Fernández Pedemonte, D. (2010b): "La audiencia como público: hacia una gestión de los nuevos usos sociales de la información". *Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación*. Vol. 2. N° 1. 51-7. pp. 61-78.

Fernández Pedemonte, D. (2010a): *Conmoción pública. Una teoría de los casos mediáticos y sus públicos*. Buenos Aires: La Crujía.

Fernández Pedemonte, D. (2001a): *La violencia del relato. Discurso periodístico y casos policiales*, Buenos Aire: La Crujía.

Fernández Pedemonte, D. (2001b): "Introducción. Discurso en torno a los medios" en *Signo & Seña*, número 12, pp. 11-27.

Filer, T. (2016) Sparking debate? Political deaths and Twitter discourses in Argentina and Russia, *Information, Communication & Society*, vol. 19, 11.

Gerbner, G. et al (1996): «Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación» en Bryant, J. y Zillmann, D. (comps.): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. (Trad. Monserrat Basté-Kraan) Barcelona, España: Paidós.

Gitelman, L. (2006). *Always already new. Media, history, and the data of culture*, 7.

Glaser, B. y A. Strauss (1967): *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research* [El descubrimiento de la teoría fundada: estrategias de investigación cualitativa]. Londres, Gran Bretaña: Aldine Publishing Company.

Hepp, A. (2012): *Cultures of mediatization* [Culturas de mediatización]. Londres, Gran Bretaña: Politic Press.

IPSOS (2015): Estudio de opinión sobre el caso Nisman. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: IPSOS.

Kress, G. R. (2010): *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication* [Multimodalidad: una aproximación socio semiótica a la comunicación]. Londres: Taylor & Francis.

Livingstone, Sonia (ed.) (2005): *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere* [Audiencias y Públicos: cuando el consumo cultural importa en el espacio público]. Londres, Gran Bretaña: Intellect

Manovich, L (2013): *Software Takes Command* [Cuando el software toma el mando]. Nueva York, Estados Unidos: Bloomsbury Academic.

Martini, S. (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma.

McLuhan, M. and E. McLuhan (1992): *Laws of Media: The New Science* [Las leyes de los medios]. Toronto, Canadá: University of Toronto Press.

Papacharissi, Z. (2015): Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and mediality, *Information, Communication & Society*.

Reydó, L & Levin, K. (2016) Nisman, dictadura y memoria: apuntes en torno a la última dictadura militar en el discurso público argentino (2015-2016). *Revista de la carrera de sociología*, vol. 6, 6.

Pew Project for Excellence in Journalism. (2010): *The State of News Media 2010. An Annual Report in American Journalism*. <http://www.stateofthemedias.org/2010>

Sheinin, D. (2016): The Death of Alberto Nisman, the Argentine Presidency Unhinged, and the Secret History of Shared United States-Argentine Strategy in the Middle East. *Lasaforum*, V. XVII, 1.

Scolari, C. (30 de marzo de 2019): La guerra de las plataformas (Y algunos libros para leer en las trincheras) (I). [entrada de blog]. <https://hipermediaciones.com/2019/03/30/la-guerra-de-las-plataformas/>

Scolari, C. (2018): *Las Leyes de la Interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Gedisa.

Scolari, C. A. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. *Palabra Clave*, 18 (4), 1025-1056

Scolari, C (2010): Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Cuaderns del CAC* 34, Vol. XIII (1). 17-25.

Silverstone, R (2004): *¿Por qué estudiar los medios?* (Trad. Horacio Pons). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Srniceck, N. (2018): *Capitalismo de plataformas* (Trad. Aldo Giacometti). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

Thompson, J. (2000): *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación* (Tomás Fernández Aúz y Breatriz Eguibar). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Van Dijck, J, T. Poell, and M. de Waal. (2018): *The Platform Society* [La sociedad de las plataformas]. Oxford, Gran Bretaña: Oxford Scholarship.

Verón, E. (2001): *El cuerpo de las imágenes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma.

Verón, E. (1994): Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera*. 2. 5-36.

Wolton, D (1992): Los medios, eslabón débil de la comunicación política. En VVAA. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.

Wolff, W. (2019): *Asesinaron al fiscal Nisman. Yo fui testigo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Odelia.

Yin, Robert K. (1994): *Case Study Research. Design and Methods* [Método de estudio de caso]. London: SAGE.