



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Dos modelos, un país : un análisis hipermediático del primer cuatrimestre de Cambiemos

Autores (en el caso de tesis y directores):

María Sofía Aiub

María Matilde Fátima Mannesi

Ana Slimovich, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Ciencias de la Comunicación Social

Tesina de Grado

Dos modelos, un país.

Un análisis hipermediático del primer cuatrimestre de Cambiemos

María Sofía Aiub
DNI: 36364373
msofiaaiub@gmail.com

María Matilde Fátima Mannesi
DNI: 34203620
mariamannesi@gmail.com

Tutora
Dra. Ana Slimovich
aslimovich@gmail.com

Julio 2017

A nuestras familias, amigos y amigas que nos apoyaron y creyeron en nosotras siempre.
A la Universidad de Buenos Aires, que nos dio la posibilidad de ejercer nuestro derecho a una
educación de calidad y excelencia.
A Ana Slimovich que nos alentó y guió en el proceso de realización de esta tesina y a Rocío
Rovner que colaboró muchísimo en este camino.

Índice

Capítulo 1. Introducción	4
1.1. Marco teórico e hipótesis.....	6
1.2. Objetivo general y objetivos específicos	9
1.3. Metodología y corpus	10
Capítulo 2. Redes sociales y política en el marco de una sociedad hipermediatizada.....	15
2.1. Sociedades hipermediatizadas y el modelo de circulación contemporánea	15
2.2. Mediatización de lo político en la era contemporánea	16
2.3. Digitalización de lo político: nuevas estrategias para hacer y participar en política.....	20
2.4. Redes sociales y política argentina en la circulación contemporánea	21
2.5. Política y estereotipos en la dimensión temática de los discursos.....	24
2.6. Los casos de Todo Negativo y No a la Dictadora K	26
2.7. Otredad, antagonismo y agonismo: no hay democracia sin conflicto	29
Capítulo 3. Primeros pasos de Cambiemos: despidos en el Estado y Protocolo de actuación en manifestaciones públicas	31
3.1. Despidos en el Estado: la medida y sus condiciones de producción.....	31
3.1.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico	31
3.1.2. Primera fase: anticipando los despidos y la sanción del Decreto 254/2015	32
3.1.3. Segunda Fase: los “¿ñoquis?”	39
3.1.4. Tercera Fase: los despidos en Arsat	43
3.1.5. Cuarta Fase: nuevamente “ñoquis”.....	45
3.1.6. Quinta fase: los despidos en el Ministerio de Cultura	48
3.1.7. Sexta fase: repercusiones en las redes sociales	49
3.2. El Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas: la medida y sus condiciones de producción	53
3.2.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico	55
3.2.2. Primera fase: de los medios a las redes sociales ¿Represión u orden?.....	56
3.2.3. Segunda fase: en las redes sociales ¿Vagos o trabajadores?	59
3.2.4. Tercera fase: la aplicación del protocolo	63
3.2.5. Cuarta fase: los rehenes del piquete	66
3.3. Consideraciones parciales.....	69

Capítulo 4. Profundización del cambio: aumento de tarifas en el servicio eléctrico y acuerdo con los fondos de inversión.....	72
4.1. Aumento de tarifas al servicio eléctrico: la medida y sus condiciones de producción	72
4.1.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico	73
4.1.2. Primera fase: “el aumento son dos pizzas”	74
4.1.3. Segunda fase: la coyuntura en redes sociales	76
4.1.4. Tercera fase: sanción de la medida ¿Sinceramiento o ajuste?.....	78
4.1.5. Cuarta fase: proliferación de discursos y posicionamientos.....	85
4.1.6. Quinta fase: una medida enmarcada en una política de Estado.....	90
4.1.7. Sexta fase: repercusiones en redes sociales	93
4.2. Acuerdo con los fondos de inversión: la medida y sus condiciones de producción.....	99
4.2.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico	100
4.2.2. Primera fase: negociación y propuesta	101
4.2.3. Segunda fase: repercusiones en redes sociales	105
4.2.4. Tercera fase: el debate en el Congreso	106
4.2.5. Cuarta fase: buitres o holdouts	110
4.2.6. Quinta fase: la sanción.....	113
4.2.7. Sexta fase: ¿cambiamos?	115
4.3. Consideraciones parciales.....	116
Capítulo 5. Aproximaciones finales. Dos modelos, un país.....	120
Bibliografía.....	128

Capítulo 1. Introducción

Las últimas elecciones presidenciales desarrolladas en 2015 estuvieron caracterizadas por un clima de gran expectativa, con una cobertura mediática intensa en los medios masivos de comunicación y una alta participación en redes sociales por parte de la ciudadanía. La primera vuelta electoral se llevó a cabo el 25 de octubre, en la cual Daniel Scioli, candidato por el Frente para la Victoria, y Mauricio Macri, representante del frente de alianzas Cambiemos encabezaron la elección. Debido a que ninguno de los dos candidatos pudo alcanzar más del 50% de resultados positivos¹ por parte del electorado, se procedió a una segunda vuelta electoral el 22 de noviembre. Los resultados finales² dieron por ganador al actual presidente Mauricio Macri quien asumió la presidencia el 10 de diciembre del 2015. El frente de alianzas Cambiemos se configuró con la suma de fuerzas políticas pertenecientes al partido Propuesta Republicana (PRO), a ramas de la Unión Cívica Radical, la Coalición Cívica (ARI) y otras figuras políticas, artistas y grandes empresarios. Luego de 12 años de gobierno del partido Frente para la Victoria, el cual estuvo en el poder desde 2003³, Cambiemos condensó un cambio de dirección de la gestión social, política y económica de nuestro país.

Una vez comenzada la gestión de Cambiemos en el gobierno, se implementaron ciertas medidas políticas que tuvieron un fuerte impacto en la sociedad civil y evidenciaron la dirección política del camino a seguir del partido. Allí, se generaron numerosos discursos en medios masivos y en redes sociales, ya sea para expresar su apoyo al presidente Macri como también para manifestar el rechazo o la desilusión frente a las medidas tomadas. Las expresiones de los internautas en redes sociales generaron, especialmente, discursos digitales que cristalizaron los posicionamientos de la sociedad civil frente a las medidas sancionadas.

¹ El 37.08% de los votos fue destinado a Frente para la Victoria, mientras que Cambiemos recibió el 34.15%.

² Cambiemos ganó con el 51.34% de los votos, mientras que el Frente para la Victoria recibió el 48.66%.

³ Durante los años 2003 y 2007 el gobierno estuvo encabezado por Néstor Kirchner. Luego, de 2007 a 2011 y 2011 a 2015 se sucedieron las dos presidencias de Cristina Fernández de Kirchner.

Esta considerable participación de la ciudadanía en redes sociales se llevó a cabo en un escenario mediático particular. En los últimos diez años, las redes sociales se han consolidado como un medio de expresión de voces políticas de la ciudadanía, contribuyendo a la proliferación de discursos orientados a la difusión, expresión, producción, reproducción e intercambio de contenidos vinculados a la coyuntura política. Las redes sociales habilitan, además, un involucramiento en la política que abarca diferentes niveles de participación: puede ir desde un simple *me gusta* -que lleva consigo un nivel mínimo de participación-, a un comentario sólidamente argumentado o a la producción total de nuevos contenidos, los cuales requieren un nivel mayor de implicación.

Asimismo, el volumen de la información y la velocidad en que circula va en aumento gracias a los avances tecnológicos y, en ocasiones, se hace casi imposible rastrear las fuentes y la verosimilitud de los datos. La posibilidad de compartir acontecimientos en vivo y de comentar al instante a través de los dispositivos tecnológicos modificó la organización y el contacto entre las personas. Sumado a eso, las redes sociales invitan a la sociedad civil a convertirse en productores de contenido, lo cual hace correr del centro del esquema mediático a los medios de comunicación masiva como únicos emisores autorizados. Tanto las figuras públicas como los partidos políticos incorporaron a las redes sociales como herramientas para sus campañas, difusión de agenda, de logros de gestión o spots institucionales, entre otros contenidos. Más allá de su utilización recreativa, las redes sociales permiten acceder a información que los medios hegemónicos tradicionales -prensa escrita, radio y televisión- no consideran noticiables. Sin embargo, no son pocas las ocasiones en que aquellos retoman contenidos que previamente se difundieron en las redes. En este sentido, si bien los medios masivos continúan teniendo un papel fundamental en la sociedad, a partir del surgimiento de los nuevos medios, el acontecimiento noticioso y político también se construye, circula y se consume a través de las redes sociales.

Desde esta perspectiva, la presente investigación aborda el proceso de circulación de sentido (Verón, 1987) que se generó en torno a cuatro medidas políticas sancionadas durante los primeros cuatro meses de gestión de Cambiemos, entre el 22 de diciembre de 2015 y el 1 de abril de 2016. Las medidas tomadas como eje son: el Decreto 254/2015 que habilitó despidos en diversas dependencias estatales, la Resolución 6/2016 que desembocó en un

aumento considerable en las tarifas de los servicios básicos, el Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas dictado por el Ministerio de Seguridad de la Nación y el Decreto 539/2016, por el cual se promulga la Ley 27.249, la cual dio como resultado el pago de la deuda contraída con los fondos de inversión extranjeros. Para analizarlas, nos proponemos rastrear en qué sistema de medios se nombraron o anunciaron públicamente por primera vez y de allí analizar las resignificaciones de sentido que se produjeron en la circulación de la comunicación de las mismas. Incorporamos al modelo de Verón (1987), la teoría de la circulación hipermediática en la sociedad contemporánea (Carlón, 2016a) para poder a su vez identificar las direccionalidades que la comunicación toma en los medios de comunicación masiva y particularmente en dos páginas de Facebook: *Todo Negativo* y *No a la Dictadora K*, tanto a nivel de las publicaciones como de los comentarios.

El desafío de este trabajo es, entonces, desentrañar los sentidos presentes en la circulación de las medidas seleccionadas para identificar su transformación en el pasaje intersistémico entre los medios masivos y redes sociales (Carlón, 2016a), rastreando así las huellas de las expresiones políticas de la ciudadanía que, desde nuestra perspectiva, conforman dos modelos de país enfrentados. Analizar la circulación de sentidos entre el sistema de medios masivos y el sistema de las redes sociales de estas cuatro medidas, nos permitirá observar cómo se caracterizan estos dos modelos de país y en qué se asemejan o se diferencian.

1.1. Marco teórico e hipótesis

A lo largo de la presente tesina tomaremos como guía una serie de conceptos que harán un aporte fundamental a nuestro análisis. En primer lugar, tomamos en nuestro encuadre teórico la Teoría de los Discursos Sociales (Verón, 1987), haciendo hincapié en su doble hipótesis: “toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas” y a su vez “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido (cualquiera que fuera el nivel de análisis)” (p.125). Cabe

destacar que esta postulación es viable “sólo cuando se considera la producción de sentido como discursiva” (p.126). Desde esta perspectiva, todo discurso es un recorte espacio temporal de sentido, que tiene condiciones productivas que actúan como restricciones, entre las cuales circula. Aquellas condiciones de generación de un discurso se denominan condiciones de producción y aquellas condiciones de recepción se denominan condiciones de reconocimiento (Verón, 1987).

En esta misma línea, tomamos los aportes teóricos de Carlón (2015, 2016a, 2016b) para describir el escenario mediático en que nos encontramos en el siglo XXI. Tal como afirma el autor, en este período ocurren diversos procesos claves que hacen que las sociedades sean hipermediatizadas. La convergencia, la divergencia, la digitalización y el alto nivel de interactividad que caracteriza al escenario mediático hacen que hoy podamos hablar de una crisis en las grandes audiencias y el “fin” de los medios de comunicación masiva tal como los conocemos. En consecuencia y en simultáneo, las redes sociales han adquirido un lugar fundamental complementando, en ocasiones, el rol central de los medios masivos de comunicación (Carlón, 2016b).

Con el advenimiento de la web 2.0, las condiciones de circulación de la comunicación contemporánea (Carlón, 2016b) se han modificado. Una de las modificaciones más importantes dada en la circulación de discursos está relacionada al poder de producción de los ciudadanos. Éstos comenzaron a tener una activa participación en la creación de contenidos y discursos digitales, transformándose en prosumidores (Toffler, 1980); es decir, aquellos internautas que a la vez que consumen discursos, los producen. En los últimos años, se llevaron a cabo diversos estudios sobre los nuevos casos de circulación desde la teoría de la mediatización (Carlón 2012, 2014 y Fausto Neto, 2012) que van en esta misma línea y desarrollaremos más adelante.

Retomamos también de Verón el concepto de mediatización (1987) y en particular de mediatización de lo político (1995), entendiendo que las identidades políticas ya no se construyen sólo en la esfera política sino que se construyen en la esfera mediática, es decir, en y a partir de los medios de comunicación masiva. Asimismo, entendemos que los medios de comunicación están fuertemente articulados a nuestras prácticas sociales y que, a la vez, las configuran. En este sentido es que decimos que la política mediatizada construye identidades

de los sujetos sociales y que, en nuestro caso, los comentarios y publicaciones en las páginas de Facebook analizadas, junto a otros discursos digitales, podrían ser tomadas como producción de colectividades identificantes (Verón, 1995). Asimismo, para abordar la mediatización de lo político desde la perspectiva de la circulación contemporánea tomamos como aporte los trabajos de Slimovich (2016a, 2016b, 2017), quien aborda por un lado en la circulación del sentido de los discursos políticos digitales, la imbricación entre las lógicas de los discursos de los medios de comunicación masiva con las de redes sociales y por el otro la participación de los internautas y sus modalidades discursivas en los a través la interpelación de destinatarios en el discurso político convergente, la búsqueda de motivos temáticos y sus cambios en la circulación hipermediática del discurso político.

Una parte de nuestro análisis intenta observar el tipo de interacción entre los internautas y las publicaciones de las páginas de Facebook, en esta línea y desde una perspectiva semiótica, tomamos la noción que Steimberg (1993) retoma de Segre (1985) de motivo temático para identificar las regularidades discursivas. Por otro lado, sostenemos que algunos de los motivos temáticos son estereotipos en el sentido de Gamarnik (2009) quien los define como “(...) una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple” y firma que “(...) es un proceso reduccionista que suele distorsionar lo que representa, porque depende de un proceso de selección, categorización y generalización, donde por definición se debe hacer énfasis en algunos atributos en detrimento de otros” (p.1). Este aporte conceptual nos permite analizar las relaciones de poder que atraviesan a los discursos y, en consecuencia, a los dos modelos de país que postulamos en nuestra hipótesis. Barthes (1970) ya había planteado, haciendo referencia a la retórica aristotélica cómo opera lo verosímil en la construcción discursiva de los estereotipos, cuestión que también profundizaremos más adelante. La conjunción de estos autores nos permitirá abordar en varios niveles discursivos nuestro corpus de análisis.

Además, es importante destacar el aporte que hace a este trabajo la filosofía política de Mouffe (2007) sobre las nociones de la política y lo político, donde lo político es “la dimensión de antagonismo (...) constitutiva de las sociedades humanas” y la política es “el conjunto de prácticas e instituciones a través de las cuales se crea un determinado orden, organizando la coexistencia humana en el contexto de conflictividad derivada de lo político”

(p.16). Comprendemos, entonces, que lo político es una dimensión presente en toda relación social y, en consecuencia, en todo discurso, que implica necesariamente una lucha de intereses siempre en conflicto en donde el agonismo es el motor de los procesos de democratización.

Tomando en cuenta estos aportes conceptuales que nos han ayudado a construir nuestro marco teórico, planteamos la siguiente hipótesis: en su circulación hipermediática, las cuatro medidas analizadas durante el primer cuatrimestre del gobierno de Cambiemos sedimentan sentidos que conforman dos modelos de país enfrentados discursivamente.

1.2. Objetivo general y objetivos específicos

Nos proponemos como objetivo general identificar, describir y analizar los sentidos que construyen a los dos modelos país sedimentados en el proceso de circulación hipermediática. Tal como sostenemos en nuestra hipótesis, consideramos que ambos modelos de país están contruidos por sentidos discursivamente opuestos. El análisis estará basado en el modelo de circulación hipermediática (Carlón, 2015).

Teniendo como horizonte este objetivo general, y desprendiéndose del mismo, nuestros objetivos específicos son:

- Identificar las regularidades discursivas, en tanto motivos temáticos, que circulan en la comunicación hipermediática de cuatro medidas implementadas por el frente de alianzas Cambiemos, tanto en el sistema de medios de comunicación masiva como en el sistema de redes sociales.
- Señalar los puntos de contacto intersistémicos y las apropiaciones y resignificaciones de los discursos entre sistemas de medios masivos y redes sociales.
- Analizar la direccionalidad de cada una de las fases de la circulación de las medidas.
- Identificar las modalidades discursivas de los comentarios en la interacción entre las publicaciones de las páginas de Facebook seleccionadas y los discursos de los internautas.

1.3. Metodología y corpus

En tanto nuestro análisis versa sobre las condiciones de circulación contemporánea en las sociedades hipermediatizadas, se utilizan principalmente metodologías desarrolladas en el campo de la teoría de análisis sobre mediatización y sobre mediatización de lo político (Verón, 1986; Steimberg, 1994; Fausto Neto, 2012 y Verón, 2003; Carlón, 2004-2008; Slimovich, 2012, 2014, 2016,); así como sobre redes sociales y medios con base en internet (Carlón, 2012; 2015; Jenkins, 2008; Scolari, 2009; Carlón y Scolari, 2009; Slimovich, 2017). También tomamos elementos de la filosofía política para abordar la cuestión de los antagonismos presentes en los procesos sociales (Mouffe, 2007) para ponerla en relación con los discursos presentes en nuestro corpus de análisis.

En el marco de una sociedad hipermediatizada en la cual los medios masivos de comunicación comparten la construcción del acontecimiento político (Verón, 1983 [1981]) con los nuevos medios con base en Internet, debemos tener en cuenta que se reformula la circulación de sentido y se complejiza en diversos puntos de contacto intersistémicos, es decir, entre los medios masivos y los nuevos medios (Carlón, 2016a). En concordancia con nuestros objetivos generales y específicos, nos basamos en la teoría de la circulación hipermediática (Ídem) para abordar nuestro objeto de estudio. Esta propuesta plantea que existe una producción social de sentido (Verón, 1987) que se puede dar de forma ascendente, descendente u horizontal y el proceso de circulación de sentido puede tener distintas etapas que, tal como indica Carlón (2016), determinan un “cambio de escala en la mediatización y generalmente un cambio de dirección comunicacional” (p.4). En comparación con la era en la cual “aún no existían los ‘nuevos medios con base en Internet’ (...) la circulación tenía una dirección descendente dado que se producía principalmente desde los medios de comunicación masiva hacia los receptores masivos” (p.11). Con la emergencia de los nuevos medios con base en Internet, podemos observar que la circulación de sentido también puede darse en forma ascendente, es decir, una comunicación que llega a los medios masivos desde las redes sociales. En este sentido, los medios masivos retoman contenidos de las redes sociales para la construcción del acontecimiento noticioso. Además, la circulación de sentido

también puede darse en forma horizontal cuando se produce “por los intercambios con los pares en las redes” (p.22).

Para especificar a qué nos referimos cuando retomamos la noción de direccionalidad de Carlón (2016a), podríamos decir que es aquello compuesto por los movimientos que toma la circulación de la comunicación entre el sistema de medios masivos y el sistema de redes sociales. Estos movimientos ascendentes, descendentes u horizontales no se presentan aislados entre sí, sino que se producen de forma simultánea. Esto significa que siempre habrá direccionalidades ascendentes, descendentes y horizontales en la circulación del sentido, sólo que en ocasiones toma preponderancia una u otra direccionalidad. A fin de perseguir los objetivos analíticos de este trabajo, en los capítulos 3 y 4 sólo describiremos aquella direccionalidad preponderante en cada una de las fases de la circulación hipermediática en cada una de las medidas abordadas.

Siguiendo el modelo de análisis de la circulación contemporánea (Carlón, 2016), tomaremos como punto de inicio el sistema de medios en el cual aparezcan por primera vez anunciadas públicamente como tales, las medidas que nos interesan, para luego describir el pasaje diacrónico de la circulación de sentido en sus distintas fases. Para identificar el comienzo de la circulación de sentido de cada una de las medidas analizadas, se llevó a cabo un rastreo en buscadores online sobre medios masivos digitales, publicaciones de Facebook, Twitter y/o videos de YouTube.

Para analizar la circulación de sentido de las medidas políticas tomamos como eje a dos páginas de Facebook que manifiestan de forma explícita su posicionamiento frente al gobierno de Cambiemos y al Frente para la Victoria y que, además, cuentan con un mínimo de cien mil seguidores. Estas páginas de Facebook son *Todo Negativo* y *No a la Dictadora K* de las cuales profundizaremos en sus particularidades en el capítulo 2. Para poder aproximarnos a un análisis hipermediático de lo político, retomaremos algunas conceptualizaciones de Slimovich (2012a). La autora afirma que las páginas de Facebook son aquellas que son “utilizadas por empresas, políticos y otros organismos; a diferencia de los perfiles de Facebook que son usualmente elaborados por personas físicas” (p.23). Siguiendo el modelo de arquitectura de Facebook que sistematiza la autora, es importante destacar las invariantes que caracterizan a las páginas para poder distinguir las interacciones enunciativas

que la interfaz habilita para los internautas. En primer lugar, los internautas pueden adherirse a una página a través del botón “Me gusta”. Esta primera interacción implica que el internauta recibirá notificaciones de forma predeterminada cada vez que la página realice una publicación y las podrá observar en la línea de tiempo de su muro. Asimismo, será posible compartir esta página con otros internautas y enviarle un mensaje privado, en caso de estar esas opciones habilitadas por el/los administrador/es. Luego, a nivel de cada publicación, los internautas podrán acceder los siguientes modos de participación: “Me gusta”, “Comentar” y “Compartir”. Recientemente, se han agregado variantes de la herramienta “Me gusta”. Al posicionar el cursor sobre esa herramienta se podrá elegir entre: “Me gusta”, “Me encanta”, “Me divierte”, “Me asombra”, “Me entristece” y/o “Me enoja”. De esta forma, es posible profundizar en qué tipo de reacción merece la publicación para los internautas. Estos niveles de reacción que se desprenden de la herramienta “Me gusta” también se extienden a nivel de comentarios. A través de la herramienta “Comentar”, los internautas pueden escribir sus opiniones debajo de la publicación y, a través de la herramienta “Compartir”, es posible replicar la publicación en su propio muro o biografía, en la de un amigo, en un grupo, en un evento, en otra página en caso que sea administrador o en un mensaje privado. Por último, los internautas también están habilitados a continuar el intercambio comunicativo con otro internauta a partir de la herramienta “Responder” a nivel de los comentarios.

Respecto al recorte temporal que realizamos para construir nuestro objeto de estudio y corpus, se analizará un período comprendido durante los primeros cuatro meses del gobierno de Cambiemos, desde el 22 de diciembre de 2015 hasta el 1 de Abril de 2016, ya que durante esos meses se anunciaron y se implementaron las primeras medidas políticas, económicas y sociales que tuvieron impacto directo en la sociedad civil y que permitieron vislumbrar la dirección política a la cual se dirigía el gobierno. En esta misma línea, nos interesa abordar estas medidas específicas ya que definieron cuestiones económicas y sociales concretas, que tuvieron un fuerte impacto en la vida cotidiana de la sociedad civil y en la dirección de las actividades productivas y financieras del país.

Las medidas que se detallan a continuación son los ejes a partir de los cuales se llevará a cabo el análisis.

- Decreto 254/2015 (24/12/2015). Esta medida tuvo como consecuencia el despido de trabajadores que tenían cargos en el sector público, lo cual fue explicado en el cuerpo del decreto como una iniciativa para promover “*la transparencia de gestión, como así también ponderar la idoneidad de los recursos humanos existentes con el propósito de fortalecer el servicio civil en el contexto de una administración pública eficiente al servicio que debe prestarse a la de ciudadanía*”⁴.
- Resolución 6/2016⁵. Esta medida se sancionó el 25/01/2016 y estableció que se debía proceder a la quita de subsidios en las tarifas del sector eléctrico nacional dado a su estado de emergencia. Esto desembocó en un aumento de precios gradual que luego se extendió a otros servicios básicos como el gas, el agua y el transporte.
- Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas⁶. El protocolo, al que adhirieron todas las provincias, se reglamentó el 17/02/2016. Su objetivo fue ordenar las manifestaciones públicas estableciendo la posibilidad de intervención a las fuerzas de seguridad en los casos en que los manifestantes realicen acciones violentas o no cesen en su accionar en los plazos que establece el protocolo.
- Decreto 539/2016⁷. Promulgación de la Ley 27.249 (31/03/2016). Esta medida postuló el acuerdo para el pago de la deuda con fondos de inversión extranjeros o, en su forma coloquial, los *Fondos Buitre* o *Holdouts*. Se trató de una negociación con los tenedores de títulos públicos elegibles para la disminución de la deuda externa argentina.

Estas medidas fueron ejes fundamentales para la selección de notas periodísticas en diarios digitales, material televisivo replicado en YouTube y publicaciones y comentarios de

⁴ Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257348/norma.htm> [Consultado el 17 de agosto de 2016].

⁵ Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/258201/norma.htm> [Consultado el 17 de agosto de 2016].

⁶ Disponible en <http://www.minseg.gob.ar/pdf/protocolo-final.pdf> [Consultado el 17 de agosto de 2016].

⁷ Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/259940/norma.htm> [Consultado el 17 de agosto de 2016].

las páginas de Facebook que supieron construir nuestro corpus ya que se seleccionaron aquellos discursos que hicieran mención a las mismas.

Decidimos incorporar la interacción de los comentarios con las publicaciones, ya que consideramos que ellos son uno de los elementos discursivos en el cual se hacen lugar los sentidos comunes de la sociedad civil y, en definitiva, se van construyendo los discursos en los cuales se pueden leer las huellas de los dos modelos de país. Optamos por realizar una jerarquización de los primeros seis que figuraran debajo de la publicación y de éstos se seleccionaron sólo dos que fueran relevantes para el análisis. Cabe destacar que la moderación de los comentarios de cada publicación depende del administrador de la página, si es que se permite que Facebook clasifique los comentarios como destacados, es decir, aquellos con más *Me gusta* o réplicas. De otra forma, según la configuración de la página de Facebook elegida, se pueden mostrar los comentarios más recientes al principio. Dado que esta variable es incontrolable, no podemos saber con exactitud qué configuración seleccionó el administrador de la página, se optó por los *comentarios destacados*. Además, entendemos que los comentarios con más cantidad de *Me gusta* e interacciones pueden ser considerados los más relevantes para este estudio, por su mayor repercusión.

Por otro lado, además de las publicaciones y comentarios de *Todo Negativo* y *No a la Dictadora K*, se identificaron discursos en Twitter que hayan sido significativos para el recorrido de la circulación de sentido. Por ejemplo, en caso de observar un hashtag que permitiera rastrear puntos intersistémicos o cuando fuere determinante para la circulación de la medida. Una vez llegadas a este punto, nos focalizaremos en dilucidar lo que esta tesina plantea como dos modelos de país enfrentados. Consideramos que los mismos se manifiestan y sedimentan a través de la circulación hipermediática de las cuatro medidas analizadas: el aumento de tarifas, los despidos en el Estado, el acuerdo con los fondos de inversión y el protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas.

Capítulo 2. Redes sociales y política en el marco de una sociedad hipermediatizada

2.1. Sociedades hipermediatizadas y el modelo de circulación contemporánea

Actualmente, debemos hablar de una sociedad hipermediatizada, atravesada por los medios masivos de comunicación, tanto en la conformación de subjetividades y la construcción de prácticas sociales como en la mediatización de lo político. De todas formas, cabe aclarar que los medios masivos de comunicación comparten espacio con la proliferación de nuevos medios con base en Internet modificando la escena mediática. Ambos sistemas de medios mantienen una relación de complementariedad y contacto intersistémico en la cual conviven para la construcción del acontecimiento noticioso. Si bien la emergencia de los nuevos medios modifica la escena mediática y configuración de subjetividades y prácticas sociales, no altera de forma considerable el alto grado de concentración de propiedad de los medios masivos que caracteriza al mapa mediático en Argentina.

Una sociedad hipermediatizada implica pensar una sociedad signada por la invención de Internet, lo cual supo convertir la comunicación unidireccional y descendente de los medios masivos, a una comunicación en red que dispersa y multiplica los puntos de producción discursiva. Pero, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de mediatización o, en este caso, de hipermediatización de la sociedad? Para explicarlo algunas dimensiones de la producción discursiva como la temporalidad en la cual se desarrolla el intercambio comunicativo, su direccionalidad y el sistema de medios en el cual circula la comunicación.

Para abordar la escena de la sociedad mediatizada retomamos la línea teórica de Verón (1997) quien define el concepto de medio como “un conjunto constituido por una tecnología sumada a las prácticas sociales de producción y apropiación de esta tecnología, cuando hay un acceso público (sean cuales fueren las condiciones de este acceso por el que generalmente hay que pagar) a los mensajes” (Verón, 1997 [1994]:54). Asimismo, Verón (2013) afirma que la mediatización es un proceso no lineal que se da a partir de la diferencia estructural entre una gramática de producción y una gramática de reconocimiento, propio de la capacidad de

semiosis del ser humano. Esto quiere decir que la mediatización es un proceso en el cual están inmersos procesos mentales y semióticos propios del ser humano. La mediatización, también, es el resultado de procesos históricos que conllevan cambios económicos, productivos, sociales y políticos. En este sentido, cuando hablamos de mediatización nos referimos a que un hecho o acontecimiento concreto, por ejemplo, en nuestro caso, el anuncio de una medida política, pasa a formar parte de una realidad producida a través los medios.

Otro factor que varía sumamente en la comunicación en las sociedades hipermediatizadas es su direccionalidad. De la configuración del mapa mediático lineal que teníamos con los medios masivos en el cual se asumía que la direccionalidad de la comunicación era descendente, es decir, del emisor hacia las grandes audiencias, pasamos a una comunicación con direccionalidades ascendentes y horizontales -además de descendente-, lo cual abre la posibilidad de emitir, apropiarse y resignificar mensajes desde diversos puntos de los sistemas de medios, incluso en forma simultánea.

Ahora, ¿de qué hablamos cuando hablamos de circulación contemporánea? Para definirlo debemos retomar las nociones de gramática de producción y gramática de reconocimiento de Verón (1987) y entender la circulación contemporánea va de la mano con el proceso de mediatización, ya que la circulación es justamente la distancia entre producción y reconocimiento de los discursos. En la época contemporánea, tal como afirma Carlón (2016a), se trata de una sociedad hipermediatizada en la cual “el cambio en la circulación (...) estalló luego de la implosión de los tradicionales medios masivos y de la emergencia de “nuevos medios” con base en Internet” (p.30). En este escenario, los sujetos administran “medios de comunicación gracias a los cuales pueden hacer públicos sus discursos cuando lo desean y la circulación alcanza tal complejidad que la imprevisibilidad se ha instalado definitivamente en la vida social” (Ídem).

2.2. Mediatización de lo político en la era contemporánea

En los últimos diez años, la emergencia, masificación y popularización del uso de los nuevos medios con base en Internet, hicieron que las formas de hacer política hayan mutado. Antes del surgimiento de los nuevos medios, los anuncios y la agenda de los gobernantes eran

emitidos por la radio, la televisión o la prensa gráfica, por lo que la temporalidad de la comunicación era otra y no habilitaba formas de participación política directa y simultánea al anuncio. Hoy, es posible que un acto político en la vía pública, un debate en el Congreso o una conferencia de prensa oficial sean retuiteados, viralizados y transmitidos en vivo por los ciudadanos.

Para definir qué es la mediatización de lo político retomamos a Verón (1995), quien la entiende como el proceso por el cual las colectividades identificantes pasan de construirse en la esfera política a construirse en y a partir de los medios de comunicación, es decir, en la esfera mediática. Este proceso tiene basamento en ciertas condiciones que lo hicieron posible: por un lado, la crisis de legitimidad de los partidos políticos tradicionales y, por otro, el posicionamiento de la televisión con plena hegemonía en la década de 1980. El autor caracteriza a cada una de esas esferas con lógicas distintas. La esfera política se caracteriza por tener una lógica de construcción de colectivos identificantes a largo plazo. La esfera de los medios, en cambio, tiene una lógica de corto plazo, regida por el marketing y el consumo. En esta última esfera, el proceso de producción de discursos hace que los políticos tengan que reinventarse y generar nuevas estrategias discursivas para seguir en vigencia. Del lado de reconocimiento, la mediatización de lo político hace que los colectivos identificantes sean de corto plazo y se habiliten nuevas formas de participación política.

Siguiendo a Verón (1995), los colectivos identificantes podrían definirse como un conjunto de actores sociales determinado, compuesto por sujetos sociales que poseen ciertas características en común. Formar parte de este colectivo tiene un beneficio simbólico que hace que los sujetos fortalezcan su sentido de pertenencia, se identifiquen y se reconozcan con otros. En nuestro trabajo, entendemos que estas colectividades identificantes pueden encontrarse en los discursos digitales de las publicaciones y comentarios de las dos páginas de Facebook seleccionadas: *Todo Negativo* y *No a la Dictadora K*.

Por otro lado, debemos destacar que en el proceso de hipermediatización, el acceso a la información ya no depende únicamente del acontecimiento construido y transmitido a través de los medios masivos tradicionales. Tal como afirma Verón (2013) en *La semiosis social 2* sobre los medios con base en Internet: “la WWW comporta una mutación en las

condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación (p. 281).

Ahora bien, es importante hacer referencia a otros trabajos que también abordan la mediatización de lo político en la era contemporánea ya que sus análisis resultan útiles para entender las particularidades de estos procesos que nos interesan retomar. En *La política de los internautas* (2012), Fausto Neto, Carlón y Slimovich se focalizan en el análisis de nuevos casos de circulación discursiva. Trataremos de reponer sus trabajos para profundizar el entendimiento sobre las características de estos procesos intermediáticos.

Fausto Neto (2012) trabaja con un caso en el cual una columnista de un diario brasileño es despedida por publicar un artículo que, según las conjeturas, no concordaba con el posicionamiento político de la línea editorial. Cabe destacar la modalidad de respuesta de los internautas ante el hecho y lo que el autor denomina “acontecimiento intermediático” en el marco de una “nueva arquitectura del ámbito de la mediatización” (p.2). El despido de la periodista fue levantado por otros medios y en diversos comentarios de internautas. En este sentido es que entran en escena las políticas de los internautas que se componen desde argumentaciones sobre la labor de la dirección editorial en blogs y diarios digitales en donde se trató el acontecimiento hasta un petitorio que circuló en la web en donde se intima al diario a reconsiderar su decisión. De esta forma, se puede observar cómo un acontecimiento -en este caso, el despido de una periodista de un diario- se “filtra” hacia otros medios tradicionales y a los nuevos medios con base en Internet. Las repercusiones y la viralización del caso hacen que, ante la difusión alcanzada en distintos sitios web y las repercusiones en las redes sociales, el propio editor del periódico brinde explicaciones sobre la situación.

Por otro lado y centrado en la red social Facebook, Slimovich (2012a) trabaja con los discursos políticos de los internautas, en la interacción entre el perfil del político, las publicaciones y los comentarios. Se focaliza en las páginas de Facebook de la ex presidenta Cristina Fernández y del entonces Jefe de Gobierno de la Ciudad Mauricio Macri. La autora analiza las modalidades discursivas y los modos de participación de los internautas. En su análisis se observa cómo en las páginas de Facebook de estos gobernantes se producen imbricaciones discursivas de lo político, lo informativo, lo publicitario y los géneros del entretenimiento. En cuanto a los modos de participación discursivos, en este trabajo se

sostiene que no todos los internautas adhieren necesariamente al político en cuestión y que a su vez “contestan de manera predominante por el logos o por el pathos (...) podemos afirmar que los comentarios introducen al adversario político, implantando la dimensión política y abriendo el espacio a un debate público” (p.20). Retomamos este trabajo ya que introduce una serie de modalidades discursivas aplicadas a comentarios, por lo que nos aporta herramientas teóricas para abordar el análisis de la participación de los internautas a través de los comentarios en las publicaciones de las páginas de Facebook de *No a la Dictadora K y Todo Negativo*.

Carlón (2012) también se centra en los discursos de Facebook pero, en su caso, al igual que Fausto Neto, se ocupa de un hecho particular como fue la transmisión televisiva de la Ley del Matrimonio Igualitario. Analiza, en parte, aquello que en la introducción hemos mencionado como puntos de contacto entre sistemas de medios: la cobertura televisiva del canal C5N de la votación en el Senado de la Nación y de lo que aconteció afuera del recinto. Además, incorporó los comentarios de aquellos internautas miembros de la página de Facebook del canal. El autor se pregunta por el estatuto de estos enunciadores y construye una categoría que es la del “sujeto espectador televisivo convergente” (Ídem:16). La transmisión en vivo de lo que estaba pasando en una red social permitió constatar una polisemia de discursos. El discurso emitido por C5N dejó de ser el único presente en la construcción del acontecimiento para encontrarse en una red de discursos en simultáneo.

Por otro lado, Slimovich (2016a) afirma que “la mediatización de lo político en la era contemporánea contempla distintos modos de imbricación entre los medios masivos y las redes sociales” (p.1), por lo que buscaremos en nuestro corpus las formas en que se ponen en relación ambos sistemas de medios o, en términos de Carlón (2015, 2016), cuáles son los puntos de contacto intersistémicos entre medios masivos y redes sociales. Asimismo, la autora plantea que la mediatización y digitalización del discurso político habilita nuevas prácticas sociales, entre ellas, nuevas estrategias mediáticas de uso de redes sociales por parte de los funcionarios públicos. Sumado a esto, también se abren nuevas formas de participación en redes sociales por parte de los internautas comunes que operan sobre los discursos políticos digitales. En este sentido, Slimovich (2012a) clasifica los comentarios de los internautas en las redes sociales tomando como corpus los discursos presentes en el Facebook de Cristina

Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. Observa el tipo de discurso que se construye en los comentarios, qué sentidos retoman de las publicaciones y si sus argumentaciones operan principalmente apelando a la lógica o a las emociones. Tomaremos esta clasificación para aplicarla en los comentarios de nuestro corpus de análisis.

Otro punto a destacar sobre la imbricación de los medios masivos y las redes sociales está vinculado a las competencias y conocimientos previos que un internauta debe poseer para comprender y apropiarse de los discursos de las redes sociales. Tal como lo indica Slimovich (2016b), las discursividades digitales suponen “un proceso de apropiación de los discursos informativos televisivos” (p.112). Además, las relaciones entre sistemas de medios pueden darse no sólo con la televisión, sino con otros medios masivos como la prensa gráfica, lo cual podremos identificar más adelante en los capítulos 3 y 4 de nuestro análisis.

Estas investigaciones recientes nos permiten comenzar a dilucidar lo compleja que puede llegar a ser la circulación contemporánea y nos invitan a repensar las formas de comunicar, ya que no sólo estamos ante la presencia de fenómenos de convergencia de dispositivos tecnológicos sino también ante la convergencia de diferentes posibilidades de enunciación de los discursos políticos y las prácticas sociales.

2.3. Digitalización de lo político: nuevas estrategias para hacer y participar en política

El proceso de digitalización de lo político dio lugar a una mayor visibilidad de los discursos generados por la sociedad civil y, en algunos casos, han llegado a interpelar directamente a funcionarios públicos y políticos. Esto generó que la política incorpore en su proceso de mediatización a las redes sociales ya que, al mediatizar desde dos polos, es decir, desde los políticos hacia la sociedad civil a través de los medios masivos y desde la sociedad civil al político por medio de las redes sociales, esta última puede ejercer presión a partir de las opiniones y expectativas expresadas. Este proceso fue consecuencia de procesos mediáticos de convergencia y divergencia, mediante los cuales se fusionaron lenguajes, dispositivos tecnológicos y soportes, abriendo así posibilidades de conjugación y complementación de lenguajes -sonoro, escrito, visual- y materialidades discursivas que anteriormente se habían encontrado separadas. En este sentido, podemos afirmar que una de

las características claves de la digitalización de lo político es que el discurso analógico de los medios de comunicación masiva se vuelve digital, binario, compuesto por ceros y unos, dentro de una interfaz de pantalla de computadora o dispositivo móvil.

Tal como indica Slimovich (2016a) “la digitalización de la política, esto es, la inserción de lo político en los medios con base en Internet, se encuadra en una nueva fase de la mediatización” (...) “supone operaciones de apropiación de lo televisivo” (p.112). Es decir, si bien los contenidos ya no están centrados sólo en los medios de comunicación tradicionales en los cuales los discursos políticos estaban presentes a través de soportes tales como la prensa gráfica, radio o televisión, comprender los discursos digitales generalmente implica un conocimiento previo del tema o del manejo de lógicas de los medios tradicionales. Es fundamental para entender el proceso de circulación de discursos en general y de los discursos políticos en particular la relación de complementariedad e imbricación entre medios masivos y redes sociales.

En otro nivel, la digitalización de lo político trajo transformaciones en el discurso político, tanto en dirección descendente por parte de las redes sociales de los funcionarios políticos, como también en dirección ascendente desde la sociedad civil. Estas transformaciones tienen que ver con los distintos modos de hacer política a los cuales se vieron enfrentados los políticos para seguir en vigencia, con las nuevas modalidades de interacción posibles entre los internautas y con la direccionalidad y circulación de los discursos. En definitiva, la digitalización de lo político no fue sólo un cambio de lenguaje, soporte y materialidad discursiva, sino que abrió la posibilidad de nuevas estrategias de discurso político y nuevas formas de participación e interactividad ciudadana.

2.4. Redes sociales y política argentina en la circulación contemporánea

Como mencionamos en el apartado anterior, la digitalización de lo político es un proceso que genera cambios en las formas de hacer política y de comunicar, desde una campaña para las elecciones hasta la agenda de los políticos. Actualmente, los gobernantes y sus asesores incorporan a los nuevos medios con base en Internet para difundir sus políticas, atraer votantes y comunicarse con la ciudadanía. En Argentina, Mauricio Macri y Cristina

Fernández de Kirchner han sido exponentes de estas prácticas. El surgimiento de las redes sociales puso en evidencia la necesidad de adaptar el discurso político a una ciudadanía que demandaba mayor participación e intercambio comunicativo, ahora posibles a través de las redes sociales. Facebook y Twitter son las redes principales que utilizan los gobernantes para sus discursos políticos. Podría plantearse que, a diferencia de la política mediatizada por los medios masivos, en el marco de una sociedad hipermediatizada (Carlón, 2015) la participación de los internautas comunes en las redes sociales de los políticos produce una ilusión de cercanía con los mismos bajo una posibilidad de que sean efectivamente los funcionarios los que respondan o los que lean sus comentarios e interacciones. Un ejemplo de ello es cuando la cuenta de Twitter de un gobernante o su página de Facebook realiza una publicación y los seguidores responden con reclamos o felicitaciones interpelando directamente al funcionario.

La campaña realizada para las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina fue la primera en la cual se incorporaron redes sociales como una estrategia definida (Slimovich, 2016b). Esto no significa que la campaña electoral se haya desarrollado sólo en los nuevos medios sino que implicó por parte de los candidatos adaptar el discurso político a la lógica de las redes, a la vez imbricada con la lógica de los medios masivos.

Gindin (2015) se ocupa de analizar los tweets de la ex presidente Cristina Fernández de Kirchner entre mayo y junio de 2014 y destaca aquellos discursos relacionados a ciertos acontecimientos durante su gobierno como los aumentos en la Asignación Universal por Hijo (AUH) o el lanzamiento del Plan SUMAR. La autora, entre otros interrogantes, se plantea “¿qué permite Twitter?, ¿qué hay de específico aquí que no logra a través de una cadena nacional, o de un comunicado oficial?”(p.143). Estos interrogantes nos interesan para intentar focalizar en las estrategias del orden del hacer y del decir que tienen que adaptar -y en algunos casos crear- los políticos en las redes sociales. Con base en su análisis de los tweets, la autora destaca algunas operaciones que utiliza la ex presidenta para dirigirse a sus seguidores. En particular, sostiene que en Twitter se produce “una ruptura de la relación jerárquica y (...) supuesta horizontalidad” (p.142) que entendemos está dada por lo que indicamos anteriormente: la posibilidad de que sea Cristina Fernández de Kirchner quien responda. Sin embargo, el estatuto entre quien maneja la cuenta, es decir, un enunciador broadcast y los

internautas, sigue siendo desigual. Indica a su vez que la interfaz de la red habilita una “comunicación de uno-a-uno de yo-a-vos sin intermediarios” (p.144) uniendo “lo personal-afectivo con la ilusión de la comunicación directa” (Ídem). Por otro lado, destaca que los tweets son utilizados no sólo para dirigirse a los seguidores sino también a quienes el gobierno identificaba como opositores.

Por otro lado, Slimovich (2017a) se ocupa de las estrategias discursivas desplegadas por Mauricio Macri en Facebook y Twitter durante tres períodos electorales: su postulación a la reelección como jefe de Gobierno de Buenos Aires en 2010, el período en el que resulta reelecto durante 2011 y, por último, durante las PASO⁸ y su elección como presidente en el 2015. Lleva a cabo un análisis de las publicaciones en tres niveles: los motivos temáticos vinculados a lo público y a lo privado, la destinación de las publicaciones y las operaciones de apropiación de lógicas y contenidos de otros medios. Sus conclusiones en relación a esto último es lo que nos interesa destacar ya que dan cuenta de la interrelación entre las lógicas de los medios masivos tradicionales y los nuevos medios. Slimovich destaca que sobre todo durante la campaña presidencial del 2015 se registran “modos de convergencia de contenidos de la televisión” (p.18), para los casos en que insertan spots publicitarios en Facebook o actividades de campaña como el conocido “timbreo”. A su vez, el análisis identifica contactos entre los lenguajes de los nuevos medios cuando en la cuenta de Facebook del candidato se insertan hashtags o se invita a participar a los seguidores en Twitter y Facebook.

Con la mediatización y digitalización de lo político, las formas de hacer política han sufrido transformaciones de sus lógicas, al igual que los medios masivos, para adaptarse a demandas de participación, información y transparencia. Y especialmente, como afirma Gindin, para atraer votantes. Con la emergencia de los nuevos medios y las redes sociales los gobernantes han encontrado nuevas formas de acercarse a la ciudadanía que dieron lugar un tipo de discurso político digitalizado y mediatizado particular.

⁸ Las siglas PASO responden al nombre otorgado a las elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias que se desarrollan con anterioridad a las elecciones nacionales con el objetivo de que la ciudadanía pueda elegir quiénes serán los candidatos y las listas electorales. Las PASO se crearon en 2009 bajo la sanción de la Ley Electoral 26.571.

2.5. Política y estereotipos en la dimensión temática de los discursos

En el marco de la mediatización y la digitalización de lo político de la circulación contemporánea, de todos los discursos que circulan en el universo mediático, tanto de medios de comunicación masiva como medios con base en internet, nos interesan cuatro medidas políticas promovidas por el gobierno de Mauricio Macri porque sostenemos que nos permiten postular que de aquellas se desprenden dos modelos de país enfrentados. Como mencionamos anteriormente, a partir de la noción de motivo temático de Segre (1985), nos centraremos desde una perspectiva semiótica en el análisis de la dimensión temática de los discursos presentes en la circulación hipermediática de estas medidas para poder caracterizar los dos modelos de país. Tomamos la noción de dimensión temática de un discurso de Steimberg (1993) que retoma de Segre (1985) para entenderla como aquel carácter exterior al contenido del texto que está “circunscripto en la cultura” y hace referencia a “acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto” (p.44). Destaca la diferencia entre tema y motivo temático, en la cual el motivo temático, si bien “también puede caracterizarse por una relación de exterioridad similar, sólo se relaciona con los sentidos generales del texto por la inclusión en un tema” y el tema “sólo puede definirse en función de los sentidos del texto en su globalidad” (Ídem).

También sostenemos que algunos motivos temáticos se condensan en estereotipos. Para analizarlos nos basamos en la definición de Gamarnik (2009) quien afirma que “un estereotipo es una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple (...) es un proceso reduccionista que suele distorsionar lo que representa, porque depende de un proceso de selección, categorización y generalización, donde por definición se debe hacer énfasis en algunos atributos en detrimento de otros” (p.1). En este sentido, es interesante dar cuenta del mecanismo reduccionista bajo el cual operan y se construyen los estereotipos ya que reducen a un número de categorías algo mucho más complejo con el objetivo facilitar el proceso cognitivo de la realidad.

Cabe destacar que los estereotipos mayormente condensan la visión de -y son construidos por- un grupo social determinado sobre otro. En otras palabras, los estereotipos están atravesados por la dominación de grupos hegemónicos que naturalizan representaciones

sociales como si fuesen las únicas posibles y en la construcción de esos estereotipos se ponen en juego elementos que implican juicios valorativos. Es allí donde existe un punto polémico, tal como lo afirma Gamarnik (2009): “el problema está en que la selección de rasgos distintivos de los otros, realizada por un sector dominante, se acepta como representativa” (p.1).

Para entender la noción de estereotipo de Gamarnik no podemos dejar de mencionar a la noción de lugar común que Barthes retoma de Aristóteles en *La Antigua Retórica* ya que están íntimamente relacionadas. Para Barthes (1970), los lugares comunes refieren a lugares formales comunes a todos los temas. Tal como afirma el autor, los lugares comunes son “formas vacías, comunes a todos los argumentos” y se los define también “estereotipos, proposiciones remanidas” (p.57). Estas “formas vacías” y proposiciones repetidas con frecuencia nos indican la entidad e importancia que tienen en el marco de una sociedad. Para que los estereotipos circulen en la producción social de sentido necesitan, por un lado, ser legitimados por la sociedad y, en consecuencia, ser verosímiles. No es necesario que sean verdaderos sino verosímiles. Tal como afirma Barthes cuando menciona la retórica aristotélica: “lo verosímil es una idea general que se basa en el juicio que elaboran los hombres en base a experiencias e inducciones imperfectas” (p.53). Esta imperfección y verosimilitud que destaca el autor es lo que, de alguna manera, Gamarnik pone de relieve cuando afirma que los estereotipos son construidos y tienden a mostrar sólo una parte de los significados posibles, generalmente impulsados por los sectores dominantes y que aquellos son aceptados como representativos.

La noción de motivo temático de Segre (1985) nos brinda las herramientas semióticas para poder reconocer los sentidos que se presentan en la circulación hipermediática de cada de una de las medidas analizadas. Bajo esta noción se identificarán motivos temáticos en los diversos discursos presentes en el sistema de medios masivos y el sistema de redes sociales. Analizaremos las regularidades de estos motivos temáticos, su presencia en los distintos sistemas de medios, los medios masivos y/o redes sociales en los que aparezcan y los sentidos que se desprenden de cada uno de ellos.

Ambos autores nos ayudarán a observar las relaciones, diferencias y similitudes entre motivos temáticos, dando cuenta del sentido hegemónico que prepondere para construir los

modelos de país. De esta forma, podremos identificar en las regularidades temáticas presentes en el período de circulación de las medidas aquellas que sean y nos permitan construir los modelos de país.

2.6. Los casos de Todo Negativo y No a la Dictadora K

Para el análisis se seleccionaron dos páginas de Facebook: *No a la Dictadora K* y *Todo Negativo*. *Todo Negativo* (ver imagen 1; Todo Negativo, 2011) se creó el 1 de enero de 2011 y aclara que “*todo el contenido de esta página, corre por responsabilidad de los editores y es una sátira de la realidad, con humor*”.

Todo Negativo⁹

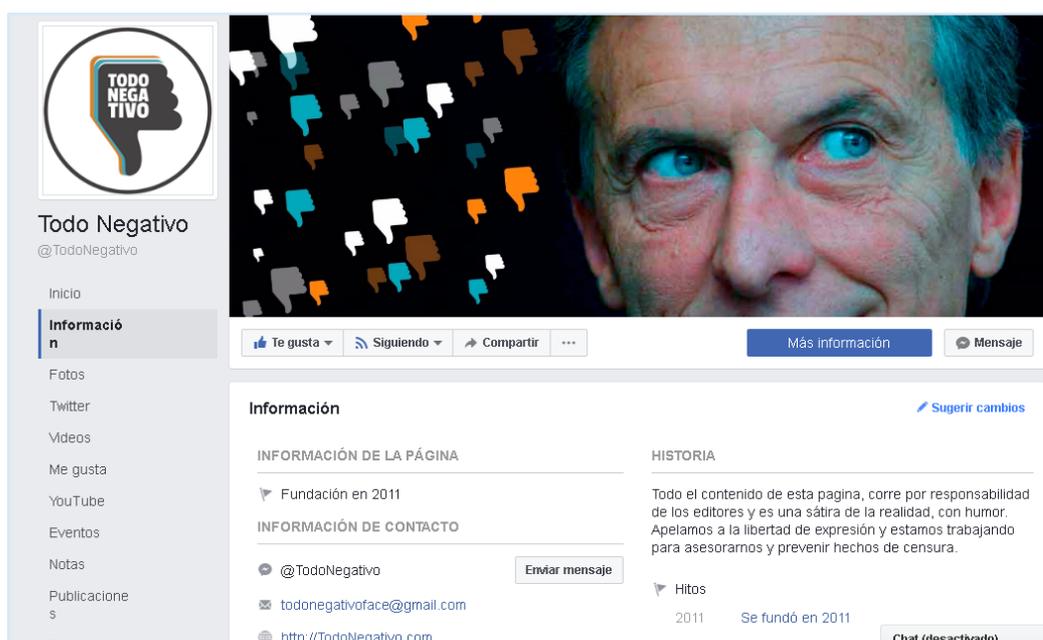


Imagen 1

Además, desde su nombre, hace alusión a “*Todo Noticias*”, señal de cable de televisión privada que pertenece al Grupo Clarín, holding económico al cual el kirchnerismo enfrentó en una pelea discursiva y legal que tuvo como corolario la Ley de Servicios de

⁹Al día 20/06/2017 la página Todo Negativo cuenta con 376.180 seguidores.

Comunicación Audiovisual (LSCA), sancionada en 2009. En el artículo 45 de la ley 26.522¹⁰ se establece un número límite de licencias que pueden pertenecer a una misma persona de existencia visible o ideal en el orden nacional y local, con el objetivo de velar por la democratización y desconcentración de la propiedad de los medios masivos de comunicación. El Grupo Clarín supera este límite por lo que la relación con el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner presentó conflictos a lo largo de la gestión.

Por otro lado, *No a la Dictadora K* fue creada el 21 de Diciembre de 2012, fecha de su primera publicación. Se define como una página dedicada a “información política en general”¹¹. Al finalizar esta tesina la página de Facebook original de *No a la Dictadora K* fue eliminada y reemplazada por otra que, si bien lleva el mismo nombre, tiene un número mucho menor de seguidores y no mantiene las mismas publicaciones. De todas formas, se incluyen capturas y links de la página original que fueron consultados y guardados para poder hacer un seguimiento del análisis.

Al inicio de esta tesina, ambas páginas tenían más de cien mil seguidores, número que consideramos suficiente para poder trabajar con ellas, tanto por la frecuencia de las publicaciones como por su interacción en los comentarios. Nuestro interés en ellas se basa en que son un ejemplo de “la entrada voluntaria del consumidor en la producción” (Toffler,1980:177) y junto a ella la emergencia de un nuevo sistema de mediatización asociado a nuevas prácticas sociales (Carlón, 2016a). Ambas se caracterizan por retomar noticias y temáticas coyunturales para someterlas a debate. Las publicaciones varían desde producciones más amateurs hasta gráficas elaboradas con programas de edición. A veces retoman contenidos de otras páginas y, en su mayoría, el administrador o los administradores, suben una publicación diaria como mínimo.

Si observamos ambas páginas podemos identificar diferentes niveles de generación de contenidos. Esto se refiere a internautas que consumen discursos a la vez que responden con discursos, reproduciendo información y generando contenidos nuevos. Las redes sociales

¹⁰ Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm> [Consultada el 26/06/2017]

¹¹ Consultada el 08/01/2017 en <https://www.facebook.com/pg/NoALaDictadoraK>

permiten que cualquier persona con acceso a Internet y con un conocimiento mínimo del funcionamiento de las mismas pueda redactar textos, subir contenido, compartir videos, etc. Asimismo, la interfaz de Facebook permite que el contenido que los prosumidores generan se masifique y viralice a través del botón *Compartir*. La inmediatez de esta posibilidad habilita, en general, a la reproducción de información que no está chequeada en la veracidad de sus fuentes.

Si observamos que la interacción y participación en *Todo Negativo y No a la Dictadora K* tienen diversas escalas. A simple vista podemos hacer una distinción entre tres niveles dentro de cada página. En primer lugar se encuentra/n el/los administrador/res, encargados de la generación de los contenidos centrales de las páginas: las publicaciones. En segundo lugar, están aquellos internautas que comentan las publicaciones. Su prosumo puede ser de dos tipos: la elaboración de un texto solo o bien aquel acompañado a menudo por una imagen o *meme*. Por último, puede observarse que algunos internautas interactúan a través de un *me gusta* o compartiendo la publicación en su propia biografía únicamente.

Por último, nos interesa mencionar que en el análisis también nos proponemos indagar la interacción entre las publicaciones de las páginas de Facebook seleccionadas y los comentarios de los internautas. Para ello nos resulta útil retomar la clasificación que establece Slimovich (2012a), quien propone siete categorías de modalidades discursivas de comentarios: los *seguidores argumentadores lógicos* son aquellos que construyen su argumentación a favor del sentido planteado por las publicaciones de las páginas y que a su vez construyen un contradestinario utilizando pruebas del tipo lógico; los *seguidores argumentadores pasionales* son aquellos que en su argumentación a favor de la publicación, utilizan diversos recursos retóricos y apelan a las emociones y figuras hiperbólicas sin necesidad de hacer referencia al tema de la publicación; *opositores argumentadores pasionales* son los que en su discurso, al igual que los anteriores, utilizan las emociones pero en contra del sentido de la publicación; *seguidores comentadores* refieren a quienes no definen un adversario político pero su discurso se construye a favor de la publicación; también existen los *seguidores imitadores*, aquellos internautas que en sus comentarios retoman motivos temáticos de la publicación; *comentaristas demandantes* cuyos discursos son pedidos o consultas sin referencia a la publicación en sí y, por último, los *comentaristas*

interpretadores que responden a otros internautas recuperando motivos temáticos y argumentaciones de aquellos. Esta clasificación nos permitirá comparar la participación de los internautas en ambas páginas de Facebook e identificar los motivos temáticos presentes en sus argumentaciones.

2.7. Otridad, antagonismo y agonismo: no hay democracia sin conflicto

Nuestro objeto de estudio y nuestro trabajo están atravesados por dos dimensiones importantes: lo político y la otridad. La primera, en términos de Mouffe (2007), se encuentra en nuestro objeto de estudio ya que estudiamos los discursos que circulan en una sociedad determinada, alrededor de las medidas políticas tomadas por Cambiemos en su primer cuatrimestre de gestión que nos permiten hablar de dos modelos de país enfrentados. La segunda, también está presente, ya que analizamos discursos que, hacen referencia a los mismos temas en sentidos opuestos y en relación a un “otro” constantemente, ya sea el “otro” un partido político, un sujeto social, un gobernante o incluso a una/otra identidad colectiva.

Tal como afirma la autora:

En el campo de las identidades colectivas, se trata siempre de la creación de un ‘nosotros’ que solo puede existir por la demarcación de un ‘ellos’. Esto, por supuesto, no significa que tal relación sea necesariamente de amigo/enemigo, es decir, una relación antagónica. Pero deberíamos admitir que, en ciertas condiciones, existe siempre la posibilidad de que esta relación nosotros/ellos se vuelva antagónica, esto es, que se pueda convertir en una relación de amigo/enemigo. Esto ocurre cuando se percibe al ‘ellos’ cuestionando la identidad del ‘nosotros’ y como una amenaza a su existencia. (Mouffe, 2007, p.22)

En este párrafo Mouffe sintetiza la posición desde la cual abordamos la relación con el otro -político-. Para construir un “nosotros” es porque se ha construido un “ellos”. En esa relación de otridad es que se encuentran los discursos de *Todo Negativo y No a la Dictadora K*. En este sentido, nos centramos en la dimensión de lo político, entendiéndola no sólo como “constitutiva de las sociedades humanas” sino también como fundamental para el proceso democrático y el fortalecimiento de la participación social. En la intersección entre ambas

nociones -lo político y la otredad-, entendemos que la construcción de un adversario es una forma de hacer política y que, al construirlo, se lo reconoce como sujeto legítimo para el devenir del proceso democrático. Siguiendo a Mouffe, la relación con el otro y, especialmente en el caso de las identidades colectivas, puede plantearse en términos antagonistas de amigo/enemigo o agonistas. El agonismo habilitaría el fortalecimiento democrático al reconocer al otro como un adversario legítimo y digno de entrar en diálogo en las discusiones políticas. En cambio, el antagonismo, inhibiría el proceso democrático ya que al construir una relación de amigo/enemigo se intenta eliminar al enemigo y eso anularía la posibilidad de diálogo.

Otro punto importante de destacar es la dimensión afectiva de lo político. Los discursos políticos tienen un componente fundamental que interpela al sujeto social desde un lugar emocional. No se puede pensar lo político como algo exhaustivamente racional. En una adhesión política se ponen en juego algo más que razones, argumentos o explicaciones inteligibles, sino que también operan emociones, apegos y desapegos, afectos, elementos que responden más a lo irracional. Este aspecto del orden de lo afectivo nos interesa particularmente, ya que en las publicaciones y comentarios que estudiamos tienden a observarse argumentaciones del tipo emocional para explicar o justificar la adhesión o rechazo a una identidad político colectiva. Lejos de deslegitimar estos discursos, los tomamos como una de las formas que toma lo político en nuestra sociedad posmoderna y postindustrial.

En resumen, cuando planteamos que en los discursos presentes en la circulación hipermediática se sedimentan dos modelos de país enfrentados discursivamente nos referimos también a estas relaciones de otredad. Para poder representarlas, hemos decidido trabajar con la noción de motivo temático y estereotipo. Para poner un ejemplo ilustrativo, cada vez que un internauta, ante una publicación sobre los despidos en el Estado, se refiere a estos trabajadores como “ñoquis” o “militantes pagos” se desprende una determinada concepción del trabajador que construye un modelo de país en particular. Esto se desarrollará en cada uno de los análisis de la circulación de las medidas políticas. Con todo esto, proponemos entender la circulación contemporánea de los discursos como sedimentaciones de dos modelos de país, en un marco de democracia, en el cual el conflicto es un elemento constitutivo de la misma, y a la vez fundamental para su fortalecimiento.

Capítulo 3. Primeros pasos de Cambiemos: despidos en el Estado y Protocolo de actuación en manifestaciones públicas

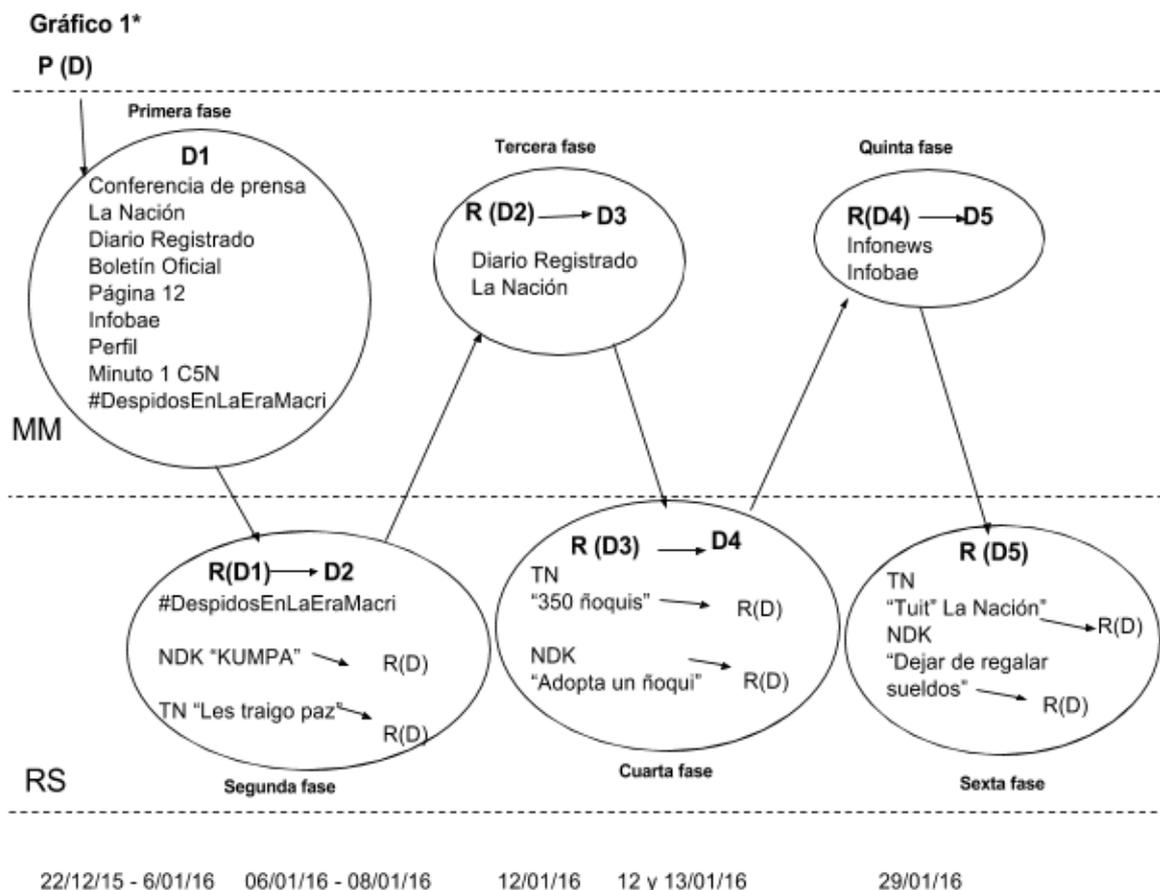
3.1. Despidos en el Estado: la medida y sus condiciones de producción

Esta medida fue una de las primeras decisiones que tomó el gobierno del actual presidente Mauricio Macri, mediante la cual, por medio del Decreto 254/2015 sancionado el 24 de diciembre del 2015, el Estado se propone, entre otras cosas, *“la transparencia de gestión, como así también ponderar la idoneidad de los recursos humanos existentes con el propósito de fortalecer el servicio civil en el contexto de una administración pública eficiente al servicio que debe prestarse a la ciudadanía”*¹². La sanción de este decreto dio comienzo a una serie de despidos de trabajadores en el sector público, como consecuencia de un proceso de revisión de los modos de ingreso a puestos laborales en dependencias estatales y su permanencia en ellos.

3.1.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico

En el Gráfico 1 se representa a continuación la circulación discursiva de la medida por la cual se decretan los despidos en el ámbito estatal. Dado que los mismos se sucedieron en distintos ámbitos durante los primeros meses de la gestión del gobierno de Cambiemos, se realizó un recorte que comienza el 22 de diciembre de 2015 fecha en la cual el Ministro de Modernización de la Nación sostiene una conferencia de prensa anunciando la revisión de los contratos de empleados públicos. Luego, se abordan las diversas fases que atraviesa la circulación de la medida en ambos sistemas de medios y se detallan los despidos realizados en distintos ámbitos estatales y sus repercusiones. Por último, el análisis finaliza el 22 de enero, con los despidos sucedidos en el Ministerio de Cultura de la Nación.

¹² Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257348/norma.htm> [Consultado el 17 de agosto de 2016].



*Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015).

3.1.2. Primera fase: anticipando los despidos y la sanción del Decreto 254/2015

El 22 de diciembre de 2015, el Ministro de Modernización de la Nación Andrés Ibarra anunció en una conferencia de prensa la revisión de contratos laborales otorgados por el sector estatal (ver imagen 2; *Ámbito Financiero*, 2015). Anticipa también públicamente que en los días siguientes el gobierno promulgaría un decreto para evaluar el estado del empleo público.



Imagen 2

Tomamos este discurso como origen del caso ya que es la primera vez que desde un enunciador oficial se difunde la noticia de la reestructuración estatal. Luego, el 22 de diciembre del 2015, un editorial de La Nación se titula “Ñoquis en el Estado: hay 4 millones de empleados públicos, de los cuales entre el 5% y 7% serían ‘fantasma’” (ver imagen 3; La Nación, 2015). Se presenta el estudio de una agencia privada en el cual diferentes cifras dan cuenta de la cantidad de contrataciones en el Estado de empleados que efectivamente no se presentan a trabajar, ya sea porque son contratos falsos, porque mantienen largas licencias o inclusive porque fallecieron. El común entre ellos es que el salario lo perciben más allá del control que pudiera haber para corroborar su identidad al trabajo. Por otra parte, la nota también realiza una clasificación de estos empleados según si han sido contratados por un favor político, por ser militantes o bien porque un familiar trabaja en el Estado y les consigue un puesto, entre otras posibilidades. El motivo temático que predomina en la nota es aquel que define al trabajador estatal como un ñoqui, es decir, aquel que cobra un sueldo pero no trabaja. Podemos corroborar que aquel está relacionado con otros dos motivos temáticos: el de la militancia y el de las pérdidas de dinero que generan estas contrataciones improductivas al estado. Este estudio se constituye en una “prueba” de la necesidad de organizar las contrataciones en el Estado.

Ñoquis en el Estado: hay 4 millones de empleados públicos, de los cuales entre el 5% y 7% serían "fantasma"

Distintos estudios de KPMG indican que cobran un promedio de 8000 pesos sin trabajar; según estimaciones, el gasto en sueldos ascendería a \$20 mil millones anuales

Imagen 3

Por otro lado, el 23 de diciembre del 2015, Diario Registrado también retoma el estudio de la agencia privada que detalla La Nación. La nota se titula “¿Macri planea despedir a decenas de miles de empleados públicos?” y en su bajada detalla que “un estudio privado (...) dice que el 7% de los empleados públicos son ñoquis (...)” (ver imagen 4; Diario Registrado, 2015). El editorial anticipa que el gobierno utiliza el informe privado para justificar la decisión de despedir empleados públicos. En el cuerpo de la nota se compara este accionar con el impulsado durante el gobierno del ex presidente Carlos Saúl Menem. Encontramos un motivo temático que hace referencia a una política de ajuste y un segundo motivo temático que hace referencia a los años 90, comparando al nuevo gobierno.

The screenshot shows the top section of the Diario Registrado website. At the top left, there is a weather widget for Buenos Aires showing a temperature of 25.6°C and a humidity of 77%. The main header features the logo 'DIARIO REGISTRADO' and the date 'Martes 03 de enero de 2017'. Below the header, there are navigation menus for 'Secciones', 'Suplementos', and 'Programas de TV'. The main content area displays the article title '¿Macri planea despedir a decenas de miles de empleados públicos?' under the category 'POLÍTICA / DEJA VU'. A short summary follows: 'Un estudio privado de dudosa base científica, dice que el 7 por ciento de los empleados públicos son "ñoquis". Los medios monopólicos, en tanto, comienzan a agitar la necesidad de realizar un ajuste en el sector.' At the bottom of the article preview, it says 'De la Redacción de Diario Registrado / Miércoles 23 de diciembre de 2015 | 08:17'.

Imagen 4

Podemos observar que en ambos editoriales aparece el motivo temático de los “ñoquis” para caracterizar a los trabajadores del Estado, pero con algunas diferencias ya que el editorial de La Nación se la utiliza de una forma negativa para designar a las personas que se desempeñan en puestos estatales, obteniendo un salario a pesar de que no trabajan realmente mientras que en la nota de Diario Registrado se utiliza con comillas para relativizar el término e indicar que no todos los trabajadores que el gobierno planeaba despedir, eran ñoquis.

El 24 de diciembre del 2015, lo que antes era una posibilidad se hace oficial mediante el Decreto 254/2015 tras su publicación en el Boletín Oficial, órgano de difusión institucional (ver imagen 5; Boletín Oficial, 2015).

The image is a screenshot of the official website of the Boletín Oficial de la República Argentina. At the top left is the logo of the Argentine Republic. The main header includes navigation links for 'INSTITUCIONAL', 'TARIFAS', 'PRODUCTOS Y SERVICIOS', 'REGISTRO DE FIRMAS', and 'LINKS'. Below this is a search bar with fields for 'Nombre de Usuario' and 'Contraseña', and a button for 'Ingreso de Suscriptores'. A navigation menu below the header lists sections: 'PRIMERA SECCIÓN (Legislación y Avisos Oficiales)', 'SEGUNDA SECCIÓN (Sociedades)', 'TERCERA SECCIÓN (Contrataciones)', and 'CUARTA SECCIÓN (Dominios de Internet)', along with 'Extranet Oficial', 'Delegación Virtual', and 'Precargados'. A yellow banner with a warning icon states: 'Versión electrónica del Boletín Oficial. Conforme el Decreto N° 207/2016, la publicación del Boletín Oficial de la República Argentina en su edición electrónica, produce idénticos efectos jurídicos que su edición impresa.' Below this is a breadcrumb trail: 'BUSCADOR AVANZADO > RESULTADO > DECRETOS > DETALLE'. The main content area features a search bar, social media icons, and a blue button for 'Búsqueda Avanzada'. The article title is 'ADMINISTRACIÓN PÚBLICA NACIONAL' with the subtitle 'Decreto 254/2015' and 'Procesos Concursales y de Selección de Personal. Revisión.' The text includes the date 'Bs. As., 24/12/2015' and a reference to 'VISTO la Ley Marco de Regulación del Empleo Público N° 25.164, su Decreto Reglamentario N° 1421/02, los Decretos Nros. 214/06 y 2345/08, y'. A 'CONSIDERANDO:' section is partially visible. On the right side, there are buttons for 'EDICIONES ANTERIORES' (with a date and search field), 'Biblioteca de Normativas', and 'Firma Digital PDF' (with a note to click for the step-by-step guide).

Imagen 5

El día de la sanción oficial no se observan réplicas en los medios masivos pero a partir del 29 de diciembre del 2015, aparecen discursos que hacen eco de la medida. En esa misma fecha, Página 12 titula una nota de la siguiente manera: “Un decreto para ‘revisar’ a los contratados” (ver imagen 6; Página 12, 2015) y en el cuerpo de la nota hace referencia al

principal objetivo del decreto que es evaluar las diferentes contrataciones de personal de los organismos estatales. Además detalla que la Asociación de Trabajadores del Estado (ATE) realizaría un paro ese día para protestar contra la medida. Al igual que en las notas anteriores aparece el motivo temático del ñoqui, pero en el mismo sentido que Diario registrado, es decir, relativizando la acusación de que todos son ñoquis. Por otro lado esto puede evidenciarse en los dichos retomados por el editorial del Secretario General de ATE, Hugo Moyano, quien señaló que podía existir algún ñoqui pero que la solución para esto eran más controles. Otro motivo temático que hallamos en la nota es el de la precariedad laboral de los trabajadores del Estado dado que la gestión anterior había dejado a aquellos de alguna manera en desventaja para reclamar los despidos.



Imagen 6

Por otra parte, el 29 de diciembre del 2015 Infobae publica una nota titulada “El gobierno revisará las designaciones de empleados públicos de los últimos 3 años” (ver imagen 7; Infobae, 2015a) en la cual amplía en qué consiste el decreto y detalla que las revisiones tienen que realizarse en 6 meses como máximo y que en los últimos años de la gestión kirchnerista “se ha verificado la realización de un número excepcional de concursos”. También se indica que ATE llevará adelante un paro ese mismo día. Los dos motivos temáticos que se presentan en la nota son el de la gestión de Cristina Kirchner, indicando que

hay más empleados públicos que los que se precisan y el de la depuración de la administración pública que llevaría adelante la nueva gestión.



Imagen 7

En ambos editoriales se anuncia que el gobierno poco a poco iría a evaluar los diferentes contratos y puestos en el Estado. El 6 de enero del 2016, Perfil publica en su sección de Política una nota titulada “Michetti empieza con los despidos en el senado” (ver imagen 8; Perfil, 2016). Desde su volanta se anticipa que los despidos se deben a las designaciones de planta permanente que realizó el ex vicepresidente Amado Boudou. Podemos decir que el principal motivo temático que se desprende del análisis es el de la herencia, haciendo alusión a la situación de diferentes reparticiones del estado, en este caso el Senado, producto del gobierno anterior. En el cuerpo de este artículo se observa que si bien la vicepresidenta Gabriela Michetti solicitó un relevamiento sobre el estado administrativo del Congreso que no finalizó, comenzaría a despedir empleados públicos. Otro motivo temático que hallamos en la nota es el de los ñoquis para describir a los empleados estatales que es recurrente en las notas anteriores.



Imagen 8

Por otro lado, la señal televisiva C5N en su canal de YouTube emite el 6 de enero un informe del programa periodístico Minuto Uno en el cual se analizan los despidos ocurridos desde los comienzos del nuevo gobierno, relevándolos según diferentes municipios (ver imagen 9; Minuto Uno, YouTube, 2016a). El principal motivo temático es el debate sobre si los despidos son o no ñoquis. El periodista indica que el gobierno no realizó un análisis previo para definir la situación de cada trabajador antes de ser despedido. Aparecen también motivos temáticos sobre los despidos en el Senado y en el Centro Cultural Néstor Kirchner para indicar que la situación se repite en varias reparticiones estatales. Durante todo el video puede observarse en la esquina superior derecha de la pantalla, el hashtag #DESPIDOSENLAERAMACRI, demostrando uno de los contactos intersistémicos que se producen en el marco de las condiciones de circulación contemporánea: el hashtag, propio de los discursos de las redes sociales, en este caso de Twitter, aparece en los medios masivos. De todas formas es preciso aclarar que en este caso el hashtag no proviene de un internauta común sino del mismo periodista que conduce el programa, Gustavo Sylvestre, que es además un enunciador broadcast.



Imagen 9

Esta primera fase tiene una circulación en sentido descendente, ya que su direccionalidad transcurre desde los medios masivos hacia las redes sociales, donde tiene lugar una segunda fase.

3.1.3. Segunda Fase: los “¿ñoquis?”

Esta fase se desenvuelve en el espacio de las redes sociales y tiene su comienzo el 6 de enero del 2016 cuando Gustavo Sylvestre, periodista de la señal de televisión C5N lanza en su cuenta de Twitter @GatoSylvestre el hashtag #DESPIDOSENLAERAMACRI (ver imagen 10; Sylvestre, 2016) convirtiéndolo en Trending Topic¹³ del día.



Imagen 10

¹³ Disponible en: <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/argentina/buenosaires-160106.html> [Consultado el 3 de marzo del 2017]

Aquí se puede ver un contacto intersistémico entre el sistema de medios masivos y el de redes sociales ya que el hashtag tuvo un lanzamiento simultáneo en el programa de televisión de Minuto Uno mencionado en la primera fase y, a su vez, desde la cuenta oficial de Twitter de Sylvestre.

Si observamos los tuits que reaccionaron al del periodista (ver imagen 11 y 12; Gonzalez y Delfino, 2016) podemos verificar que, por un lado, aparece el motivo temático de persecución ideológica como causa de los despidos y, por otro lado, se refuerza la figura de Gustavo Sylvestre como enunciador broadcast ya que, a diferencia de los medios que denomina como “oficialistas”, él sería quién a través de su programa le transmite la “verdad” a la ciudadanía.



Imagen 11 y 12

Otra pieza del análisis es una publicación de *No a la Dictadora K* del 8 de enero (ver imagen 13; No a la Dictadora K, 2016a) en la cual se compara los empleos que se perdieron durante el gobierno anterior para aducir que los despidos estatales, en cambio, corresponden porque eran ñoquis y que los “kumpas”-término que hace referencia a los compañeros de militancia- no reclamaron por estos despidos.



Imagen 13

Nuevamente aquí la publicación se refiere al término *ñoquis*, motivo temático que se reitera en la fase anterior y en las condiciones de producción de la sanción del decreto. Asimismo, si analizamos los comentarios (ver imagen 14 y 15; No a la Dictadora K, 2016a) se refuerza el motivo temático de la publicación con respecto a que todos los trabajadores del Estado son ñoquis pero no sólo los kirchneristas:

[Vania Kalp](#) Jaja si se les término el contrato ...pero no hay que ser ingenuos por que los nuevos que entran son los chupamedias.del nuevo gobierno .Así que en lugar de estas personas que se quedaron sin trabajo entraran los ñoquis.del Pro ...asi que nada cambio .

Imagen 14

[Fede Manolio](#) a ver la ñoqueada como cierra el orto!!!!!!!!!!!! manga de parasitos..cuando las empresas cerraban dejando gente sin ingresos uds llenaban la plaza d mayo de parrillas y compraban fernet en los super chinos de la 9 d julio..... ahora MAMENLA

Imagen 15

En *Todo Negativo* una publicación del 8 de enero vincula los despidos con otras medidas efectuadas por el gobierno y aparecen los motivos temáticos de la inflación, la represión, los despidos y la devaluación (ver imagen 16; Todo Negativo, 2016a). Podemos observar la figura de Mauricio Macri quien por un lado anuncia que de alguna manera su

gobierno “trae amor y paz” pero las medidas que ejecuta serían perjudiciales para la sociedad según *Todo Negativo*.



Imagen 16

En los discursos de algunos internautas (ver imagen 17 y 18; *Todo Negativo*, 2016a) este argumento también se refuerza como parte de un plan del gobierno que podría haberse anticipado.

Mercedes Moreno Uriburu Cuando D'Elia se emocionó hablando del amor se le cagaron de risa en todas partes.. lo gastaron.. y eso que se había emocionado posta o es muy buen actor... pero a este porque era rubiecito y forrado en guita, le creyeron todos!! Hay muchos que no se reconocen a sí mismos, pero son flor de discriminadores.. por no decir otra cosa...

Imagen 17

Romina Celano Poveda no entiendo cual es la sorpresa?? se esta cumpliendo todo lo que esperábamos cual un presagio!!! me indigna que por el odio hacia el anterior gobierno una migaja de pelotudos que le dio por ganada la presidencia y creyeron en un cambio y embarcaron al pais en esta cadena de desastres!! porque en definitiva este hdp esta beneficiando a los ricos y poderosos, y esta yendo directo al bolsillo de los trabajadores!!!

Imagen 18

De estas intervenciones se desprende el motivo temático del cambio, al cual los votantes del actual gobierno apoyaron y que, lejos de mejorar la situación del país, esto estaría perjudicando a los trabajadores.

En esta fase hay una direccionalidad horizontal por la interacción entre internautas comunes y una direccionalidad descendente entre la página -en tanto mantiene otro estatuto de enunciación- y los comentarios. El estatuto de la página es diferente dado que es quién propone las temáticas diarias y tiene además la potestad de regular los comentarios, inclusive el orden en el que aparecen.

3.1.4. Tercera Fase: los despidos en Arsat

Esta fase tiene una direccionalidad descendente y se desarrolla en el sistema de los medios masivos. Comienza con un artículo de Diario Registrado del 12 de enero que se titula “Trabajadores de ARSAT¹⁴ denunciaron despidos y persecuciones ideológicas” (ver imagen 19, Diario Registrado, 2016a). En su volanta podemos encontrar un tema propio del medio que es la revolución de la alegría, manera sarcástica de denominar el proceso de despidos y medidas llevadas adelante por el gobierno de Cambiemos. En la bajada de la nota se describe que los trabajadores son despedidos sin justificación y en su cuerpo que esto sucedió a pesar de que el actual presidente de la empresa de Telecomunicaciones, Rodrigo de Loredó, cuando asumió indicó que nadie se iba a quedar sin trabajo. Es interesante destacar que en la nota está inserta una captura de la página de Facebook que armaron los trabajadores de ARSAT como protesta (ver imagen 19b, Diario Registrado, 2016a) y es en base a esta publicación que se origina la nota. Esto demuestra que en la circulación contemporánea, los medios “descienden” hacia las redes sociales para buscar contenido. Aparecen dos motivos temáticos principales. Por un lado los despidos injustificados y por el otro el de la persecución ideológica ya que según los trabajadores de la empresa, sus perfiles de Facebook eran revisados para ver con quiénes hablaban y se relacionaban en las redes.

¹⁴ ARSAT responde a las siglas de Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad Anónima y está dentro de la órbita estatal.

The screenshot shows the top section of the Diario Registrado website. On the left, there is a weather widget for Buenos Aires showing a temperature of 19.8°C and 52% humidity. The main header features the newspaper's name "DIARIO REGISTRADO" and the date "Domingo 23 de abril de 2017". To the right of the header are social media icons for Facebook, Twitter, and RSS, along with a search bar. Below the header, there are navigation menus for "Secciones", "Suplementos", and "Programas de TV". A large banner with a blue and black pattern contains a yellow button that says "CONOCÉ MÁS". Below the banner, the article is categorized as "POLÍTICA / 'LLEGÓ LA REVOLUCIÓN DE LA ALEGRÍA'" and has the headline "Trabajadores de ARSAT denunciaron despidos y persecución ideológica". A short introductory paragraph states: "Empleados contratados por la empresa estatal aseguraron que comenzaron los despidos masivos y sin justificación por parte del gobierno de Mauricio Macri, y advirtieron que les 'miran los perfiles de las redes sociales' para ver con quién hablan."

Imagen 19

The screenshot shows a Facebook post from the page "Trabajadores de ARSAT defendiendo la soberanía", which was posted "hace aproximadamente un año". The post text reads: "LA REVOLUCIÓN DE LA ALEGRÍA LLEGÓ A ARSAT Ya están echando trabajadores intempestivamente y sin ninguna justificación. Los llaman y les notifican que no trabajan más en la empresa. Este accionar se contradice con las palabras del actual presidente, Rodrigo de Loredó (yerno del Ministro de Comunicación, Oscar Aguad), quien el día que se presentó a la empresa dijo que nos quedemos tranquilos, ya que nadie se iba a quedar sin trabajo. Entendemos que esto responde a una lógica de achicamiento del Estado y persecución ideológica para con los trabajadores que no condicen con su lineamiento político." At the bottom of the post, there are engagement metrics: 1.963 likes, 241 comments, and 4.383 shares.

Imagen 19b

En otra pieza del corpus de análisis también se tratan los despidos en ARSAT. Es una nota de La Nación del 12 de enero, titulada “Denuncian despidos por ‘cuestiones políticas’ en ARSAT” (ver imagen 20, La Nación, 2016a). Al igual que en Diario Registrado, La Nación indica que según los trabajadores, los despidos fueron sin justificación e indica que la empresa no ha dado explicaciones al respecto y aclara que esta situación se está repitiendo en otras áreas nacionales y provinciales. Se amplía que ese mismo día los trabajadores de ARSAT

concurrirán a una marcha para protestar contra los despidos y para “apoyar la marcha en favor de la libertad de expresión y en contra del despido a Víctor Hugo Morales, porque nos sentimos parte de estos actos de censura del actual gobierno nacional”. Hay en la nota un primer motivo temático que es el de la gestión de Cristina Kirchner, directamente relacionado con otro que es el de la persecución por cuestiones políticas dado que se considera que los despidos se habrían producido por la afinidad de los trabajadores con el gobierno anterior.



MENÚ LA NACION Política

Denuncian despidos por "cuestiones políticas" en Arsat

Trabajadores aseguran que hay "listas negras" y descartan que el criterio sea el mal desempeño laboral; hermetismo en la empresa estatal, que depende de Oscar Aguad

SEGUIR Augusto Denari Morrow LA NACION MARTES 12 DE ENERO DE 2016 • 15:31

Imagen 20

Tanto en la nota de Diario Registrado como en la de La Nación, a diferencia de la primera y la segunda fase, los despidos en el organismo estatal ya no están vinculados al hecho de ser o no *ñoquis*. No sólo no aparece este motivo temático sino que encontramos uno nuevo, el de la persecución ideológica o política ya que los despidos son causa de las afinidades de los trabajadores con el gobierno anterior. La direccionalidad de esta fase es también descendente

3.1.5. Cuarta Fase: nuevamente “ñoquis”

Esta fase la ubicamos nuevamente en el sistema de las redes sociales y está compuesta por los discursos en reconocimiento sobre los despidos en Arsat. En las páginas de Facebook de *No a la Dictadora K* y *Todo Negativo* se presentan dos sentidos enfrentados aunque se utilice en ambas publicaciones el término *ñoqui* para hablar de los trabajadores despedidos.

En la imagen 21 publicada el 12 de enero y sus respectivos comentarios, *Todo Negativo* parodia la presentación de una noticia y también de forma irónica detalla que los supuestos *ñoquis* de ARSAT son los mismos que durante la gestión de la ex presidenta tuvieron el logro de colocar el primer satélite hispanoamericano en órbita (ver imagen 21, *Todo Negativo*, 2016b).



Imagen 21

El primer comentario (ver imagen 22; *Todo Negativo*, 2016b) relata otros logros de la gestión del gobierno anterior como el plan ProCreAr o las jubilaciones a amas de caso. Se retoma el motivo temático de la persecución ideológica como causa de los despidos, comparando con el hecho de que el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner otorgaba los beneficios sociales sin distinción de afinidad política.

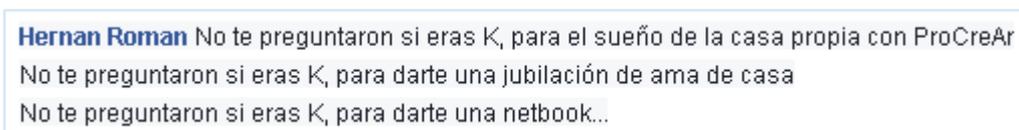


Imagen 22

El segundo comentario seleccionado (ver imagen 23; *Todo Negativo*, 2016b) aborda de una forma irónica crítica a aquellos sectores “*Sra bien*” que acusan a los trabajadores estatales de “vagos”, resaltando la importancia de ARSAT.

Andrea Barraza Arta de mantener vagos q solo ponen satelitillos en el espacio!!!...(lease con vos de Sra bien,papa en la boca,dólares liberados en su cartera y cabeza llena de helio)

Imagen 23

Por otro lado, como puede observarse en la imagen 24 del 13 de enero que pertenece a la página de *No a la Dictadora K*, el motivo temático del ñoqui aparece repetido como en la primera fase pero como parte de una campaña de adopción por parte de los “k” para mantener a estos empleados (ver imagen 24; No a la Dictadora K, 2016b). Nuevamente aparece la relación de los ñoquis con los militantes kirchneristas. De una forma irónica se “publicita” una “campaña nacional” que alienta a mantener *ñoquis* que han sido despedidos.



Imagen 24

En relación a la publicación, el primer comentario seleccionado (ver imagen 25; No a la Dictadora K, 2016b) hace alusión al motivo temático del *choripán*, que se asocia a una práctica clientelar del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner para incentivar a los ciudadanos a concurrir a los actos partidarios.

Nelson Jauregui el gordo esta saboreando el choripan antes de llegar a la parrilla...jajjjaja

Imagen 25

Por otro lado, la intervención del internauta en el segundo comentario seleccionado (ver imagen 26; No a la Dictadora K, 2016b) utiliza el término ñoqui, pero no lo hace en el mismo sentido que la publicación ya que sostiene que el motivo de los despidos no es su desempeño laboral sino su ideología política, motivo temático también presente en la fase 3.

Ram Singh LO MISMO Q LA MICHETTI.. Te hacen creer q son ñoquis pero se los echa por ideologías políticas.. Van a reemplazarlos por gente del PRO. Y vos, anti K ignorante te dejaste llenar la cabeza por TN. Disculpenme, pero ustedes la fiestita la estan viendo de afuera.

Imagen 26

3.1.6. Quinta fase: los despidos en el Ministerio de Cultura

Esta es la anteúltima fase y refiere a los despidos en otra órbita estatal del Ministerio de Cultura. Tomamos como parte del corpus dos piezas periodísticas, la primera es una nota de Infobae del 29 de enero titulada “Echaron a casi 500 empleados del Ministerio de Cultura” (ver imagen 27; Infobae, 2016a). El artículo informa en su bajada que los trabajadores al llegar a su lugar de trabajo se encontraron con las puertas cerradas de sus oficinas con candados. En el cuerpo de la nota se detalla que Pablo Avelluto, al frente del Ministerio de Cultura de la Nación, había decidido “cesantearlos” sin motivos y sin previo aviso. La nota también indica sobre una serie de movilizaciones como la “marcha de los ñoquis” del 29 de enero y una concentración en el Centro Cultural Néstor Kirchner (CCK) en la misma fecha. Informa a su vez sobre despidos en otras reparticiones estatales como Casa de Gobierno y Fabricaciones Militares. Podemos encontrar tres motivos temáticos importantes: el del recorte y el ajuste estatal, como causa de los despidos, y el de las protestas, como consecuencia de aquellos.



Imagen 27

Por otro lado, la nota del Destape Web también del 29 de enero repite, al igual que Infobae, que los despidos fueron sin justificación y destaca en el cuerpo del artículo que no se llevó a cabo ninguna evaluación sobre el desempeño de los trabajadores antes de despedirlos. Hace referencia también a los despidos de otros organismos estatales (ver imagen 28; El Destape, 2016). El motivo temático principal de la nota es el de los despidos masivos y el de falta de criterio para efectuar los mismos. Además, en la nota se retoma la confirmación del número de despidos presentada por el Secretario General de ATE Daniel Catalano.



Imagen 28

3.1.7. Sexta fase: repercusiones en las redes sociales

La última fase se desarrolla en el sistema de las redes sociales. Cabe destacar una publicación de *No a la Dictadora K* del 21 de enero en la que se refuerza el argumento de que

los despidos están vinculados a una medida pensada para que el Estado no desperdicie recursos (ver imagen 29; No a la Dictadora K, 2016c).



Imagen 29

Entre la direccionalidad descendente que toma la comunicación entre la página de Facebook y los internautas y la direccionalidad horizontal entre internautas comunes, hay posiciones encontradas. A nivel de los comentarios, nuevamente se verifica el motivo temático de los ñoquis y en relación a aquel se sostiene, por un lado, que todos los despidos son ñoquis y no efectivamente trabajadores como observamos en el comentario siguiente (ver imagen 30; No a la Dictadora K, 2016c).

[Ernesto José Gigena](#) Comparto totalmente, así debe ser, esto solo le puede molestar a los que parasitariamente (ÑOQUIS) han vivido a costilla de los demás y en especial de los que menos tienen y a los que se decía ayudaban.-

Imagen 30

Sin embargo, también identificamos sentidos diferentes al de la publicación dado que en otro comentario seleccionado (ver imagen 31; No a la Dictadora K, 2016c) se sostiene que

en esos puestos había gente que en verdad trabajaba y que ahora habrían de ser reemplazados por trabajadores afines a la nueva gestión.

Somy Caro cualquiera, entre esos "ñoquis" hay mucha gente q laboraba y que ahora no tiene trabajo ... dejen de decir idioteces. como si Macri, luego de despedir a esa gente no va a poner a su gente. en su gobierno hay ministros inútiles y ñoquis. no hay más ciego q no quiere ver. esa batalla verbal absurda de que si vas en contra de Macri sos K, no soy k, pero si ustedes piensan q la gente q despidieron son todos ñoquis, es que tienen el cerebro muy lavado

Imagen 31

Por otro lado, desde *Todo Negativo* en la publicación del 29 de enero, la página retoma contenido de un tuit de la cuenta de La Nación para destacar que hasta el mismo diario que se presenta como a favor de los intereses del gobierno de Mauricio Macri indica que los despedidos no son ñoquis (ver imagen 32; *Todo Negativo*, 2016c). Señala especialmente a los trabajadores del Ministerio de Cultura y de la Casa Rosada.



Imagen 32

De los comentarios de internautas de esa publicación (ver imagen 33 y 34; Todo Negativo, 2016c) se desprende el motivo temático de la persecución ideológica al igual que en la tercera fase. Este motivo temático está asociado al título de la nota La Nación, ya que retoma un posible dicho de un trabajador “*No somos camporistas ni nada*”. El término *camporistas* hace referencia a La Cámpora, agrupación kirchnerista. Podríamos pensar que aquel motivo temático está asociado al de la militancia ya que pertenecer o no a este tipo de organizaciones sería una causa suficiente para ser considerado * oqui* y por ende para un despido.

Víctor Rojas Es una hijaputez tener que demostrar que no pertenes a ningún partido político para conseguir trabajo!

Imagen 33

Cris Pereyra No somos camporistas! Manga de forros. Felices porque a los militantes del proyecto nac&pop los despidan pero a ellos no porque no son camporistas...

Imagen 34

Del análisis de la circulación del caso se desprende que la direccionalidad entre las fases fue preponderantemente descendente ya que no observamos contenidos de las redes sociales retomados por los medios masivos a excepción de la tercera fase sobre los despidos en Arsat. Su primera fase, a diferencia de la tercera y la quinta, es la que incluye mayor cantidad de piezas de comunicación de los medios masivos dado que entre el anuncio de la futura reglamentación del decreto y su publicación en el Boletín Oficial hay una diferencia de dos días entre el 22 y el 24 de diciembre del 2015. Resulta importante señalar que en el sistema de redes sociales se registra la primera menc n sobre los despidos con una diferencia temporal notable, ya que la primera menc n que encontramos es del 6 de enero y la sanción se efectuó el 24 de diciembre.

Si nos centramos en los comentarios seleccionados, podríamos afirmar que, siguiendo la clasificación de modalidades discursivas de Slimovich (2012), mayormente los internautas son seguidores comentadores ya que se posicionan a favor de las publicaciones pero no

configuran un adversario político en sus discursos. Asimismo, encontramos en menor medida seguidores argumentadores pasionales lógicos.

A continuación describiremos las condiciones de circulación de la siguiente medida seleccionada, el Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas.

3.2. El Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas: la medida y sus condiciones de producción

El Protocolo se reglamentó el 17 de febrero del 2016. El documento fue firmado en la ciudad de Bariloche, dada su sanción por el Ministerio de Seguridad de la Nación. Fue una de las medidas implementadas por el gobierno del presidente Mauricio Macri durante los primeros meses de gestión. El documento oficial indica que *“es deber del Estado asegurar el orden público, la armonía social, la seguridad jurídica, y el bienestar general, por ello ante la alteración del ejercicio equilibrado de derechos, debe lograr su inmediato restablecimiento a los fines de garantizar la libertad de todos”* (ver imagen 37; Ministerio de Seguridad de la Nación, 2016).

A partir del análisis de la circulación del caso podemos observar en los medios masivos algunos discursos preliminares que hacen mención a un protocolo que regularía las protestas sociales. Consideramos que vale la pena su análisis ya que sostenemos que son parte de las condiciones de producción de la circulación de la medida. Cabe aclarar que no tomamos como origen del caso estos discursos, sino como condiciones de producción, dado que entre las primeras menciones difusas y potenciales sobre la posibilidad de la implementación del protocolo y su reglamentación oficial hay un período mayor a dos meses.

Entre estos discursos preliminares, el 23 de diciembre del 2015 el Destape Web publica una nota titulada “Cresta Roja: el gobierno defendió el operativo y dijo que hubo infiltrados” en referencia al accionar represivo de las fuerzas de seguridad, durante el conflicto con la empresa Cresta Roja (ver imagen 35; El Destape, 2015). En el cuerpo de la nota se retoman los dichos del Secretario de Seguridad, Sergio Burzaco, quien hace mención a un nuevo protocolo que busca regular las protestas.

POLÍTICA | MACRI PRESIDENTE | EUGENIO BURZACO

Cresta Roja: el Gobierno defendió el operativo y dijo que hubo "infiltrados"

El secretario de Seguridad, Eugenio Burzaco, calificó de "correcto" el accionar de la Gendarmería que reprimió a los trabajadores que protestaban en la Ricchieri.

Imagen 35

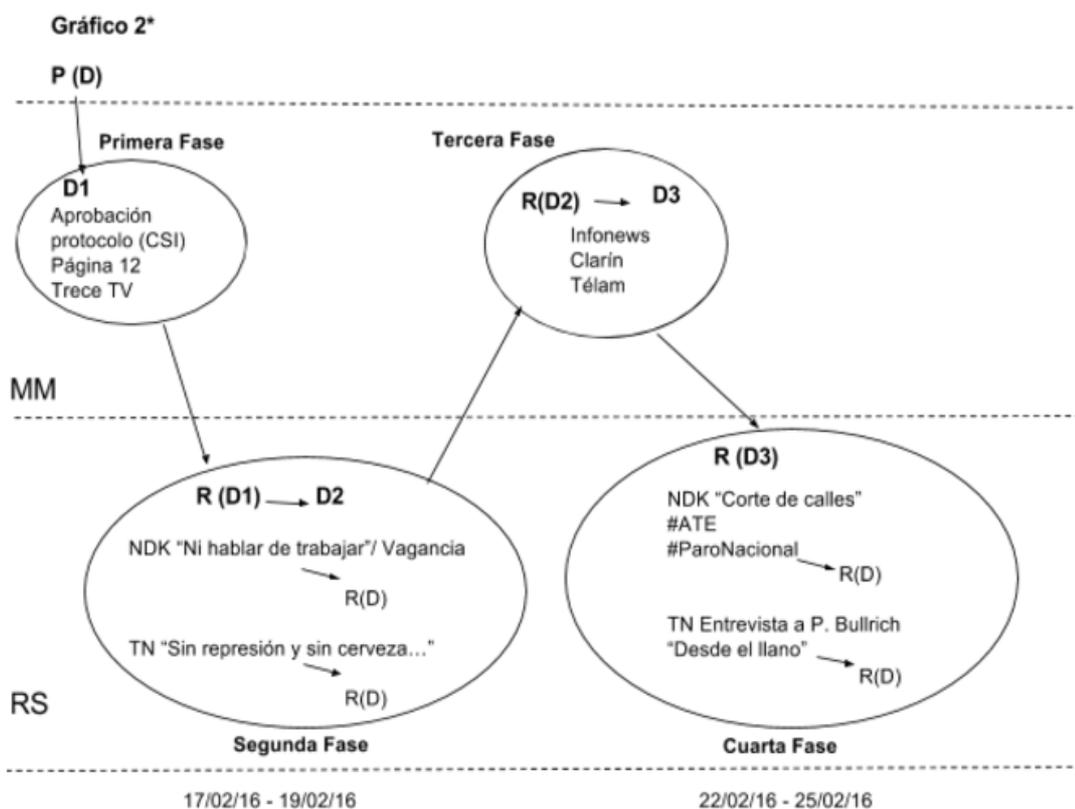
Luego, el día 26 del mismo mes, Infobae retoma los dichos de la actual Ministra de Seguridad, Patricia Bullrich, quien indicó que el protocolo busca equilibrar el derecho a circular libremente con el de protestar (ver imagen 36; Infobae, 2015b). Agrega también que el gobierno intenta con esto “un cambio de paradigma en materia de regulación de las protestas”. Podríamos postular entonces que estos discursos previos a la sanción de la medida son las condiciones de producción y la abordan como parte de la agenda gubernamental a partir de su desarrollo en los medios masivos.

The image shows the top portion of a news article on the Infobae website. At the top is an orange navigation bar with the 'infobae' logo and menu items: Política, Economía, Sociedad, Deportes, Tecno, Teleshov, Tendencias, Salud, Autos, and Turismo. To the right of the menu is a search icon and a hamburger menu icon. Below the navigation bar, the word 'POLÍTICA' is on the left and 'SÁBADO 26 DE DICIEMBRE 2015' is on the right. The main headline is in large, bold black text: 'Patricia Bullrich dijo que el protocolo para regular protestas sociales será por "consenso de todos"'. Below the headline is a short introductory paragraph: 'La ministra de Seguridad instó a "buscar una manera distinta de hacer visibles los conflictos que no sea el corte o la obstrucción total de los caminos y rutas"'. The entire content is enclosed in a light blue border.

Imagen 36

3.2.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico

A continuación presentaremos el Gráfico 2 que representa la circulación de la medida antes mencionada. Para su elaboración tomamos como inicio el 17 de febrero del 2016, fecha en la cual su reglamentación asume estado público hasta su primer intento de aplicación durante un paro realizado el 24 de febrero por la Asociación de Trabajadores del Estado (ATE). Se identificaron 4 fases. La primera y la segunda corresponden a la sanción oficial de la medida mientras que la tercera y la cuarta corresponden a un período posterior en el que el gobierno da los primeros pasos para la aplicación del nuevo procedimiento.



*Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015).

3.2.2. Primera fase: de los medios a las redes sociales ¿Represión u orden?

El 17 de febrero del 2016, el Consejo de Seguridad del Interior (CSI) aprueba el protocolo (ver imagen 37; Ministerio de Seguridad de la Nación, 2016), lo cual tomamos como origen del caso ya que la medida toma vida pública de forma oficial.

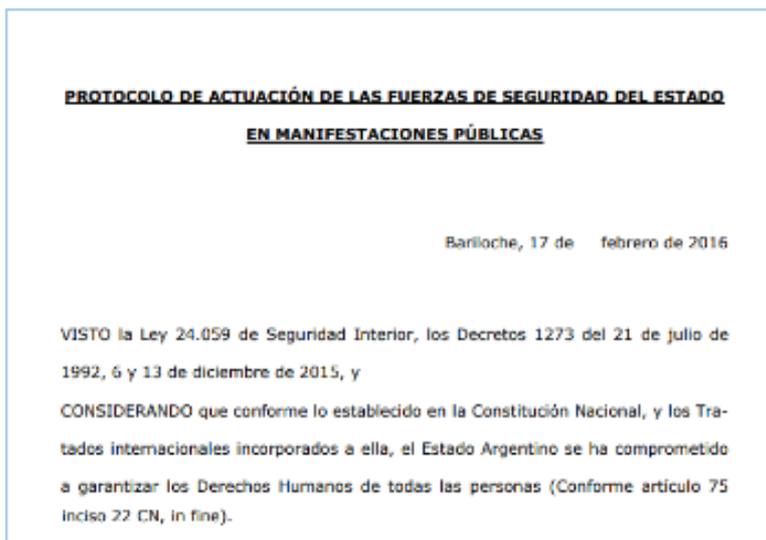


Imagen 37

Luego, el 17 de febrero Página 12 publica una nota que se titula “El protocolo de Bullrich para impedir protestas” (ver imagen 38; Página 12, 2016a). Su difusión se amplía exponencialmente dado el alcance de los medios masivos en la sociedad civil, complejizando así su circulación comunicacional. Esto se debe no sólo a que la medida ya se reglamentó oficialmente sino que a partir de ahora toda manifestación pública comenzaría a estar enmarcada bajo la medida. El artículo retoma los dichos de Patricia Bullrich durante la reunión del CSI y fragmentos del documento oficial para detallar los puntos más importantes de la medida. Entre ellos, se establece que en principio las manifestaciones tienen que ser ordenadas por lo que "se coordinarán de acuerdo a las características para establecer su recorrido, tiempo de duración y realización, dando aviso a la justicia". Además si los manifestantes no desalojan el lugar cuando se lo solicita, “se informará a la Justicia y se procederá a intervenir y disolver la manifestación”. El motivo temático principal es el de la

“cultura del corte” es decir que hasta ahora existía una manera de protestar que el gobierno quiere modificar. Este motivo temático está vinculado con el de orden en la sociedad que vendría a establecer y a proteger el protocolo. Por otro lado, podemos verificar el motivo de los derechos constitucionales, como el de circular libremente, en alusión a que son obstaculizados por los cortes y uno recurrente, el del uso mínimo de la fuerza, como parte fundamental de la medida para controlar las movilizaciones.



The image is a screenshot of a news article from the website 'Página 12'. The page header includes the site's logo, the date 'Miércoles, 17 de febrero de 2016 | Hoy', and navigation links for 'INGRESAR | REGISTRARSE' and 'EDICION'. Below the header is a dark navigation bar with options like 'ULTIMAS NOTICIAS', 'EDICION IMPRESA', 'SUPLEMENTOS', 'TAPAS', 'ROSARIO/12', and 'FIERRO'. The main content area features a timestamp '19:30', a sub-headline in red '“NO VAMOS A PERMITIR QUE LA CALLE SEA UN CAOS”', and a large red title 'El protocolo de Bullrich para impedir protestas'. The article text below the title states that the Minister of Security announced a new protocol for the action of security forces in demonstrations, which includes negotiation attempts and the use of force if necessary, limited to the minimum possible. To the right of the text is a photograph of Patricia Bullrich, the Minister of Security, sitting in an airplane cabin and reading a document.

Imagen 38

En el canal de YouTube de *El Trece TV*, el programa *Nosotros a la mañana* emite un informe el 18 de febrero que retoma los dichos de Patricia Bullrich, por ejemplo, “No queremos encapuchados, ni palos” para resignificar la medida como una respuesta del gobierno que intenta poner fin a las manifestaciones en la vía pública públicas o “piquetes”, vinculándolas con el motivo temático de la violencia (ver imagen 39; *El Trece TV*, *Nosotros a la mañana*, 2016). Esto puede verificarse también a través del fragmento del discurso que se retoma de la Ministra de Seguridad “(...) ni capuchas ni palos” en la parte inferior de la pantalla.



Imagen 39

Podría plantearse que esta perspectiva es una forma de criminalizar la protesta social. Esta primera etapa tiene una circulación descendente, es decir, que la direccionalidad de su circulación va de los medios masivos hacia las redes sociales donde tiene lugar una segunda fase. La aprobación del protocolo no es comunicada por ningún funcionario del gobierno, ni es transmitida en vivo la reunión en el Consejo de Seguridad del Interior por lo que en alguna forma, los medios masivos asumen la voz “oficial” para transmitir la medida a la sociedad civil. Podemos observar los motivos temáticos de los cortes “k” indicando que las protestas son llevadas adelante por partidarios del gobierno anterior. En el programa se mencionan las agrupaciones Tupac Amaru y La Cámpora. Se repite el motivo temático del uso de la fuerza, presente en el artículo de Página 12 y también el referido al caos en la vía pública que generan los cortes.

3.2.3. Segunda fase: en las redes sociales ¿Vagos o trabajadores?

Si nos situamos en el espacio de las redes sociales podemos observar una segunda fase en la que se presentan discursos en reconocimiento ya desde la misma fecha en la que se reglamentó el protocolo, inclusive. Esta fase tiene una direccionalidad horizontal dado que hay interacciones entre los internautas comunes, y descendente ya que las interacciones no sólo se dan entre ellos sino también en relación a las publicaciones propuestas por los administradores de las páginas de Facebook. En la publicación de *No a la Dictadora K* del 17 de febrero (ver imagen 40; No a la Dictadora K, 2016d) podemos observar una manifestación pública en el que aparecen algunos manifestantes encapuchados que cortan una calle.

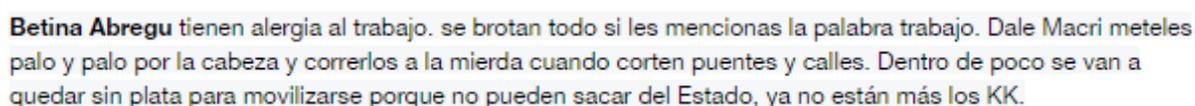


Imagen 40

En términos de Mouffe (2007) constatamos la construcción de un *nosotros*, representado por el motivo temático de los gorilas -término con el que se identifica a sectores

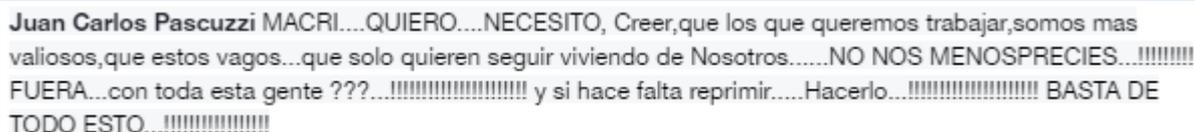
conservadores de la sociedad, generalmente, antiperonistas- enfrentado a un *ellos*, conformado por otro sector de la sociedad que se caracteriza con los motivos temáticos de vagos, atorrantes e improductivos. El hecho de cortar una calle también se asocia con el motivo temático de personas que no quieren ir a trabajar como se verifica en el texto superior de la imagen 40 y no hay cuestionamiento alguno sobre las razones de los piquetes.

Por el lado de los comentarios, se presenta como motivo temático regular la represión que debe ejercer el gobierno para hacer valer el derecho a trabajar y a circular libremente. Observamos dos comentarios de internautas comunes de la presente publicación que, ante las manifestaciones, piden al gobierno que reprima: *“Dale Macri meteles palo y palo por la cabeza y correrlos a la mierda cuando corten puentes y calles(...)”* (ver imagen 41, No a la Dictadora K, 2016d) o *“(...) y si hace falta reprimir.....Hacerlo...!!!!(...)”* (ver imagen 42, No a la Dictadora K, 2016d).



Betina Abregu tienen alergia al trabajo. se brotan todo si les mencionas la palabra trabajo. Dale Macri meteles palo y palo por la cabeza y correrlos a la mierda cuando corten puentes y calles. Dentro de poco se van a quedar sin plata para movilizarse porque no pueden sacar del Estado, ya no están más los KK.

Imagen 41



Juan Carlos Pascuzzi MACRI...QUIERO...NECESITO, Creer, que los que queremos trabajar, somos mas valiosos, que estos vagos...que solo quieren seguir viviendo de Nosotros.....NO NOS MENOSPRECIES...!!!!!!! FUERA...con toda esta gente ???...!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! y si hace falta reprimir.....Hacerlo...!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! BASTA DE TODO ESTO...!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Imagen 42

En términos de Mouffe (2007), si constatamos estos fragmentos discursivos, podemos postular que la relación nosotros-ellos es del tipo antagónica dada una construcción amigo/enemigo en la que se intenta “eliminar” al enemigo, situación que anula la posibilidad de diálogo, obstaculizando el proceso democrático. Por otra parte, en los comentarios podemos observar el motivo temático de la represión en ambos ya que le “piden” al gobierno que reprima a los “vagos”. A su vez aparece el motivo temático que caracteriza al Estado como asistencialista, con respecto a estas personas que viven de sus políticas sociales.

Asimismo, si retomamos el modo de análisis de Slimovich (2012a) que propone en *El*

Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri -el cual detallamos con anterioridad-, observamos que entre el sentido dado por la publicación y los comentarios de internautas, éstos últimos reponen motivos temáticos que son referenciados en aquellas, ya que los describen como personas que “tienen alergia al trabajo” (ver imagen 41; No a la Dictadora K, 2016d) y que viven del Estado: “*dentro de poco se van a quedar sin plata para movilizarse(...) ya no están más los kk*” (ver imagen 41; No a la Dictadora K, 2016d) o “*los que queremos trabajar, somos más valiosos que estos vagos*” (ver imagen 42; No a la Dictadora K, 2016d), estableciendo la dicotomía entre nosotros-ellos que mencionamos más arriba. En esta fase de la circulación, además, se destacan las réplicas que retoman motivos temáticos de los medios masivos ya que, al igual que en el informe de *El Trece TV*, se refieren con el término “encapuchado” a los manifestantes.

Por otro lado, *Todo Negativo* en una publicación del 19 de febrero (ver imagen 43; Todo Negativo, 2016d), se observan discursos en reconocimiento que a diferencia de la publicación de *No a la Dictadora K* de esta fase o de la nota de Página 12 que retoma dichos de Patricia Bullrich en la primera fase, resignifican a la medida ya no como un accionar equilibrador de la paz social entre el anterior mencionado nosotros-ellos, sino como un accionar represivo por parte del Estado.



Imagen 43

La medida es también resignificada con textos que ironizan la información y ridiculizan la figura de Patricia Bullrich: “*sin represión y sin cerveza, Patricia pierde la cabeza*” (ver imagen 43; Todo Negativo, 2016d). El mismo motivo temático del alcoholismo se reproduce en el primer comentario seleccionado (ver imagen 44; Todo Negativo, 2016d) con el término *termideitor* que hace referencia a una marca de vino y, también, podemos observar una caricatura de Patricia Bullrich vestida de policía (ver imagen 45; Todo Negativo, 2016d). Aquí se reitera el motivo temático de la represión, sólo que en el primer caso la represión es planteada como método para acabar con las manifestaciones en la vida pública y en este caso se utiliza en un sentido negativo para caracterizar al gobierno. La aprobación del protocolo se vincula con una decisión tomada por una mujer alcoholizada, lo que también puede observarse el segundo comentario seleccionado (ver imagen 45; Todo Negativo, 2016d) donde hay un montaje del rostro de la Ministra de Seguridad con el cuerpo de un animal que está bebiendo.



Imagen 44

Imagen 45

3.2.4. Tercera fase: la aplicación del protocolo

La tercera fase del análisis comienza con una nota del 20 de febrero del 2016 de Infonews (ver imagen 46; Infonews, 2016). En ella, se detalla una convocatoria a una reunión que realizaron miembros del Ministerio de Seguridad con el objetivo de dialogar con distintas agrupaciones gremiales, la cual tiene causa en la gesta del primer Paro Nacional de la Asociación de Trabajadores del Estado del año, para reclamar por los despidos y los ajustes económicos. Aquí comienza la tercera fase. Se trata de un llamado oficial a la sociedad civil para comenzar a resolver los problemas que ocasionan los piquetes. El motivo temático principal es el paro general de ATE ya que se trata de una futura manifestación que se desarrollará bajo los márgenes del protocolo. También verificamos el motivo de los despidos está presente en las publicaciones de la tercera y, más adelante, en la quinta fase del Decreto 254/2015. El comunicado oficial del Ministerio aclara que el objetivo de ordenar la manifestación es que “la ciudadanía pueda estar al tanto, con antelación, de la traza que tomarán las protestas”.



Imagen 46

La direccionalidad de la circulación en esta fase es, al igual que la de la primera fase, descendente. El 22 de ese mismo mes, Patricia Bullrich realiza una aparición pública en el programa *Desde el Llano*, de la señal televisiva *Todo Noticias* conducido por el periodista Joaquín Morales Solá lo que amplía exponencialmente la difusión del protocolo. Anuncia que

el gobierno está intentando cambiar la “cultura del piquete” en la Argentina. El fragmento de la entrevista está inserto en la nota de Clarín del 23 de febrero, titulada “Bullrich: la nueva regla es que no se corten calles, cambió el paradigma” (ver imagen 47; Clarín, 2016a).



Imagen 47

Al igual que en la primera fase se repite el motivo temático del uso de la fuerza para evitar los cortes en la vía pública, pero se lo aclara como “mínimo”. Con respecto al accionar de las fuerzas de seguridad y el plazo para desalojar la manifestación, la Ministra aclara que “Si el corte dura uno, dos o tres horas, a todo el mundo se le arruinó el día. Tiene que ser algo rápido”. “Si no se van en 5 o 10 minutos, los vamos a sacar”. Se verifica también el motivo temático del cambio y del consenso. En el cuerpo de la nota se detalla que según Bullrich el fenómeno del piquete va a ir cambiando por un cambio de paradigma que plantea el gobierno y que aquel se muestra abierto al diálogo con todos los sectores para resolver estas situaciones. Inclusive brinda una casilla de correo electrónico “para conocer la postura de la ciudadanía”. A diferencia de la primera fase, ya no se trata de la descripción del funcionamiento del protocolo sino de las negociaciones que intenta hacer el gobierno con las diferentes organizaciones sociales para evitar los piquetes y la actitud de consenso del mismo.

El 24 de febrero se produce el Paro Nacional de ATE pero tal y como indica la nota de Télam titulada “Estatales realizarán un paro en todo el país” (ver imagen 48; Télam, 2016a), el protocolo no se aplicó para detener la protesta.



Imagen 48

Como se indica en la bajada, el fundamento del paro eran los despidos, el ajuste y la criminalización de la protesta, motivos temáticos que también hallamos en la tercera y quinta fase del análisis del Decreto 254/2015. La marcha está vinculada a otras medidas que son objeto de análisis en esta tesina: los despidos en el Estado y el aumento de las tarifas. Según el artículo, es “la primera medida de fuerza nacional convocada por un sector sindical contra las políticas del gobierno del presidente Mauricio Macri”. La nota también retoma los dichos del secretario general de ATE, Hugo Godoy quien se dirigió al actual presidente, Mauricio Macri indicando que “no iban a permitir más despidos en organismos públicos”. Otro motivo temático del artículo es el del gobierno de Cristina Kirchner dado que según lo que indica Godoy, la gestión anterior dejó a muchos trabajadores en una situación de precariedad laboral, tanto en los salarios como en los contratos. Aparece también el motivo temático de la unidad nacional ya que se incita al resto de la sociedad a unirse para luchar contra las medidas del actual gobierno. Por último está presente el motivo de las paritarias para indicar que las agrupaciones no aceptarán que se les coloque un tope.

3.2.5. Cuarta fase: los rehenes del piquete

La última fase se desarrolla en el espacio de las redes sociales. En ambas páginas de Facebook la direccionalidad es horizontal y descendente, al igual que en la segunda fase. Comienza con una publicación de *No a la Dictadora K* del 24 de febrero que hace una alusión explícita al paro de ATE a través de los hashtags *#ATE #ParoNacional* (ver imagen 49; *No a la Dictadora K*, 2016e). La descripción de la publicación es la siguiente: “*Pobre chico, le enseñaron que la política es cortar las calles, en vez de solucionar los problemas de la gente. Estudiar, trabajar y ganarse las cosas dignamente... quedaron en el olvido.*”



Imagen 49

Si bien la imagen seleccionada por la página hace referencia al paro de ATE, exhibe a personas de la Central de Trabajadores Argentinos. Lo llamativo de la publicación es que hay un niño con un bombo. Nuevamente, al igual que en el análisis de la segunda fase, hay una caracterización de los manifestantes como personas que no trabajan. Se plantea la misma relación de un nosotros que trabaja y hace las cosas con dignidad y un ellos que se dedica a cortar las calles para reclamar en lugar de trabajar.

Si analizamos los comentarios de la imagen 49 hay dos motivos temáticos principales: los planes sociales y el de la juventud perdida. Focalizando en estos motivos podemos plantear, por un lado, que para el “ellos”, el piquetero reclama porque le quitaron los planes sociales, política social central durante el gobierno kirchnerista “*tantos planes los mal acostumbraron (...) ahora hay que salir a trabajar*” (ver imagen 50; No a la Dictadora K, 2016e) y que para el “nosotros”, esta política creó más pobres y una generación que no estudia y que no conoce la cultura del trabajo; y refiriéndose a los padres del niño, comenta un internauta “*(...) espero(...) les inculquen que en vez de tocar el bombo o hacer un piquete que lo más importante es estudiar y trabajar*” (ver imagen 51; No a la Dictadora K, 2016e).

Mayra Alfaro-Aguero Pobres le ayudaron a ser más pobres ...tantos planes los mal acostumbraron...y como ahora. No les queda otra que salir a trabajar hacen kilombo y piden lo mismo..basta de rascarse salgan a trabajar vagos...dejen poner el país en orden. Si eso es dictadura.. Pues bien hace falta cortarle el chorro a todos los q se llevaron todo. Es lamentable la escuela q recibe ese chico de sus padres se ve el futuro q va a tener....asi estamos...Dios!!

Imagen 50

Graciela Urquiza creo que esta es la generacion que se viene. Espero que salven a tiempo a estos niños y les inculquen que en vez de tocar el bombo o hacer un piquete que lo mas importante es estudiar y trabajar .

Imagen 51

Como observamos en la imagen 52 del 23 de febrero, aparece ridiculizada la figura de Patricia Bullrich ya que según el administrador de *Todo Negativo*, una consulta en redes sociales no es una fuente válida para analizar si la sociedad se encuentra a favor o no del protocolo, por eso el texto de la imagen “*¡Qué bueno saber de donde saca las ideas Bullrich!*” (ver imagen 52, Todo Negativo, 2016e).



Imagen 52

Al igual que en la segunda fase, se hace alusión al motivo temático del alcoholismo, supuesto problema de la vida privada de la funcionaria. Esto puede observarse en la descripción de la publicación: “(...) *el problema es que de sus 1000 amigos, 950 son perfiles de vinotecas*”.

A nivel de comentarios, podemos constatar que el protocolo aparece vinculado a otras medidas llevadas a cabo por el gobierno de Cambiemos, como el aumento de tarifas o los despidos que también son foco de análisis en la presente tesina. Asimismo, se reitera el motivo temático de la represión “(...) *se hacen los boludos pero de fondo te institucionalizan la represión*” (ver imagen 53; Todo Negativo, 2016e), que a su vez aparece en la segunda fase.

Mariano Borrás cada vez se parece mas a la Alianza este gobierno, se hacen los boludos en la tele para caer simpaticos pero de fondo te institucionalizan la represion, crean olas de despidos, tarifazos, inflacion y demas, tapandolo con incompetencia.

Imagen 53

Por otro lado, observamos nuevamente la vinculación de la Ministra Bullrich al alcoholismo en el segundo comentario seleccionado, reforzando el sentido de la publicación (ver imagen 54; Todo Negativo, 2016e).

Jorge Martinez Pato,Para Para Para!!!(En tono Fantino)¿Vos me quieres decir que si yo te sugiero que a los piqueteros les metas un palo enjabonado en el orto vos me vas a hacer caso?...Mozo,cerra la 4,esta se pasó de rosca con el tinto!!!

Imagen 54

El análisis de la circulación de esta medida tiene, al igual que el análisis de los despidos en el Estado, una direccionalidad entre las fases preponderantemente descendente. Respecto a los comentarios, nos encontramos mayormente con internautas seguidores comentadores que refuerzan el sentido de la publicación y, en menor medida, con seguidores argumentadores lógicos y pasionales. A continuación se presentarán las consideraciones parciales sobre ambas medidas.

3.3. Consideraciones parciales

El Decreto 254/2015 sobre los despidos en el Estado fue la primera medida de gran repercusión tanto en los medios masivos como en las redes sociales del gobierno de Cambiemos. Los despidos se sucedieron desde el inicio de la gestión, incluso antes de su sanción oficial y continúan en la actualidad. Esto se replicó en ambos sistemas de medios y se constituyeron en sus condiciones de producción. El debate principal que se dio a lo largo de todas las fases de su circulación se instaló desde los medios masivos hacia las redes sociales y es aquel que se daba en relación al motivo temático del ñoqui, es decir, definir si los trabajadores despedidos eran o no ñoquis, y en torno a si los despidos eran originados por la pertenencia o la afinidad al gobierno anterior, correspondiente al motivo de la persecución política. En sus condiciones de circulación no se verifican movimientos ascendentes preponderantes en la direccionalidad, es decir, desde las redes sociales hacia los medios masivos dado que se tratan de medidas políticas y sociales que son publicadas en un Boletín Oficial o anunciadas previamente en conferencia de prensa. La cobertura inicial es asumida

por los medios masivos y, en el caso de los despidos, se constituyen en la “voz oficial” ya que ningún funcionario se presenta públicamente ni emite un comunicado oficial que anuncie la implementación de la medida.

La medida, en base al recorte diacrónico elegido, presenta 6 fases. Las fases que se desenvuelven en medios masivos, a saber, la primera, la tercera y la quinta tienen direccionalidad descendente y no retoman, al menos en el análisis de esta tesina, contenido de las redes sociales. Si bien *No a la Dictadora K* y *Todo Negativo* son páginas con más de cien mil seguidores, su alcance como enunciadores, no llega a ser retomado por los medios masivos. Podemos observar que el debate sobre el estatus de ñoquis de los despidos se desarrolla en cada uno de los casos que fueron más resonantes, es decir, los despidos en el Senado, en ARSAT y en el Ministerio de Cultura. Por otro lado, la segunda, cuarta y sexta fase se desarrollan en los nuevos medios con base en Internet. Desde *Todo Negativo*, el decreto aparece como vinculada a otras tomadas por el gobierno de Cambiemos, como por ejemplo el protocolo antipiquetes o el aumento de tarifas, haciendo hincapié en que se trata de un plan de cambio de un gobierno con signo ideológico contrario al kirchnerismo. En *No a la Dictadora K* la mayoría de las publicaciones asocian los despidos con causas vinculadas al hecho de ser o no son militantes de agrupaciones kirchneristas que están ocupando un puesto para “desperdiciar” recursos del Estado y de la sociedad misma.

En cuanto al Protocolo, al igual que en la medida anterior, sus condiciones de circulación entre medios masivos y redes sociales presentan una direccionalidad descendente. El tratamiento de los medios masivos sobre la medida en la primera y tercera fase se desarrolla entre la descripción literal de sus puntos más salientes y otra más explícita en la valoración sobre los piquetes y los disturbios que ocasionan en la vía pública para aquel que quiere circular. En cuanto a la segunda y cuarta fase que se desenvuelve en redes sociales desde *No a la Dictadora K* hay una clara distinción entre un *nosotros ciudadano* que quiere trabajar y se gana su dinero dignamente todos los días pero que se ve impedido a hacerlo porque existe un *ellos piquetero* que es principio un *vago*, vive del Estado y que además es, “seguramente”, militante kirchnerista. Esta distinción aunque por supuesto no en estos términos, replica en reconocimiento, una postura que se sostiene desde el gobierno y que es co-construida por algunos medios. En este caso representado por Patricia Bullrich, a través de

sus discursos deja asentado que el objetivo es cambiar la “cultura del corte”. Por otro lado en *Todo Negativo* principalmente se ridiculiza la figura de Patricia Bullrich y se asocia la medida con un rasgo represivo que caracterizaría al gobierno de Cambiemos.

A nivel de los comentarios en ambas medidas preponderan los internautas que interactúan con las publicaciones como seguidores comentadores y, en menor medida, seguidores argumentadores pasionales y seguidores argumentador lógicos.

Cabe destacar que estas dos primeras medidas están relacionadas entre sí dado que los despidos en el Estado que se fueron sucediendo a lo largo de los primeros meses durante la gestión de Cambiemos fueron el objeto de muchas manifestaciones que se desarrollan enmarcadas bajo el protocolo. Para la realización del gráfico de circulación hipermediática se tomó como origen el momento en el que o bien era publicada la medida en el Boletín Oficial o cuando un funcionario del gobierno hacía pública su aplicación futura o inmediata.

En el siguiente capítulo presentaremos las dos medidas restantes que son foco de nuestro análisis: el aumento de tarifas y el acuerdo con los fondos de inversión.

Capítulo 4. Profundización del cambio: aumento de tarifas en el servicio eléctrico y acuerdo con los fondos de inversión

En este capítulo abordaremos dos medidas políticas llevadas a cabo por el gobierno de Cambiemos durante el primer trimestre de gestión: el aumento de tarifas al servicio eléctrico, resolución sancionada el 25 de enero de 2016 y el acuerdo con los fondos de inversión sancionado el 31 de marzo de 2016 bajo la ley 27.249.

Analizamos la circulación de sentido de estas dos medidas en forma conjunta ya que ambas refieren a cuestiones económicas que tuvieron un cambio de dirección política respecto del gobierno anterior. El gobierno de Cristina Fernández de Kirchner sostuvo subsidios en las tarifas de los servicios básicos y tuvo una posición crítica frente al pago de la deuda externa. En cambio, durante la gestión de Mauricio Macri se quitaron esos subsidios y se procedió a legislar a favor del acuerdo con los fondos de inversión.

4.1. Aumento de tarifas al servicio eléctrico: la medida y sus condiciones de producción

El aumento de precios de las tarifas de los servicios básicos comenzó oficialmente con la aprobación de la resolución 6/2016 del Ministerio de Energía y Minería de la Nación el 25 de enero de 2016. Esta medida estableció una suba en las tarifas del servicio eléctrico considerada necesaria debido al estado de emergencia del sector declarado mediante el Decreto 134/2015 el 16 de diciembre de 2015 (ver imagen 60; Boletín Oficial, 2016a).

La resolución 6/2016 fue una de las primeras acciones llevadas a cabo dentro de una serie de aumentos que se extendieron al gas, el agua y demás servicios básicos, lo cual también se vio reflejado en un proceso de aumento de precios en alimentos y otros bienes y servicios desembocando en un impacto inflacionario en la economía. Esta medida en particular tuvo un gran impacto y repercusión en la sociedad civil ya que tuvo consecuencias directas en la vida cotidiana de los ciudadanos.

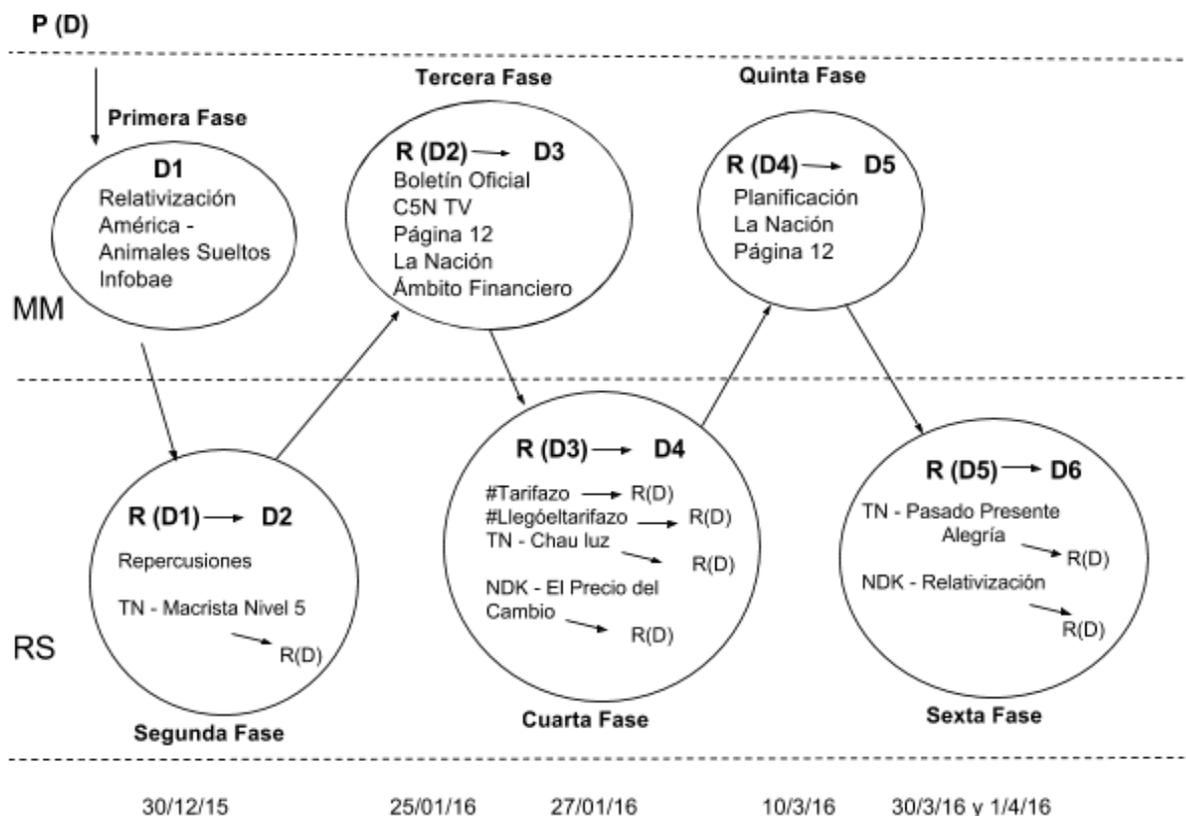
4.1.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico

A continuación presentamos el Gráfico 3 que representa las condiciones de circulación de la medida antes mencionada.

Para su elaboración tomamos como inicio el 30 de diciembre de 2016, fecha en la cual el concepto de “aumento” toma vida pública concretamente cuando el Ministro de Hacienda y Finanzas Alfonso Prat Gay lo menciona, y a la vez lo relativiza, comparando su alcance al valor de dos pizzas. Esto lo hace en el programa “Animales Suelos” conducido por el periodista Alejandro Fantino emitido por el canal de televisión América.

En este caso, se identificaron 6 fases. La primera y segunda se vinculan con el momento previo a la sanción de la medida, en la cual se especula sobre el alcance y consecuencias posibles del aumento de tarifas. La tercera y cuarta fase se sitúan cuando se hace efectiva la medida a partir de su sanción. La cuarta y quinta fase presentan un nivel creciente de complejización en la comunicación de la medida, tanto en medios masivos como en redes sociales, en las cuales se presenta a la medida entendida en el marco de una planificación estatal, acompañada de otras medidas complementarias que determinan la dirección y decisión política del gobierno de Cambiemos.

Gráfico 3*



*Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015).

4.1.2. Primera fase: “el aumento son dos pizzas”

El análisis de esta medida comienza el 30 de diciembre de 2016 cuando el caso toma vida pública. Se toma como inicio de la circulación de esta medida la entrevista que Alejandro Fantino le hace Ministro de Hacienda y Finanzas Públicas de la Nación Alfonso Prat Gay en su programa “Animales Suetos”, emitido por el canal de televisión América, el 30 de diciembre de 2015 (ver imagen 55; América, Animales Suetos, 2015). Allí, el Ministro pronuncia una frase en la que compara los aumentos en las tarifas con el precio que valen dos pizzas o dos taxis.



Imagen 55

De esta forma, el Ministro relativiza el aumento y disminuye sus consecuencias para la sociedad civil. Bajo el motivo temático de relativización, el sentido que se construye en el discurso del Ministro le resta importancia al aumento.

Esta primera fase tiene direccionalidad horizontal y descendente. Por un lado, toma direccionalidad horizontal cuando la frase del Ministro es replicada en varios medios de comunicación masiva. Se observa de esta forma, por ejemplo, en la nota de Infobae del 31 de diciembre de 2015 bajo el titular "Alfonso Prat-Gay: "Una factura de luz que pasa de \$150 a \$350 equivale a dos pizzas" (ver imagen 56; Infobae, 2015c).



Imagen 56

En el copete observamos cómo está presente nuevamente el motivo temático de relativización del aumento y se lo vincula con la inflación para el año siguiente. En el cuerpo de la nota podemos encontrar citas textuales del Ministro extraídas de la entrevista televisiva de Animales Soltos: “no podemos seguir derrochando lo que no tenemos”, afirma Prat Gay en relación a la emergencia declarada en el sector eléctrico. De esta forma, se observa el mismo sentido de la entrevista al Ministro, quien justifica y argumenta a favor de las subas a las tarifas, y la nota de Infobae.

4.1.3. Segunda fase: la coyuntura en redes sociales

Cuando la primera fase toma direccionalidad descendente con un cambio en el sistema de medios, pasa a las redes sociales en reconocimiento. Es aquí donde comienza la segunda fase. Si bien en *Todo Negativo* y *No a la Dictadora K* no se identifican discursos vinculados directamente al aumento de tarifas en forma explícita, observamos publicaciones de temas coyunturales que pueden relacionarse indirectamente a él. El 30 de diciembre de 2015, en *Todo Negativo* se hace alusión a la declaración de estado de emergencia del servicio eléctrico a partir del cual comienza el debate sobre el aumento de las tarifas (ver imagen 57; *Todo Negativo*, 2015a).



Imagen 57

En este caso se observa un motivo temático vinculado a una deslegitimación de la decisión de Cambiemos de declarar el estado de emergencia del servicio eléctrico. Por otro lado, además, se relaciona a los funcionarios del gobierno con un nivel de devoción exagerado a las decisiones políticas que se tomen, sin cuestionarlas. Se observa también una relación hipertextual y de metalenguaje con Los Simpsons, serie televisiva estadounidense con gran alcance popular. A nivel de comentarios, observamos los motivos temáticos de inflación y devaluación haciendo referencia al ajuste económico cuando se afirma “(...) *Con la linda devaluación que se mandaron todavía están tratando de bajar los precios de las nubes*” (ver imagen 58; Todo Negativo, 2015a) .

Brian Moreira En donde están hoy los guardianes del indec que cuestionaban la inflación? Mejor ni aparecer no? Con la linda devaluación que se mandaron todavía están tratando de bajar los precios de las nubes

Imagen 58

Asimismo, se ve observa un motivo temático recurrente en la circulación de esta medida y también en los despidos en el Estado: la vuelta a los '90. Este motivo temático hace referencia al hecho de vincular el gobierno de Cambiemos con la implementación de políticas públicas neoliberales que fueron utilizadas por los gobiernos encabezados por Carlos Menem desde 1989 a 1999. Observamos en el siguiente comentario del 30 de diciembre de *Todo Negativo* un meme que hace referencia a esto (ver imagen 59, Todo Negativo, 2015a).



Imagen 59

En este período, del lado de *No a la Dictadora K* no se encuentran publicaciones o comentarios relevantes que versen sobre la medida de forma explícita, sino que abordan motivos temáticos que tienen que ver con, por un lado, el deseo de fin de mandato de Cristina Fernández de Kirchner y, por otro lado pero al mismo tiempo vinculado al primero como una razón, su corrupción.

4.1.4. Tercera fase: sanción de la medida ¿Sinceramiento o ajuste?

La tercera fase comienza el 25 de enero de 2016 con la publicación de la medida en el boletín oficial (ver imagen 60; Boletín Oficial, 2016a).



The image is a screenshot of the official website of the Boletín Oficial de la República Argentina. At the top left is the logo of the Argentine Republic and the text 'BOLETÍN OFICIAL de la República Argentina'. To the right, there are navigation links for 'INSTITUCIONAL', 'TARIFAS', 'PRODUCTOS Y SERVICIOS', 'REGISTRO DE FIRMAS', and 'LINKS'. Below these are input fields for 'Nombre de Usuario' and 'Contraseña', and a button for 'Ingreso de Suscriptores'. A 'Recordarme' checkbox and a 'Olvidé Contraseña' link are also present. A blue navigation bar contains sections: 'PRIMERA SECCIÓN (Legislación y Avisos Oficiales)', 'SEGUNDA SECCIÓN (Sociedades)', 'TERCERA SECCIÓN (Contrataciones)', 'CUARTA SECCIÓN (Dominios de Internet)', 'Extranet Oficial', 'Delegación Virtual', and 'Precargados'. A yellow warning box states: 'Versión electrónica del Boletín Oficial. Conforme el Decreto N° 207/2016, la publicación del Boletín Oficial de la República Argentina en su edición electrónica, produce idénticos efectos jurídicos que su edición impresa.' Below this is a search bar with 'BÚSCADA AVANZADA' and 'Búsqueda Avanzada' buttons. There are also buttons for 'EDICIONES ANTERIORES' (with 'Fecha' and 'Buscar' sub-buttons) and 'Biblioteca de Normativas'. The main content area shows the title 'MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINERÍA' and 'Resolución 6/2016'. The text reads: 'Bs. As., 25/01/2016. VISTO el Expediente N° 501:0016916/2016 del Registro del MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINERÍA, y CONSIDERANDO: Que la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA DEL MERCADO MAYORISTA ELÉCTRICO SOCIEDAD ANÓNIMA (CAMMESA) ha elevado a este'. At the bottom right, there is a 'Firma Digital PDF' button with a PDF icon and the text 'Haga click para ver el paso a paso'.

Imagen 60

Luego de la publicación en el boletín oficial notamos un aumento considerable en la cantidad de discursos que proliferan tanto en los medios de comunicación masivos como en las redes sociales ya que la medida se hace efectiva. En ambos sistemas de medios los discursos que tenían sentidos menos explícitos ahora se vuelven construcciones discursivas concretas sobre la medida. Se construyen posicionamientos desde los medios de comunicación masiva y las redes sociales en reconocimiento.

El 27 de enero de 2016, Página 12 publicó un artículo titulado “El tarifazo comenzó con la luz” (ver imagen 61; Página 12, 2016b). En la nota, se afirma que el Ministerio de Energía aprobó un aumento superior al 200 por ciento para el mercado mayorista y una suba escalonada para los usuarios residenciales, de acuerdo a la demanda de energía y a la relación del consumo comparado con el mismo período de 2015. El decreto habla de una Reprogramación Trimestral Definitiva para el período febrero-abril de 2016, y no se descartan nuevos aumentos. El decreto prevé una tarifa social con "precio mínimo" y la gratuidad en el uso de los primeros 150 kw/h por mes en los hogares de bajos ingresos. Según el artículo, el aumento previene "un impacto negativo en la economía nacional" y "afianza las condiciones propicias para la incorporación de inversiones privadas".

Página 12
 Miércoles, 27 de enero de 2016 | Hoy

EDICIONES ANTERIORES BUSQUEDA AVANZADA

ULTIMAS NOTICIAS EDICIÓN IMPRESA SUPLEMENTOS TAPAS ROSARIO/12 FIERRO BUSCAR

10:13 ECONOMIA

El tarifazo comenzó con la luz

El Ministerio de Energía aprobó un aumento superior al 200 por ciento para el Mercado Mayorista y una suba escalonada para los usuarios residenciales, de acuerdo a la demanda de energía y a la relación del consumo comparado con el mismo período de 2015. El decreto habla de una Reprogramación Trimestral Definitiva para el período febrero-abril de 2016, por lo que no se descartan nuevos aumentos.

La medida fue comunicada a través de la resolución 6/2016 del Ministerio de Energía y Minería, publicada hoy en el Boletín Oficial. Según indica en los fundamentos, el nuevo cuadro tarifario elevado por la Compañía Administradora del Mercado Mayorista Eléctrico (Cammesa), considera que "el precio a pagar por la demanda de energía eléctrica en el Mercado Eléctrico Mayorista (MEM) debe ser suficiente para satisfacer el costo económico de abastecerla".

En sus fundamentos, la cartera conducida por Juan José Aranguren sostiene que existía un "desfasaje entre costos reales y los precios vigentes".

ULTIMAS NOTICIAS INDICE

- CUMBRE DE CEOS EN LA CASA ROSADA **17:38**
- Magnetto, de visita en Balcarce 50
- ECONOMIA **10:13**
- El tarifazo comenzó con la luz**
- EL TARIFAZO COMENZO CON LA LUZ **13:13**
- "Los aumentos para los usuarios serán del 300 al 500 por ciento"
- MEMORIA, VERDAD Y JUSTICIA **19:50**
- Los organismos de DDHH llevaron los reclamos a Casa Rosada
- CUMBRE DE LA CELAC **17:21**
- Maduro volvió a rechazar la "Injerencia" del Gobierno argentino
- MEMORIA, VERDAD Y JUSTICIA **15:32**
- Beneficio para un represor acusado de secuestrar al hijo de "Chicha"
- LA BATALLA POR EL REPARTO **14:18**

Imagen 61

De esta forma, en el titular, se puede observar el motivo temático de tarifazo, haciendo referencia al impacto negativo que tendrá en nuestra economía. En el mismo titular se afirma también que esta medida es “sólo el comienzo” de otros aumentos que se preveen. De esta forma el sentido que se construye es de advertencia o alarma.

Por otro lado, *Ámbito Financiero* publica una nota el 28 de enero de 2016 que se titula “Esto no es un sinceramiento de la economía sino un impuestazo” (ver imagen 62; *Ámbito Financiero*, 2016). En la nota señalan los dichos en Radio 10 del ex diputado nacional, Eduardo Santín, sobre el aumento en el precio de la energía que anunció el gobierno: "no es un sinceramiento de tarifas sino un impuestazo" y que "la realidad es que a todos se nos viene un ajuste".



Imagen 62

De esta forma, se construye una polarización de discurso en donde encontramos alineados, por un lado, los motivos temáticos de derroche, sinceramiento y beneficios futuros y, por otro, un impuestazo, tarifazo o ajuste. Como observamos en la nota de *Ámbito Financiero*, en oposición al discurso del sinceramiento de la economía, se construye el discurso vinculado al “ajuste”. El término se utiliza para nombrar un conjunto de medidas económicas que están vinculadas a la devaluación, a la suba de precios, a la inflación y a mantener los salarios estables y sin aumento proporcional acorde a la situación económica, lo cual da por resultado una disminución en el salario real y en la posibilidad de consumo.

Luego, el 30 de enero de 2016, el diario *La Nación* publicó un artículo titulado “Las eléctricas apoyaron los aumentos de luz”(ver imagen 63; *La Nación*, 2016b). Este artículo señala que tras más de doce años de tarifas casi congeladas, las empresas del sector eléctrico

celebraron los aumentos del gobierno, que comenzarán a aplicarse en los próximos días y alcanzarán más de 500%, y afirman que los mayores ingresos les permitirán mejorar la calidad del servicio.



Imagen 63

En oposición a la nota publicada en Página 12, observamos en la nota de La Nación un apoyo a la medida implementada por las empresas eléctricas ya que la ven en términos beneficiosos. Asimismo, se mencionan los “12 años de tarifas congeladas” haciendo referencia a los años de gobierno kirchnerista como un motivo temático vinculado a buscar la causa en el gobierno anterior.

En línea con esto último y sumándole un grado de complejidad a la construcción del discurso, el 31 de enero de 2016, Néstor O. Scibona publica en La Nación una columna de opinión. Bajo el titular de “El fin de la energía barata”, aborda el aumento de las tarifas bajo el motivo temático de sinceramiento (ver imagen 64; La Nación, 2016c). El copete de la nota versa “El sinceramiento de la crisis energética tiene costos inmediatos y beneficios en dos años”. Asimismo, hace referencia a la gestión del sector energético en los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner como “13 años de descalabro energético” que “no pueden resolverse de un mes para otro.”



Imagen 64

Según el artículo, los mayores costos energéticos fueron ocultados por la implementación de subsidios estatales sostenidos por el gobierno kirchnerista y para revertir esa crítica herencia, el gobierno de Mauricio Macri optó aquí por una estrategia gradualista, aunque no exenta de costos políticos. En las notas de La Nación observamos motivos temáticos que tienen que ver con el derroche energético vinculado a los años de gestión kirchnerista. De esta forma vemos que desde los medios de comunicación masiva se describe al aumento de tarifas, por un lado, como un “sinceramiento” de la economía, es decir, un proceso por el cual los precios y tarifas se vuelven reales gracias a la decisión del gobierno de Cambiemos. Este “sinceramiento” estaría basado en que el gobierno previo de Cristina Fernández de Kirchner estaba manejando precios y tarifas que no eran reales.

El motivo temático de sinceramiento de la política económica se posiciona en uno de los lados del discurso. En relación a este motivo temático, podríamos decir que el par de motivos temáticos “sinceramiento-ajuste” se puede analizar en términos antagónicos de Mouffe (2007), ya que allí se construye un enfrentamiento discursivo que busca imponer un sólo sentido hegemónico al aumento de tarifas.

En relación al motivo temático de ajuste, el 31 de enero de 2016, el diario Página 12 publica un artículo titulado “Ajuste, pérdida de ingresos y empleo en riesgo” (ver imagen 65, Página 12, 2016c). Afirma que el tarifazo eléctrico significará un recorte de hasta el 13% en la capacidad de compra de sectores de bajos ingresos, y es una de las medidas más regresivas

por el impacto en el poder de compra de la población. Arnaldo Bocco, economista, ex director del Banco Central, analizó el impacto que tendrá el ajuste tarifario y afirmó “lo alarmante es la combinación de la magnitud del daño al poder adquisitivo, con lo regresivo de la medida, porque recae en forma más violenta sobre los sectores más desprotegidos.” Además, señala que el aumento de tarifas pone mayor presión al sector industrial justo en el momento de baja de ventas y con la amenaza de los productos importados, para los cuales ya se ofrecen facilidades de ingreso al país que no existían en los años previos. Por lo tanto, resta competitividad a la industria nacional.



Imagen 65

En esta nota, observamos cómo el aumento en las tarifas se vincula nuevamente con el motivo temático de ajuste y con otras consecuencias socioeconómicas, cuestión que se profundizará en la tercera y cuarta fase del análisis de la circulación hipermediática de este caso particular.

Podríamos decir, además, que en esta fase se da un punto de contacto intersistémico ya que se impulsa el hashtag #LLEGOELTARIFAZO desde los medios masivos hacia las redes sociales. Así lo vemos, por ejemplo, en el canal de YouTube de C5N el 27 de enero en el programa Minuto Uno (ver imagen 66; Minuto Uno, 2016b). En el titular se puede leer el

aumento de las tarifas, bajo el motivo temático de tarifazo nuevamente, vinculado con el fin de los subsidios y la posibilidad de un impacto inflacionario.



Imagen 66

Asimismo también se retoma de forma irónica el comentario de Prat Gay mencionado en la entrevista en América por Alejandro Fantino, mencionada como parte de la primera fase (ver imagen 67; Minuto Uno, 2016b).



Imagen 67

4.1.5. Cuarta fase: proliferación de discursos y posicionamientos

La cuarta fase comienza el 27 de enero, en simultáneo con la tercera fase, cuando la circulación toma direccionalidad descendente y ocurre un cambio de escala en el sistema de medios, a partir de que estos discursos se reproducen y resignifican en redes sociales. En *Todo Negativo*, el 27 de enero se realiza una publicación que hace una referencia hipertextual a *Todo Noticias*, canal al cual hace referencia el nombre de la página de Facebook (ver imagen 68; Todo Negativo, 2016f). Allí se afirma que hay una evasión al tema del aumento de tarifas en este canal de televisión, ya que las noticias que transmiten tienen que ver con sucesos triviales.



Imagen 68

Es interesante pensar que si bien *Todo Negativo* se nutre de los medios de comunicación masiva para realizar sus publicaciones y hay puntos de contacto entre los discursos, también presenta un posicionamiento crítico sobre la construcción mediática de la noticia y, en este caso, pone en evidencia que difundir una medida política conlleva una decisión y una construcción política también desde el canal de televisión. En este caso, se puede identificar el motivo temático de la evasión mediática. En respuesta a estas publicaciones se encuentran dos tipos de comentarios: por un lado, un tipo de comentario que refuerza la publicación (ver imagen 69; Todo Negativo, 2016f) y, por otro, que presenta una

posición contraria a la misma (ver imagen 70; Todo Negativo, 2016f). En el primer caso, los comentarios refuerzan la publicación sumando ejemplos de acciones del gobierno de Cambiemos con las cuales están en desacuerdo y no se muestran en los medios masivos de comunicación (ver imagen 69; Todo Negativo, 2016f).

Adrita Adri Que importante!!! Que dice la gente que esta despedida?, los que ligaron balas de goma? Pero este animalejo nos distrae un poquito no?

Imagen 69

En el segundo caso, los comentarios que se dan en reconocimiento comparan la función de los medios de comunicación en el gobierno kirchnerista y en el gobierno de Cambiemos, brindando ejemplos de acciones que tampoco se visibilizaron en ninguno de los dos casos (ver imagen 70; Todo Negativo, 2016f).

Fabrizio Dadino en 12 años de kirchnerismo en la tv publica jamas vi temas relacionados a la inseguridad, a la inflación, a la corrupción, al hambre, a la falta de inversión en educación, a la falta de inversión en médicos... ahora se indignan?

Imagen 70

Por otro lado, una publicación de la misma fecha versa sobre el impacto del aumento de las tarifas sobre algunas necesidades básicas, como los alimentos (ver imagen 71; Todo Negativo, 2016g).



Imagen 71

El mismo motivo temático se reitera en los comentarios. Por ejemplo, en un comentario del mismo administrador de *Todo Negativo* comenta sobre su propia publicación para reforzar el sentido de la publicación inicial (ver imagen 72; *Todo Negativo*, 2016g).



Imagen 72

Del mismo modo, observamos internautas que interactúan con la publicación no agregan información a la publicación o construyen un adversario político sino que reafirman el sentido de la misma (ver imagen 73; *Todo Negativo*, 2016g).

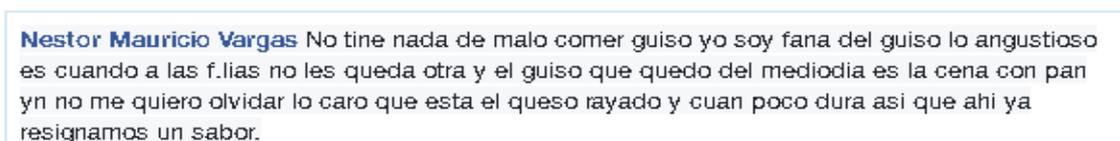


Imagen 73

En este sentido, podríamos decir que *Todo Negativo* presenta una mirada crítica de los medios masivos de comunicación a partir del planteamiento del motivo temático de la evasión

del tratamiento de la medida y la invisibilización del impacto en los alimentos. Observamos también que en *Todo Negativo* se retoma de algunos medios masivos el motivo temático de tarifazo, en tono alarmante.

Del lado de *No a la Dictadora K*, las menciones a la sanción de la medida son escasas e indirectas. El 25 de enero encontramos una publicación con el hashtag *#ElPrecioDelCambio* (ver imagen 74; No a la Dictadora K, 2016f) que hace referencia a que la inflación y el aumento de tarifas existía previamente al gobierno de Cambiemos y que desde el entonces gobierno de Cristina Fernández de Kirchner se culpaba a los empresarios por los mismos, hasta que, una vez que asumió Macri se comenzó a apuntar al gobierno como el responsable. Aquí podríamos observar cómo opera el nosotros-ellos en términos de Mouffe (2007) entre un grupos sociales. Por un lado, un nosotros que apoya al gobierno de Cambiemos y al aumento de tarifas porque entiende que es necesario y un ellos adversarial que respondería, desde la perspectiva del nosotros, a quienes apoyan al gobierno kirchnerista y adjudican la responsabilidad de tarifas altas a los empresarios.

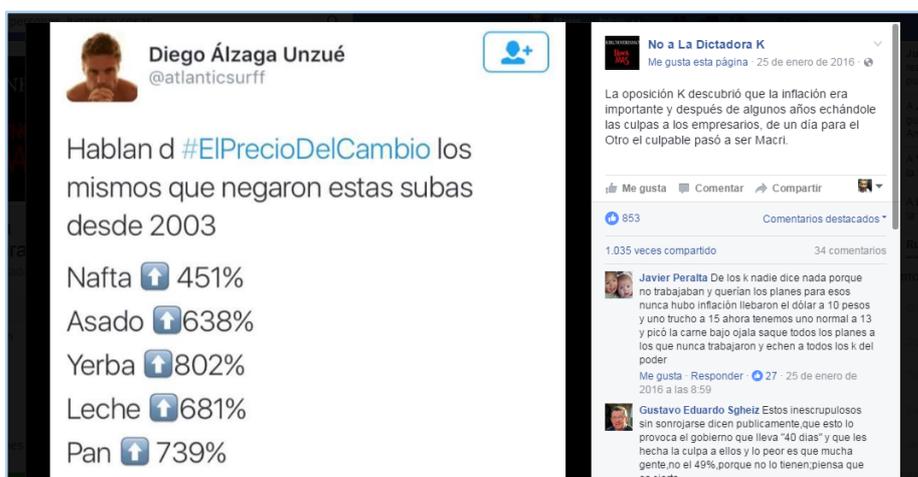


Imagen 74

En la descripción de la publicación se lee “*La oposición K descubrió que la inflación era importante y después de algunos años echándole las culpas a los empresarios, de un día para el otro el culpable pasó a ser Macri.*” Aquí observamos el motivo temático de hacer

referencia al gobierno anterior y adjudicar al mismo la causa de las medidas tomadas por el gobierno de Cambiemos.

Al nivel de los comentarios encontramos, por un lado, un refuerzo de la idea que está presente en la publicación, respecto de que es muy corto el tiempo de gobierno de Cambiemos para adjudicar la inflación y el aumento de tarifas al partido, como observamos cuando un internauta afirma que *“Estos inescrupulosos sin sonrojarse dicen públicamente que esto lo provoca el gobierno que lleva 40 días (...) y lo peor es que mucha gente (...) piensa que es cierto”* (ver imagen 75; No a la Dictadora K, 2016f).

Gustavo Eduardo Sgheiz Estos inescrupulosos sin sonrojarse dicen públicamente, que esto lo provoca el gobierno que lleva "40 días" y que les hecha la culpa a ellos y lo peor es que mucha gente, no el 49%, porque no lo tienen; piensa que es cierto.

Imagen 75

Por otro lado, también identificamos una posición que invita a la reflexión a partir de la comparación de aumentos durante la gestión de Cambiemos y la kirchnerista. En el comentario se puede leer *“habría que preguntarse (si uno quiere hacer un análisis profundo), quienes son los responsables de los aumentos? (...) y para comparar con el gobierno actual, cuanto subieron los salarios y el poder adquisitivo de la gente junto con los aumentos en la época K y en la actual?”* (ver imagen 76; No a la Dictadora K, 2016f).

Fernando Vazquez es irrefutable que los precios subieron, habría que preguntarse (si uno quiere hacer un analisis profundo), quienes son los responsables de los aumentos? , y para comparar con el gobierno actual, cuanto subieron los salarios y el poder adquisitivo de la gente junto con los aumentos en la época K y en la actual?

Imagen 76

Del lado de Twitter, vemos cómo se replica el hashtag *#LlegoElTarifazo* en diversos tuits de internautas comunes (ver imagen 77 y 78; María de los Ángeles y Herald, 2016), evidenciando así un contacto intersistémico entre el hashtag iniciado por los medios masivos y las redes sociales.



Imagen 77



Imagen 78

Como mencionamos en la primera fase, aquí vemos dos ejemplos en los cuales se puede observar una polarización entre aquellos que, por un lado, comprenden al aumento de precios de las tarifas como una medida necesaria de realizar ya que entienden que el gobierno kirchnerista lo había manejado de forma ineficiente (ver imagen 77; María de los Ángeles, 2016) y, por otro lado, aquellos que plantean una situación de injusticia, sorpresa y queja frente a la misma medida, en numerosos casos, abordados desde la ironía (ver imagen 78; Heraldo, 2016). En redes sociales, entonces, se verifica la polarización de sentidos construidos en los medios masivos pero abordada desde ejemplos concretos: *Todo Negativo*, por ejemplo, hace referencia a un alimento básico y *No a la Dictadora K* a precios de combustibles. El par de motivos temáticos sinceramiento-ajuste presente en los medios de comunicación se reproduce en redes sociales mediante ejemplos concretos a nivel micro.

4.1.6. Quinta fase: una medida enmarcada en una política de Estado

En la quinta fase, luego de un mes de la sanción de la medida, y con el transcurso del gobierno de Cambiemos en el poder, se observa un pasaje discursivo en los medios de

comunicación masiva en el cual se profundiza la relación de esta medida con el resto de las decisiones políticas que fueron marcando la dirección de Cambiemos.

En los medios masivos el tratamiento de la medida deja de ser abordada como novedad y alerta, y se la vincula con otras medidas que fueron profundizando la dirección política de Cambiemos tales como los despidos en el Estado analizados en el capítulo 3 y con las paritarias a negociar al comienzo del año. De esta forma, la circulación toma direccionalidad ascendente ya que vuelve a los medios masivos a partir de un salto a otro sistema de medios con una complejización del sentido. Se da una complejización del discurso cuando se deja de entender a la medida de forma aislada y se la comienza a ver integrada a otras decisiones políticas de Cambiemos.

El 10 de marzo de 2016, el diario La Nación publica un artículo titulado “Primeros tres meses de Mauricio Macri presidente: cuál es la evaluación que hacen los economistas” (ver imagen 79; La Nación, 2016d). Se destaca la salida no traumática del cepo al dólar y el avance con los holdouts (ver medida también trabajada en esta tesina sobre el acuerdo con los fondos de inversión más adelante), pero se cuestiona la falta de un plan para frenar la inflación. Cuatro analistas indicaron que no se puede analizar este trimestre sin considerar la herencia de alto déficit fiscal, inflación, crecimiento negativo de la economía y distorsión de las estadísticas públicas, que vienen del kirchnerismo. Adrián Ramos, economista de la UCR y director del grupo Bapro, elogió la quita de subsidios particularmente cuando es citado diciendo que "la política de tratar de corregir las distorsiones por los subsidios a los servicios públicos en la energía; allí se avanzó en el sentido correcto porque las distorsiones solo beneficiaban a sectores acomodados".

MENÚ LA NACION **negocios** La pelea con los holdouts SEGUIR

¡Últimas horas! **HOTSale** HASTA 50% OFF Quiero ver ofertas

Primeros tres meses de Mauricio Macri presidente: cuál es la evaluación que hacen los economistas

Destacaron la salida no traumática del cepo y el avance con los holdouts, pero cuestionaron la falta de un plan más enfático para frenar la inflación

Imagen 79

Aquí podemos observar un posicionamiento positivo sobre la quita de subsidios ya que se habla de evitar distorsiones de las tarifas y de arrastrar ciertas situaciones del gobierno anterior. Nuevamente encontramos el motivo temático de hacer referencia al kirchnerismo para justificar el aumento, al cual se suma el motivo temático de la distorsión.

Por otro lado, el 13 de marzo de 2016, Página 12 publicó un artículo titulado “Los 100 días de Macri” (ver imagen 80; Página 12, 2016d). El mismo plantea que finalizó el plazo tradicional de la “luna de miel” del gobierno, y aunque la imagen todavía es positiva, los encuestadores ya notan la baja. Las principales preocupaciones son tarifas, inflación y el miedo a perder el trabajo. Desde hace algo más de un mes –señala Roberto Bacman, titular del Centro de Estudios de Opinión Pública– la economía ha ocupado nuevamente el centro de la escena y se ha convertido en la principal preocupación de los argentinos. Pero es especialmente la inflación la que ha logrado quitarle el sueño a un segmento importante de la sociedad, provocada por el aumento de los precios de los productos de la canasta básica familiar, de los útiles escolares y la fuerte suba en la tarifas de la energía eléctrica.



Imagen 80

En este caso observamos que el aumento de tarifas sigue vinculado a la inflación y los despidos, pero con un sentido discursivo distinto a La Nación, ya que se lo plantea en tono de preocupación. Se observa, de la misma forma que en las fases anteriores, el motivo temático de alarma en el aumento de las tarifas, esta vez vinculado al miedo.

En ambas notas se puede ver un período de tiempo determinado que se resalta para hacer una evaluación de la gestión de Cambiemos en el cual se introduce el aumento de las tarifas vinculado a diversos elementos. Sin embargo, los artículos se diferencian en los sentidos que le otorgan al aumento de tarifas. Por un lado, La Nación lo aborda con motivos temáticos que hacen referencia al gobierno anterior y lo justifica planteando que será beneficioso para la economía, mientras que, Página 12, se posiciona discursivamente con un tono de alarma frente al aumento, relacionándolo con una situación laboral inestable.

4.1.7. Sexta fase: repercusiones en redes sociales

La sexta fase se presenta nuevamente con un cambio de escala en el sistema de medios cuando la circulación toma una direccionalidad descendente y hay reconocimiento en redes sociales. Por el lado de *Todo Negativo*, aquellos sentidos que en los medios masivos se presentaban como un debate o una pregunta en las fases anteriores, en esta fase se verifican. También se vincula la política económica a la devaluación, al pago al impuesto a las

ganancias, a la baja de retenciones, al fin del cepo cambiario, a la “vuelta a los noventa” haciendo alusión al gobierno neoliberal de Carlos Menem que desembocó en la crisis económica y social de 2001. Cabe destacar que este último motivo temático se retoma recurrentemente desde las condiciones de producción.

Otro motivo temático que encontramos es la enunciación irónica de la palabra “alegría”. La presencia de las palabras “alegría” y “la revolución de la alegría” en el discurso de Mauricio Macri hacen referencia al modo enunciativo que supo construir. El discurso macrista históricamente ha sido asociado con la alegría, la conciliación apolítica (Slimovich, 2012b) y una posición dialoguista. Es interesante observar cómo en este tipo de discurso se identifica una construcción enunciativa en la cual existe un borramiento del adversario electoral (Slimovich, 2016b, p.6) en la cual la dimensión polémica no aparece.

Retomando este sentido de dilución del conflicto, la siguiente publicación de *Todo Negativo* lo retoma el 30 de marzo de 2016 (ver imagen 81; Todo Negativo, 2016h).

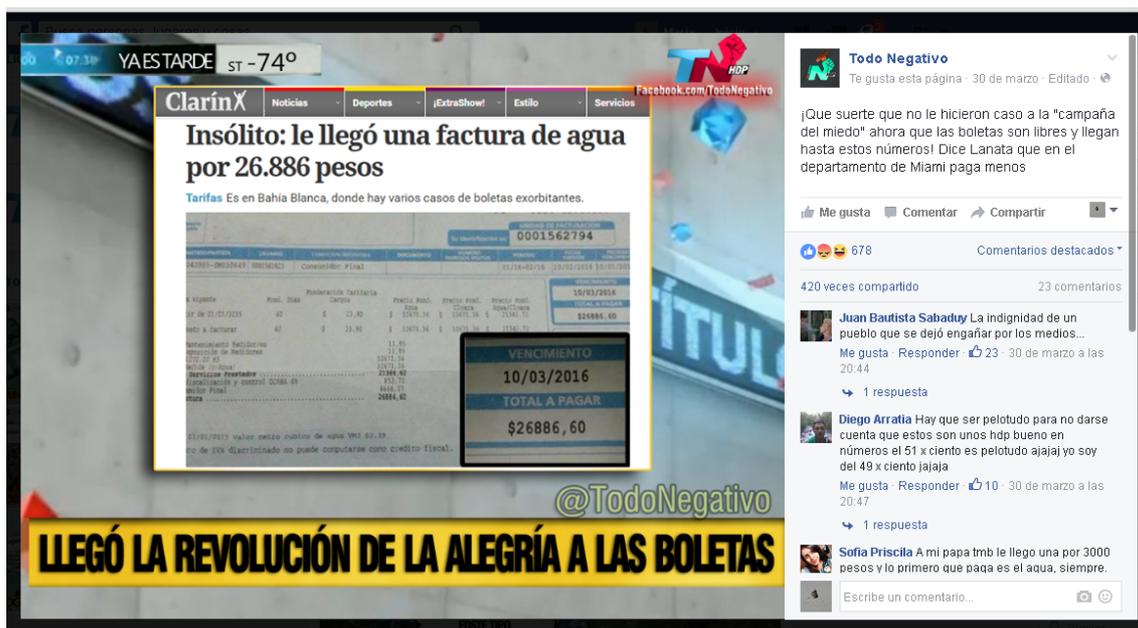


Imagen 81

En esta publicación encontramos, además, un contacto intersistémico ya que discursos de medios masivos fueron recuperados por las redes sociales para generar nuevos sentidos. En

este caso, el concepto de “alegría” implementado en la campaña electoral de Mauricio Macri para presidente, se ve resignificado por *Todo Negativo* como un modo emotivo para pagar el aumento de tarifas, en este caso, puesto en evidencia en las boletas de agua, de forma irónica.

A nivel de comentarios, observamos que se retoma el motivo temático de sinceramiento propuesto desde los medios masivos en la tercera fase, pero desde una perspectiva crítica y cuestionando el aumento. En el primer comentario seleccionado de esta publicación el internauta afirma “*la palabra aumento ya no existe más en nuestro país, ahora es sinceramiento!! No suena más lindo???*” (ver imagen 82; Todo Negativo, 2016h).

Roberto Martinez No muchachos , la palabra aumento ya no existe más en nuestro pais , ahora es sinceramiento!! No suena más lindo???

Imagen 82

Del mismo modo, lo identificamos en otro comentario cuando otro internauta explica que “*esa excusa que usa para decir que son sinceramientos para mejorar la calidad en los servicios es mentira*” (ver imagen 83; Todo Negativo, 2016h).

LM Sanchez Ya dije.. Esa excusa que usa para decir que son sinceramientos para mejorar la calidad en los servicios es mentira.. En Córdoba.. Como en el interior del país.. Tenemos muchísimo menos subsidio.. Por lo que pagamos mas desde siempre.. Y el servicio. .. Es una mierda lo mismo.. Los colectivos se desarman vas apretado como ganado.. La luz un pico de calor o frío se corta.. Y el agua esta más contaminada que mi inodoro.

Imagen 83

Por otro lado, respecto al motivo temático de la comparación entre las promesas de campaña de Cambiemos y lo llevado a cabo en los primeros meses de gestión, observamos, por ejemplo, una publicación de *Todo Negativo* del 31 de marzo de 2016 que retoma una nota publicada el 2 de diciembre de 2015¹⁵ en La Nación (ver imagen 84; Todo Negativo, 2016i).

¹⁵ La publicación hace referencia a un artículo de La Nación disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1850761-guillermo-dietrich-vamos-a-mantener-los-subsidios-no-va-a-haber-un-aumento-en-transporte>

Aquí observamos un contacto intersistémico ya que la página de Facebook retoma contenido de los medios masivos de comunicación y agrega sentidos a la circulación de la medida. Se compara la frase que asegura el mantenimiento de las tarifas de los transportes del entonces Ministro de Transporte Guillermo Dietrich con el aumento que se realizó efectivamente.



Imagen 84

A nivel de comentarios nos encontramos con un refuerzo de sentido a los motivos temáticos de la mentira y el engaño. Por un lado, se resalta el engaño de los medios masivos de comunicación y por otro, la mentira de los funcionarios que formaban parte de Cambiemos a la hora de hacer campaña electoral cuando en los comentarios se lee que *“un pueblo se dejó engañar por los medios...”* (ver imagen 85; Todo Negativo, 2016i) o *“no se los puede haber mentido en la campaña?”* (ver imagen 86; Todo Negativo, 2016i).

[Juan Bautista Sabaduy](#) La indignidad de un pueblo que se dejó engañar por los medios...

Imagen 85

[Sergio Garcia](#) no se los puede meter presos por haber mentido en la campaña?

Imagen 86

Por el lado de *No a la Dictadora K*, se observa una publicación del 1 de abril que relativiza el aumento de las tarifas haciendo una comparación con la situación de otras ciudades distintas a Buenos Aires, ya que el argumento que se pone en relación tiene que ver a que las tarifas en el “interior” del país siempre han sido más altas que en Buenos Aires (ver imagen 87; *No a la Dictadora K*, 2016g)



Imagen 87

A nivel de los comentarios, en dirección descendente, vemos que en algunos casos se refuerza el sentido de la publicación, brindando más argumentaciones lógicas a la publicación (ver imagen 88; *No a la Dictadora K*, 2016g) o haciendo hincapié en la corrupción política (ver imagen 89; *Todo Negativo*, 2016g).

Romina Sua-adhithana Partido de la costa, minimo \$13, y llega hasta los 27\$ dentro del partido... Y se quejaaaaaaan????? Yo me gasto de santa teresita a mar de ajo en colectivo todos los dias para ir a trabajar \$44...

Imagen 88

Carlos Hector Gigena Perdon.pero nosotros si vivimos en la real Argentina en Cba. Siempre tuvimos las tarifas bien cobradas y Bs. As. Y capital vivían en un mundo ficticio.no se quien tiene la culpa.capas los 30 años d políticos ineptos y corruptos etc etc. ...

Imagen 89

A partir del análisis de los comentarios seleccionados en esta medida en las fases 2, 4, y 6 observamos que, siguiendo la clasificación de Slimovich (2012a), mayormente nos encontramos con interacciones de internautas que son seguidores comentadores, es decir, que refuerzan el sentido de la publicación a través de la descripción, relato o argumentación sin configurar un adversario político. En menor medida, también identificamos comentarios de internautas del tipo seguidores argumentadores lógicos que refuerzan el sentido de la publicación a través de argumentaciones lógicas y construyen discursivamente un adversario político, dirigido tanto al gobierno de Cambiemos y a Mauricio Macri como a la última gestión de Cristina Fernández de Kirchner.

Asimismo, resulta interesante observar en este caso el recorrido del motivo temático de la relativización del aumento de tarifas desde los medios masivos de comunicación presente en el inicio del caso hasta el nivel de los comentarios ubicados en la última fase del análisis de circulación hipermediática. De esta forma, podemos identificar el peso discursivo que tiene un enunciador institucional como un Ministro o funcionario público legitimado también por los medios de comunicación masiva ya que, más allá de los diversos discursos que circularon sobre la medida, este motivo temático se mantiene desde el inicio hasta el final de la circulación.

En otro trabajo, Slimovich (2017b) analiza la circulación hipermediática de esta medida pero en un período posterior: desde el 7 de julio de 2016 al 14 de julio de 2016, fecha en la cual se lleva a cabo una protesta en el espacio público en contra del aumento de tarifas, convocada desde las redes sociales y televisada por los medios masivos.

Tanto en este análisis como en el nuestro, las redes sociales son un espacio propicio para que los internautas comunes puedan poner en evidencia “la connivencia entre el poder mediático y el poder político” (p.12) y denunciar la invisibilización de la protesta social, por un lado, y la evasión del impacto social de una medida política, por otro. Asimismo, entendemos que el rol de los medios masivos es fundamental ya que en ambos análisis determinan el punto de origen de la circulación de la medida debido a que imponen discursos respecto a la misma. Aún así, las redes sociales producen sus apropiaciones y resignificaciones de los sentidos impuestos por los medios masivos, logrando en algunas ocasiones, ser retomadas por los medios masivos.

4.2. Acuerdo con los fondos de inversión: la medida y sus condiciones de producción

La relación del Estado argentino con la deuda externa estuvo presente en diversos gobiernos que han recorrido la historia argentina. El 31 de marzo de 2016, el gobierno de Cambiemos promulgó la ley 27.249 mediante el decreto 539/2016, la cual habilitó al Ministerio de Hacienda y Finanzas de la Nación a proceder con la negociación y ofertas de pago a los tenedores de títulos públicos elegibles, con el objetivo de disminuir la deuda externa que contraída a lo largo de los años con los fondos de inversión extranjeros o, en su forma coloquial, conocidos como los *fondos buitres* o *holdouts*. En este apartado analizaremos las condiciones de producción y la circulación hipermediática que tuvo esta medida.

Si bien la medida se sanciona en marzo de 2016, el debate por el pago a los fondos de inversión estuvo presente tanto en medios masivos como en redes sociales en discursos preliminares a su publicación oficial.

Es importante destacar que la relación con fondos de inversión se abordó como una decisión clave del gobierno de Cambiemos y un cambio de actitud radical en comparación al gobierno del Frente para la Victoria.

En este sentido, por ejemplo, *Todo Negativo* generó una publicación el 11 de diciembre de 2015, durante de la jura de asunción de Cambiemos a la presidencia, en la cual se puede observar un montaje con un globo de diálogo en el cual la figura del Ministro de Hacienda y Finanzas Alfonso Prat Gay dice (en tono ficcional e irónico): “si así no lo hiciera que los buitres y el JP Morgan me lo demanden” (ver imagen 90; Todo Negativo, 2015b).

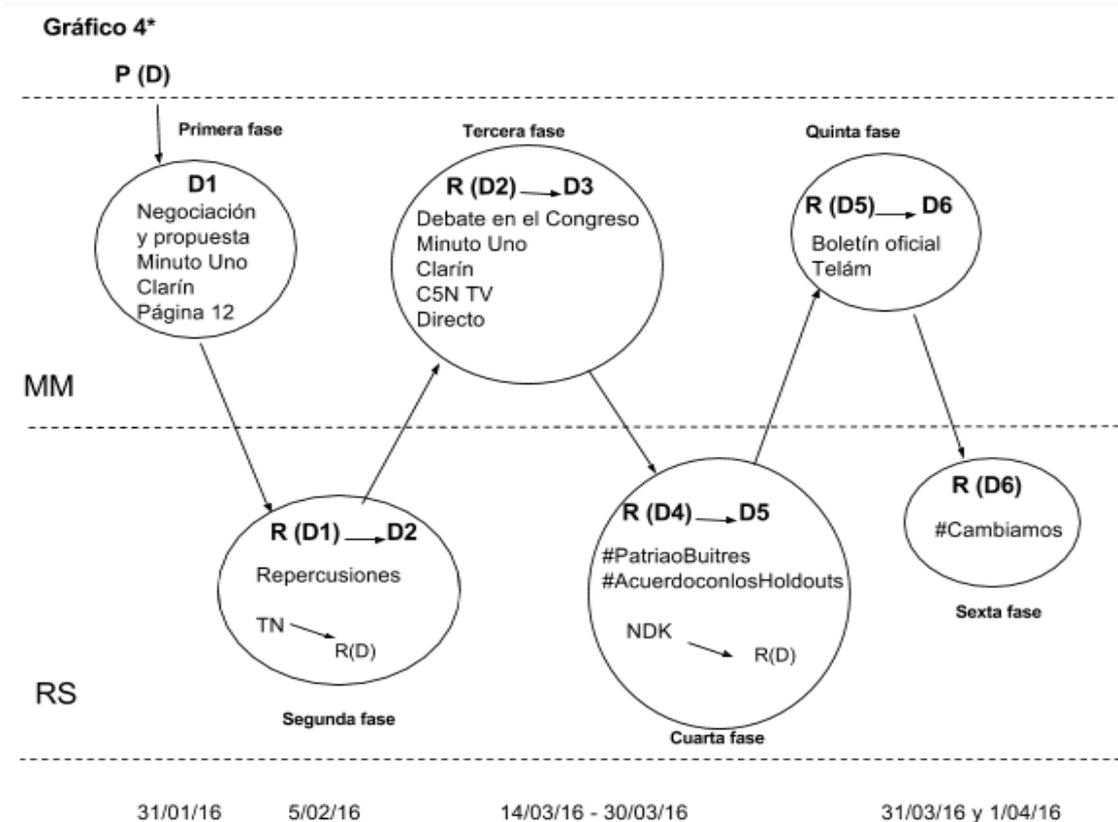


Imagen 90

Aquí observamos un motivo temático vinculado a la docilidad de negociación con los fondos de inversión anticipando la posición de Cambiemos frente a ellos. Si bien este tipo de publicaciones no forman parte del gráfico de circulación de la medida, la consideramos como un ejemplo que condensa parte de sus condiciones de producción, en las cuales se puso en evidencia la intención de negociación por parte de Cambiemos desde los comienzos de su gestión.

4.2.1. Las condiciones de circulación de la medida: su gráfico

A continuación presentaremos el Gráfico 4 que representa las condiciones de circulación de la medida antes mencionada. Para su elaboración tomamos como inicio el 31 de enero de 2016, fecha en la cual la negociación con los representantes de los fondos de inversión asume estado público en medios masivos. Se identificaron 6 fases. La primera y segunda se vinculan con la presentación de propuestas de pago a los fondos de inversión y sus repercusiones. La tercera y cuarta fase se sitúan durante el debate en el Senado de la ley. La quinta y sexta ocurren en el momento de sanción de la medida.



*Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015).

4.2.2. Primera fase: negociación y propuesta

Para el análisis del pago a los fondos de inversión tomamos como inicio la primera mención del comienzo de negociación del posible acuerdo en los medios masivos. La medida toma estado público en un artículo el 31 de enero de 2016 en Minuto Uno bajo el titular “Argentina presenta este lunes su propuesta de negociación a los fondos buitres” (ver imagen 91; Minuto Uno, 2016c).



Imagen 91

Con este artículo, se presenta de forma concreta por primera vez la intención política del gobierno de Cambiemos para comenzar la negociación del acuerdo. En la nota se informa que el Secretario de Finanzas, Luis Caputo, se reunirá en Nueva York con el mediador, Daniel Pollack, para presentarle la propuesta de negociación para el pago de la deuda a los fondos de inversión. El artículo señala que Mauricio Macri afirmó que el gobierno está “preparado para conformar un acuerdo” y “comprometido con encontrar lo antes posible la forma para un acuerdo que sea balanceado para las dos partes” y espera que la otra parte también se comprometa. Se afirma también que la deuda superaría los 10.000 millones de dólares y que Caputo aseguró que el gobierno quiere “dejar atrás” el litigio con los fondos buitres. En este caso, observamos la apertura del gobierno para negociar con los fondos de inversión, demostrando una actitud diferente respecto de lo que se había llevado a cabo bajo la gestión de Cristina Fernández de Kirchner.

Asimismo, observamos la presencia del motivo temático de denominar a los fondos de inversión como fondos “buitres” tanto en el titular de la nota como en su volanta. Este motivo es recurrente a lo largo de todas las fases para referirse a los mismos. En algunos casos, el término buitres se utiliza en una forma negativa para hacer una analogía entre estas aves que se alimentan de animales muertos y el modo de accionar de los fondos de inversión, ya que los préstamos que otorgan estos últimos tienen altas tasas de interés y cláusulas específicas que

van en detrimento de los países que luego se convierten en deudores y que, en general, no pueden afrontar los pagos.

En la misma línea, el 5 de febrero de 2016, Clarín publica un artículo titulado “El Gobierno presentó la oferta de pago a los fondos buitres con una quita del 25%” (ver imagen 92; Clarín, 2016b). El medio informa que el Secretario de Finanzas, Luis Caputo, y el vicejefe de Gabinete, Mario Quintana, presentaron una oferta para abonar la deuda con una quita del 25%, que ya fue aceptada por algunos fondos, según el gobierno.



Imagen 92

En esta nota, se especifica el porcentaje de quita de la oferta de pago y una certeza de acuerdo entre las partes. Asimismo, vemos cómo esta nota se diferencia de la de Minuto Uno ya que el modo de abordaje discursivo pasa de ser una "negociación" a ser una "oferta". En este sentido encontramos nuevamente el motivo temático de docilidad en el acuerdo, identificado en la condiciones de producción, ya que la oferta de pago a los fondos de inversión puede verse como un cambio de actitud frente a los mismos respecto del gobierno anterior.

Luego, el domingo 7 de febrero de 2016, Página 12 publica un artículo titulado: “Pagar caro, cash y endeudarse” (ver imagen 93; Página 12, 2016e). Aquí se plantea que el apuro del gobierno para cerrar el litigio con una generosa oferta de pago podría resultar en un elevado costo económico para el país. Se afirma que las condiciones del acuerdo son peores que las del 2014, cuando fue ofrecido un plan de pago a la comitiva encabezada por el ex Ministro de Economía Axel Kicillof con mayor quita de deuda y mejores condiciones de pago. El artículo critica el acuerdo del gobierno de Mauricio Macri quien se somete a las

exigencias de los fondos, perjudicando la economía del país, pero con el objetivo de poder tomar más deuda a mejor tasa de financiamiento.



Imagen 93

En este último artículo, observamos una posición crítica sobre el pago de la deuda junto con una comparación entre las acciones llevadas a cabo por el gobierno de Cambiemos y el gobierno de Frente para la Victoria. Se aborda la posibilidad de pago con un tono de advertencia sobre las consecuencias que podrían ocurrir.

En términos generales, podemos observar posiciones disímiles entre Clarín y Página 12. Clarín informa sobre la medida desde una posición a favor de la negociación, mientras que, en Página 12, el columnista advierte sobre las consecuencias que puede tener esta decisión y hace alusión a un pasado económico de crisis en Argentina que tuvo basamento en una deuda externa contraída por capitales privados que luego fue saldada con capital estatal. Sin embargo, si bien el contenido parece similar, el abordaje de la medida entre Clarín y Minuto Uno es distinto ya que las volantas varían considerablemente. En el caso de Clarín, observamos el motivo temático de “deuda pública” mientras que en Minuto Uno se aborda el tema desde la referencia a los “fondos buitres”. Entender a la deuda con los fondos de inversión como pública le otorga un sentido que implica, en primer lugar, legitimarla y, además, situarla como responsabilidad del Estado. En cambio, la volanta que aborda al tema como fondos buitres propone una lectura que, si bien también es una forma coloquial de

denominar a los fondos de inversión, implica una caracterización negativa de los mismos. Por otro lado, la volanta en Página 12 es “economía”, ofreciendo información sobre el área en el que se ubica la medida. Esta primera fase en medios masivos toma direccionalidad descendente que produce reconocimiento en redes sociales, dando comienzo a la segunda fase de la circulación.

4.2.3. Segunda fase: repercusiones en redes sociales

En la segunda fase en redes sociales, se pueden observar puntos de contacto interstémicos entre redes sociales y medios masivos. *Todo Negativo*, el 5 de febrero, postea una publicación que retoma el titular de Clarín anteriormente mencionado en la primer fase y se hace una comparación entre el discurso presentado durante la campaña electoral de Cambiemos y la noticia de acuerdo con los fondos de inversión evidenciando de forma irónica el cambio de posicionamiento frente a la medida antes y después de la campaña electoral (ver imagen 94; Todo Negativo, 2016j).

The image shows a Facebook post from the page 'Todo Negativo'. The post features two newspaper headlines side-by-side. The top headline, from Clarín, is titled 'El PRO promete hacer "lo mismo que Kicillof" con los buitres si llega al Gobierno' and is annotated with a red 'CAMPAÑA' stamp. The bottom headline, from Clarín.com, is titled 'El Gobierno presentó la oferta de pago a los fondos buitres con una quita del 25%' and is annotated with a red 'REALIDAD' stamp. The Facebook post includes a comment from Vero Juárez and a response from Nestor Gabriel Pastormerlo, both discussing the irony of the government's actions.

Imagen 94

En los comentarios se reconocen motivos temáticos vinculados a la previsibilidad del acuerdo, a intereses compartidos entre los funcionarios y los integrantes de los fondos de inversión, a una actitud sumisa del gobierno, del presidente y del Ministro de Hacienda y Finanzas respecto de los fondos y, una traición a la patria. En este sentido, se destacan ciertos comentarios que incorporan memes con la imagen del presidente vinculada a motivos temáticos escatológicos o sexuales. De esta forma, vemos cómo el motivo temático de docilidad presente en las condiciones de producción en las redes sociales se mantiene y profundiza (ver imagen 95 y 96; Todo Negativo, 2016j).



Imagen 95



Imagen 96

En *No a la Dictadora K*, en cambio, no hay menciones de esta negociación en forma explícita, lo que supone una omisión a la medida en tanto no es considerada relevante.

4.2.4. Tercera fase: el debate en el Congreso

La tercera fase se caracteriza por un cambio de sistema de medios y de direccionalidad, ya que la medida vuelve a los medios masivos a partir del acercamiento de la fecha en la cual se produciría el debate y votación final de la ley en el Congreso de la Nación. Desde el 14 al 30 de marzo, encontramos una exposición exponencial de la medida ya que los medios de comunicación cubren en vivo la votación en la Cámara de Diputados, en un primer momento, y luego la Cámara de Senadores.

El 14 de marzo de 2016, Minuto Uno publica un artículo titulado: “Buitres o hiperinflación y ajuste: el debate en el Congreso” (ver imagen 97; Minuto Uno, 2016d). Se informa que el martes siguiente tendrá lugar el debate por la negociación con los fondos buitres y se incluye el video del análisis de Roberto Navarro, periodista de C5N. El proyecto a debatir tiene como puntos centrales las leyes cerrojo y de pago soberano, y la autorización al gobierno para emitir deuda para cancelar el pago a los fondos buitres. Se afirma que Mario Negri, presidente del interbloque de Cambiemos confirmó tener garantizado el quórum para debatir el proyecto en una sesión especial del martes.



Imagen 97

Aquí encontramos por primera vez la mención al debate en el Congreso. En términos antagonistas de Mouffe (2007), se observa una construcción polarizada entre un nosotros que defiende el pago de los fondos de inversión y, en su contracara, y un ellos que alerta sobre la consecuencia inflacionaria en nuestra economía. Asimismo, vemos cómo el discurso televisivo se introduce en complementariedad con la prensa gráfica, en esta fase en la que el

debate adquiere notoriedad y masividad por su carácter noticioso. En sentido, podemos hablar de un contacto intersistémico, ya que dentro del mismo sistema de medios -en este caso en el de medios masivos de comunicación- la prensa gráfica digital retoma al discurso televisivo.

Por otro lado, el 17 de marzo de 2016, Clarín publica un artículo titulado “Buitres: arrancó el debate en el Senado y la ley podría votarse en dos semanas” (ver imagen 98; Clarín, 2016c). La nota menciona que, luego de obtener media sanción en la Cámara de Diputados, Prat Gay defendió el proyecto en la Comisión de Presupuesto, con mayoría kirchnerista.



Imagen 98

En esta nota, el foco ya no es la sesión de la Cámara de Diputados, como lo es en la nota de Minuto Uno, sino que se aborda la sesión en la Cámara de Senadores. Asimismo, cabe resaltar la volanta cuando afirma “Deuda externa. La negociación para salir del default” ya que se puede observar un motivo temático de salida del default como un accionar positivo.

Luego, el 30 de marzo de 2016, el Diario 24 publicó un artículo titulado “Siga en vivo el debate en el Senado por el pago a los fondos buitres” (ver imagen 99; Diario 24, 2016). Se prevé que el debate derogue las leyes cerrojo y de pago soberano para habilitar el pago a los fondos buitres y se anuncia una maratónica sesión. Afirma que el oficialismo posee amplia mayoría para sancionar la ley.

EN DIRECTO

Siga en vivo el debate en el Senado por el pago a los fondos buitre

El macrismo busca aprobar el endeudamiento con el apoyo de distintos aliados. Se espera otra sesión maratónica.



Imagen 99

En esta tercera fase es importante destacar que se transmite el debate en el Senado en directo por televisión. Siguiendo a Carlón (2009), el directo televisivo tiene ciertas particularidades que hacen que esta fase se distinga de las demás. En primer lugar, el discurso del directo televisivo propone una relación con la temporalidad distinta a la del grabado televisivo. Se transmite lo que ocurre en ese mismo momento por lo que hay una menor posibilidad de construir el acontecimiento y controlar las condiciones de producción de un discurso.

Esta dimensión temporal-natural constitutiva del directo televisivo no puede ser pensada sin los rasgos claves de la toma directa: la reproducción automática y la presentación del acontecimiento. El carácter automático se da exclusivamente por el dispositivo que es utilizado. La cámara de televisión capta automáticamente el acontecimiento -en este caso el debate en el Senado para la sanción del pago a la deuda con los fondos de inversión- y lo reproduce casi inmediatamente. Esto hace que el discurso se vea de algún modo restringido: sólo podrá representar las condiciones espaciales que ocurran en ese momento. Sin embargo, el directo televisivo no sólo es representativo sino también presentativo. Según Carlón (2009), “lo representado aparece presentado, se despliega en la misma temporalidad en la que se

encuentra inscripto el sujeto espectador” (p.180). Esto significa que los sujetos espectadores están inscriptos en la misma temporalidad que cuando ocurre el debate en el Senado. Pueden observar las argumentaciones de cada uno de los Senadores, las justificaciones y explicaciones esgrimidas en cada uno de los votos, los enfrentamientos y los posicionamientos en cada caso. Esta relación de la toma directa con la temporalidad pone de relieve aquel “tiempo natural (instaurador del régimen de la vida, en el que se encuentran en ese momento inscriptos todos, discurso, acontecimiento y sujeto espectador” (p.180). En otras palabras, podemos decir que el tiempo del régimen de la vida natural se inscribe en la temporalidad de la toma directa televisiva, en la que están inmersos el sujeto espectador, el acontecimiento y el discurso construido acerca del mismo en el mismo momento.

4.2.5. Cuarta fase: buitres o holdouts

En el pasaje de la tercera a cuarta fase nos encontramos con un cambio de escala con direccionalidad descendente y contactos intersistémicos.

Si bien en *No a la Dictadora K* no se verifican publicaciones durante el mismo día del debate en el Senado, aparece una alusión en una publicación del 16 de marzo donde se muestra a Máximo Kirchner y Axel Kicillof durmiendo en la sesión del Senado (ver imagen 100; No a la Dictadora K, 2016h), bajo los motivos temáticos de ser vagos y cuestionando su capacidad intelectual. De esta forma, se compara la relación que había tenido el gobierno kirchnerista con los fondos de inversión y la posición que mantenida por Cambiemos.



Imagen 100

En este caso, observamos que el mismo motivo temático de vagancia y corrupción que está presente en la publicación se replica a nivel de los comentarios, cuando la circulación toma direccionalidad descendente (ver imagen 101; No a la Dictadora K, 2016h).

Cielo Scarafia Vergonzoso, que sentirán los que lo votaron!! nos jodieron a todos no solamente a s cruz, todos le pagamos a esta lacra, que busca fuero ladrón como la madre

Imagen 101

Por otro lado, aparece el motivo de la patria abordado en forma irónica (ver imagen 102; No a la Dictadora K, 2016h)

Carina Cassab estaban muy preocupados por la venta de la Patria!!! inservibles!!

Imagen 102

Del lado de *Todo Negativo*, en cambio, no se observan publicaciones o comentarios directamente relacionados al debate en el Senado.

Además, podemos afirmar que la medida tiene repercusiones en las redes sociales de una forma similar a la segunda fase pero con una creciente complejidad en la generación de discursos ya que, por ejemplo, se suman hashtags con gran alcance. Desde el lado opositor al pago a los fondos, se proponen los hashtags como *#PatriaOBuitres*. En este caso, observamos un tuit de Prensa y Difusión de *Resistiendo con Aguante* del 28 de marzo (ver imagen 103; Prensa y Difusión, 2016) en el cual se despliega un *flyer* que impulsa a la ciudadanía a concentrarse en el Congreso para presionar el rechazo al pago a los fondos de inversión. Cabe destacar que *Resistiendo con Aguante* es un colectivo que nació de un grupo de Facebook para nuclear internautas que tuvieran una adhesión kirchnerista, frente al crecimiento de la popularidad de Cambiemos.



Imagen 103

En términos de Mouffe (2007), en este último hashtag se puede observar una relación dicotómica entre ser argentino patriota o no serlo y estar a favor del acuerdo.

Desde los sectores que se posicionaron a favor de la sanción de la medida observamos a un enunciador broadcast como el actual Presidente Provisional del Senado Federico Pinedo que impulsó el hashtag *#AcuerdoConLosHoldouts* (ver imagen 104; Pinedo, 2016) bajo el cual se difundió información del debate y con la importancia que tendría apoyar el acuerdo con los fondos de inversión para el país y sus relaciones exteriores.



Imagen 104

4.2.6. Quinta fase: la sanción

Luego de la sesión en la Cámara de Senadores, el 31 de marzo de 2016, Télam publicó un artículo titulado “Con amplia mayoría, el Senado aprobó el acuerdo con los holdouts” (ver imagen 105; Télam, 2016b). Anuncia que el pago impulsado por el Ejecutivo obtuvo 54 votos a favor y se derogaron las leyes cerrojo y de pago soberano, autorizando la emisión de deuda requerida por el gobierno de Cambiemos. Se afirma que el proyecto obtuvo apoyo del

peronismo disidente, bloques provinciales y algunas bancas del Frente para la Victoria. Se rechazó la propuesta de las bancas de San Luis que proponían que el Poder Ejecutivo se vea obligado a pedir autorización al Congreso Nacional para tomar deuda e informar para qué utilizará ese dinero.



Imagen 105

El 1 de Abril, finalmente, se publica la medida en el boletín oficial (ver imagen 106; Boletín Oficial, 2016b).

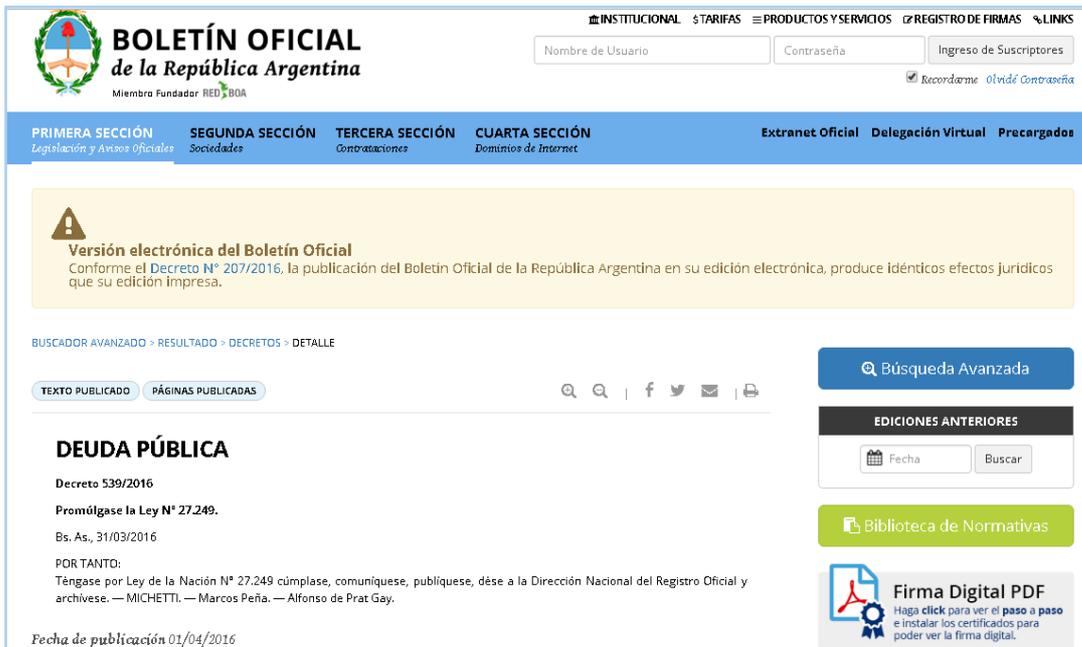


Imagen 106

La sanción y aprobación de la medida toma una dirección descendente y ocurre un cambio de escala en el sistema de medios, dando lugar a las repercusiones en las redes sociales.

4.2.7. Sexta fase: ¿cambiamos?

En la sexta fase, por un lado, luego de la sanción de la medida, se puede observar un posicionamiento en contra al pago que se mantiene, que lo relaciona a una “traición a la Patria” y se coloca el hashtag *#Cambiamos* de forma irónica haciendo referencia al gobierno de Mauricio Macri. En el siguiente tuit, se puede leer “*Nos vendieron la patria. #PatriaOBuitres #Traidores26 #VuelveCFK #Cambiamos*” (ver imagen 107; Bacigaluppi, 2016).



Imagen 107

Por otro lado, el mismo hashtag se mantiene en casos en los cuales se expresa una posición a favor del acuerdo con los holdouts, demostrando así una actitud de apoyo a la decisión de Cambiemos (ver imagen 108; El Santo, 2016).



Imagen 108

Observamos, asimismo, que desde la misma denominación de la medida el motivo temático cambia y se corresponde con un posicionamiento a favor o en contra del pago a los fondos de inversión. En caso de estar a favor del pago y entender que a esta medida como una acción beneficiosa para la relación de Argentina con el mundo, se refiere a la medida como “acuerdo con los holdouts”. En cambio, la posición contraria se vincula con el motivo temático de “fondos buitres”.

En estas dos fases últimas fases podemos observar que el debate en el Senado podría ser considerado un acontecimiento intermediático en términos de Fausto Neto (2012) ya que fue construido y abordado por los medios masivos de comunicación y las redes sociales. Por otro lado, teniendo en cuenta los comentarios seleccionados, identificamos en este caso que mayormente las interacciones de los internautas con las publicaciones son del tipo pasional, haciendo referencia a cuestiones emocionales e hiperbólicas. En este sentido, podríamos decir que prepondera, en términos de Slimovich (2012a), comentarios realizados por internautas del tipo seguidor argumentador pasional.

4.3. Consideraciones parciales

Con respecto al análisis de la circulación hipermediática del aumento de tarifas se identificaron 6 fases. En un primer momento, el aumento es entendido como una posibilidad; luego es considerado un hecho y finalmente es una medida ubicada en el marco de una planificación de políticas económicas y sociales del gobierno de Cambiemos.

Podemos decir que la circulación de sentido en torno al aumento de tarifas se presenta con una preponderancia descendente en su direccionalidad, que va desde los medios masivos a las redes sociales y que, en reconocimiento, se construyen preponderantemente dos tipos de discursos. Uno que, por un lado, en el caso de *Todo Negativo*, pone en cuestión las justificaciones que apoyan la sanción de la medida y demuestran su inconformidad al respecto y, otro, del lado de *No a la dictadora K*, que, aunque presenta publicaciones escasas, encuentra la causa del aumento en el gobierno anterior.

En este sentido, podemos decir que encontramos dos grupos de motivos temáticos. Por un lado, los motivos temáticos de relativización del aumento, sinceramiento de la economía, derroche energético y de herencia k en apoyo a la medida y, por otro lado, los motivos temáticos de ajuste, inflación y vuelta a los noventa con una posición crítica al respecto. Si observamos el recorrido de los motivos temáticos vemos que la relativización del aumento pronunciada por el entonces Ministro Prat Gay se verifica en reconocimiento en la cuarta fase en redes sociales. Esto habla del peso que tiene un discurso de un enunciador institucional como un Ministro que, más allá del debate y los distintos discursos que hayan circulado, el mismo motivo temático se mantiene desde el principio hasta el final del análisis.

Por otro lado, es interesante señalar la complejización del discurso presente en la quinta y sexta fase, en las que se relaciona al aumento de las tarifas con otras medidas implementadas por Cambiemos. Esta particularidad es construida principalmente desde los medios masivos de comunicación y se replican en reconocimiento en redes sociales. El aumento de tarifas comienza a ser vinculado con la inflación, con los despidos en el Estado, con una situación laboral inestable, con el fin del cepo al dólar, con la disminución de impuestos y retenciones, y con la devaluación. En esta complejización del discurso puede verse un abordaje del aumento de las tarifas como una medida enmarcada en una política de Estado y ya no como un hecho aislado. Se pone énfasis en la planificación de políticas públicas de Cambiemos.

Respecto de los puntos de contacto intersistémicos es importante identificar que tanto *Todo Negativo* como *No a la Dictadora K*, retoman discursos de los medios masivos frecuentemente y los sentidos presentes en los primeros son verificados en las redes sociales. Sin embargo, cabe destacar el caso de *Todo Negativo* que, en la segunda fase, pone en

evidencia la evasión de algunos medios masivos a difundir el acontecimiento noticioso del aumento de tarifas. Tomando como excepción ese caso, si bien hay resignificación de sentidos en la circulación hipermediática, podríamos decir que, en esta medida, encontramos a las redes sociales con un bajo nivel de autonomía para generar discursos nuevos.

Por otro lado, el análisis de la circulación hipermediática del pago a los fondos de inversión tiene como punto de origen el 31 de enero cuando comienza la posibilidad de negociación y se hace público el caso en prensa gráfica y diarios digitales, especialmente. Se identificaron 6 fases. La primera fase está signada por especulaciones de cómo podría resultar la negociación, cuál era la propuesta del gobierno argentino, cuál era la posición de los mediadores (como Daniel Pollack), la del juez Thomas Griesa y la actitud de los fondos de inversión en cada uno de los acuerdos. La circulación hacia la segunda fase se orienta en una direccionalidad descendente y con un cambio de escala hacia las redes sociales con repercusiones sobre la negociación. Luego, la medida comienza a tomar mayor visibilidad en los medios masivos debido a la cercanía de la fecha de sesión en la Cámara de Diputados y, una vez aprobada en la Cámara Baja, se difunde su recorrido hacia la Cámara de Senadores y el debate correspondiente. En este punto, comienza la tercera fase, la cual se caracteriza por la transmisión del debate en el Senado en directo. Asimismo, observamos puntos de contactos intersistémicos como por ejemplo el hashtag *#DebateenelSenado* que da el puntapié para el comienzo de la cuarta fase en redes sociales. Nuevamente nos encontramos con un cambio de escala en dirección descendente que genera un reconocimiento en redes sociales. Esta cuarta fase posee una proliferación de hashtags (*#PatriaoBuitres* y *#AcuerdoconlosHoldouts*) y de generación de discursos de los internautas emitiendo opiniones sobre cómo debería ser el resultado de la votación en el Congreso de la Nación. Desde el debate en el Congreso hasta la sanción de la ley se observan cambios de escala de los sistemas de medios, desde medios masivos a redes sociales y viceversa hasta llegar al punto cúlmine de la circulación -la sanción de la medida- para dar comienzo a la quinta fase. Esta quinta fase toma dirección descendente para producir discursos en reconocimiento en redes sociales conformando la sexta fase en la cual encontramos el hashtag *#Cambiamos* utilizado de dos modos enunciativos diferentes. Por un lado, para posicionarse a favor del pago a los fondos de inversión con un tono satisfactorio y, por otro lado, para objetar el pago con un tono irónico.

En este sentido, podemos decir que esta decisión económica y política fue un punto fuerte de debate ya que diversos sectores de la sociedad le otorgaron significados opuestos al pago. Por un lado, fue concebido como un pago injusto y un abuso de poder de fondos de inversión extranjeros ya que se entendía que estos supieron aprovechar la situación crítica de la economía argentina para otorgar un préstamo con intereses de pago excesivamente altos y, además, se tomaba como un símbolo de pérdida de soberanía nacional al ceder a las presiones extranjeras.

Por otro lado, esta misma medida fue tomada como necesaria para que Argentina vuelva a tener una relación amistosa con países europeos y norteamericanos al disminuir la deuda, ya que, dentro de los estándares internacionales, cumplir con los pagos de la deuda externa de un país es signo de estabilidad económica y, por lo tanto, un país en donde se puede invertir con seguridad y rentabilidad previsible.

Respecto de los comentarios podemos decir que, en general, presentan un refuerzo al sentido de la publicación, en ambas medidas, tanto en *Todo Negativo* como en *No a la Dictadora K*. En las fases ubicadas en el sistema de redes sociales del aumento de tarifas son preponderantes los internautas del tipo seguidores comentadores y seguidores argumentadores lógicos. En el análisis del acuerdo con los fondos de inversión, se destacan internautas del tipo seguidores argumentadores pasionales.

Capítulo 5. Aproximaciones finales. Dos modelos, un país

En el presente capítulo nos ocuparemos de retomar los capítulos 3 y 4 en los cuales analizamos la circulación hipermediática de las cuatro medidas implementadas por el gobierno de Cambiemos durante su primer cuatrimestre de gestión: el Decreto 254/2015 que impulsó despidos en el Estado, el Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas, la Resolución 6/2016 por la cual se oficializó el aumento de tarifas y el Decreto 539/2016 que concretó el pago de la deuda a los fondos de inversión.

Tal como postulamos en nuestra hipótesis entendemos que los motivos temáticos (Segre, 1985) y los estereotipos (Gamarnik, 2009) construidos discursivamente en la circulación hipermediática de las medidas analizadas construyen dos modelos de país enfrentados. Para abordar este enfrentamiento hipotético entre dos modelos de país retomaremos a la filosofía política de Chantal Mouffe (2007) y su distinción entre lo político y la política y entre el agonismo y antagonismo. Es aquí donde se ponen en contacto los aportes teóricos de Gamarnik (2009) y Mouffe (2007). La primera autora da cuenta de las relaciones de poder que operan en la construcción de los estereotipos y la segunda entiende que esas mismas relaciones de poder operan en una dimensión conflictiva constitutiva de las sociedades humanas: lo político, dimensión que está atravesada por la configuración de un *nosotros* que existe siempre gracias a la demarcación de un *ellos*.

A partir de lo observado en el análisis en las publicaciones y comentarios recabados de las páginas de Facebook seleccionadas, podríamos decir que, en términos generales, *No a la Dictadora K* se posiciona en contra de la ex-Presidenta Cristina Fernández de Kirchner -ya desde su nombre- y apoya las políticas y medidas implementadas por el gobierno de Cambiemos. *Todo Negativo*, en cambio, si bien tiene una construcción del discurso satírico, parecería estar alineada con el kirchnerismo. Retomando la noción de colectivo identificante de Verón (1995), en el caso de *Todo Negativo*, se puede observar un colectivo social crítico de las medidas del gobierno de Cambiemos, mientras que, en el caso de *No a la Dictadora K*, el colectivo identitario se focaliza en una posición de rechazo hacia la ex Presidenta Cristina Fernández de Kirchner y en algunas ocasiones en apoyo al gobierno de Cambiemos. Por otro lado, el diseño de las publicaciones que encontramos en las páginas es disímil. *No a la*

Dictadora K tiene un estilo amateur, mientras que en *Todo Negativo* las publicaciones son más elaboradas. Podemos decir, además, que en algunos casos a nivel de publicaciones y comentarios, tanto en *No a la Dictadora K* como en *Todo Negativo*, observamos operaciones provenientes del mundo del arte -tales como el montaje y la intervención- que se utilizan en el sistema de medios de redes sociales (Carlón, 2015).

Las dos primeras medidas detalladas -despidos en el Estado y Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas- fueron analizadas en un mismo capítulo ya que entendemos que están íntimamente relacionadas. Los despidos en el Estado tuvieron como consecuencia numerosas manifestaciones públicas en defensa de los trabajadores -por ejemplo, el caso de la marcha de los trabajadores de ATE que se menciona en el análisis- que plantearon el primer intento de aplicación del protocolo para controlar esas concentraciones masivas de personas en el espacio público. Además, entendemos que ambas medidas operan sobre lo público ya sea por iniciar una reestructuración de los puestos de trabajo disponibles en dependencias estatales como por proponer un tipo de control para las grandes concentraciones de personas en el espacio público. Por otro lado, las otras dos medidas -el aumento a las tarifas en el servicio eléctrico y el acuerdo de pago de la deuda contraída con los fondos de inversión- son analizadas en conjunto en otro capítulo porque consideramos que están vinculadas a una misma esfera económica. Lo que las distingue, en cambio, es que el aumento a las tarifas tuvo consecuencias directas en la economía interna del país mientras que el pago a los fondos de inversión estuvo relacionado a un cambio de dirección de la economía exterior.

Si analizamos las cuatro medidas en conjunto podemos establecer las siguientes relaciones entre la circulación hipermediática de cada una. Un punto en común es que existe un aumento exponencial en la comunicación cuando el caso se hace público en los medios masivos. Es interesante pensar que el crecimiento exponencial en los medios de comunicación de un caso está vinculado a su sanción, es decir, cuando la medida deja de ser una conjetura o una posibilidad y es un hecho confirmado.

Además, en todas las medidas encontramos contactos intersistémicos entre los discursos generados por los medios de comunicación masiva y las redes sociales. Por otro lado, identificamos algunos motivos temáticos que no son propios de una medida solamente,

sino que son recurrentes en varias medidas y se relacionan entre sí. Por ejemplo, el motivo temático de “vuelta a los ‘90” y el de “herencia k” están presentes en la circulación hipermediática del aumento de tarifas y los despidos en el Estado.

A continuación recuperaremos los motivos temáticos regulares que se fueron identificados en el análisis de la circulación hipermediática de las medidas seleccionadas, haciendo una comparación entre los presentes en los medios masivos, y entre aquellos en redes sociales. El objetivo de esto es identificar qué motivos temáticos construyen lo que desde nuestra perspectiva planteamos como dos modelos de país enfrentados.

En el análisis de la primera medida, es decir, los despidos en el Estado habilitados mediante el Decreto 24/254, podemos observar dos cuestiones fundamentales. Por un lado, el hecho de que los despidos comenzaron con anterioridad a la sanción del decreto como parte del comienzo de un plan político de una nueva gestión. Por otro lado, es necesario destacar que los debates por los despidos se dieron en torno a aquellos que se sucedieron en el ámbito estatal. El motivo temático principal es aquel que estereotipa al trabajador del Estado como un ñoqui. Desde los medios masivos hay dos posiciones con respecto a esta concepción. O bien plantear que en varias reparticiones estatales la situación habitual es que haya ñoquis que ocupan un lugar pero que no se desempeñan como corresponde y, en ocasiones, no concurren a sus puestos pero reciben un salario, o bien afirmar que no son todos ñoquis los despedidos y que el gobierno sin un análisis previo de la real situación de cada trabajador, realizó despidos injustos. Este motivo temático se halla relacionado a otro muy importante que es el de la “herencia k”, que también se repite en el análisis de otras medidas. El sentido de este motivo temático está vinculado a la situación de sobreocupación en el sector público, lo cual es considerado producto de la repartición de puestos del gobierno anterior. En las redes sociales, si nos focalizamos en las publicaciones de *No a la Dictadora K*, puede evidenciarse que se sostiene que los trabajadores son, efectivamente, ñoquis. Pero no sólo eso, sino que son también militantes de agrupaciones kirchneristas. Asimismo, otra característica que se les asigna es la de ser vagos. En este sentido, podríamos afirmar que se relaciona una práctica política clientelar a la obtención de un puesto de trabajo. Mientras que *Todo Negativo* nuevamente enmarca los despidos en una política de Estado y relativiza el hecho de que sean todos ñoquis. Al igual que en la medida anterior donde la sobreocupación del sector estatal se

asociaba con una práctica kirchnerista, los manifestantes son relacionados con personas que no trabajan y que por ende tendrían tiempo de cortar las calles. Esta situación puede sostenerse porque “viven de recursos del Estado”.

Por otro lado, al focalizarnos en las publicaciones y comentarios de *Todo Negativo* observamos que el motivo temático de la violencia institucional se repite. Desde *No a la Dictadora K*, en cambio, la violencia es una característica de quienes se manifiestan por los despidos y no del gobierno. Con estas características que se asignan a los trabajadores estatales, podemos observar aquello que Gamarnik (2009) sostiene cuando afirma que un estereotipo es una manera de simplificar la realidad dado que se hace énfasis sólo en algunos aspectos (vagos, ñoquis, militantes) y otros aspectos posibles se relegan (trabajadores).

Si nos centramos en el Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas, es tal vez más claro pensar en dos modelos de país. Desde los medios masivos observamos dos motivos temáticos que resultan interesantes para caracterizar el protocolo. El primero es el que plantea a la medida como un “cambio de paradigma” y el segundo es el de la “cultura del corte”. Desde aquellos podríamos plantear que hay una cierta forma de manifestarse en el espacio público que va a ser modificada por el nuevo gobierno. En algunos medios masivos como *El Trece TV*, los cortes eran vinculados con agrupaciones afines al gobierno anterior y a su vez asociadas con el motivo temático de la violencia. En redes sociales, en particular en *No a la Dictadora K*, se verifican desde las publicaciones y la interacciones de internautas una alusión a dos grupos en la sociedad. En términos de Mouffe (2007), se construye un *nosotros* que tiene derecho a circular, que paga sus impuestos y que no “vive” del Estado, pero que se ve impedido a circular libremente, a llegar a sus lugares de trabajo, por un *ellos* que hace referencia a los manifestantes. En ningún comentario se cuestiona la causa de la manifestación sino que se los estereotipa con los motivos temáticos de vagos e improductivos. Nótese que el motivo temático “vagos”, también se utiliza para describir a los trabajadores estatales en la primera medida analizada, lo cual hablaría una relación análoga en la clasificación de manifestantes y trabajadores estatales.

A partir del análisis de la circulación hipermediática del aumento de las tarifas del servicio eléctrico podemos identificar dos grupos de motivos temáticos que versan sobre la política económica. Por un lado, encontramos motivos temáticos tales como ajuste, aumento,

inflación y vuelta a los '90 que entienden que la política económica está en una situación de crisis. Por otro lado, identificamos motivos temáticos como la relativización del aumento, el sinceramiento de la economía, el derroche energético y la herencia K. En este caso, podríamos decir que a la política económica se le atribuye un sentido en el cual se considera que se encuentra en buen camino ya que el aumento no sería contraproducente porque terminaría siendo beneficioso a largo plazo. Asimismo, los últimos tres motivos temáticos mencionados hacen referencia al gobierno kirchnerista de forma negativa. Desde la perspectiva desde este segundo modelo de país, la política económica debería ser una política honesta, a diferencia de la que considera que se tuvo en el gobierno kirchnerista.

Por otro lado, desde el análisis de la circulación hipermediática de la medida que oficializa el pago a los fondos de inversión podemos desprender los siguientes motivos temáticos. Por un lado, desde *Todo Negativo* observamos una referencia a la protección de la patria cuando se utilizan los motivos temáticos de vendepatria, traición a la patria y el par dicotómico patria o buitres. Podríamos decir que, de alguna manera, estos motivos temáticos adscriben a una política económica que protege la soberanía nacional. Posicionarse a favor del acuerdo con los fondos de inversión es considerado como una falta de patriotismo o deslealtad. Por otro lado, identificamos en los medios masivos que adhieren al pago a los holdouts como algo positivo, motivos temáticos tales como el de inserción en el mundo, lo cual significa que apoyar el pago a los fondos de inversión es visto de una forma positiva y beneficiosa. En este punto, la política económica sería considerada como una acción que debe estar orientada hacia el exterior, favoreciendo la relación con otros países.

A nivel de comentarios, tomando la clasificación de modalidades discursivas de Slimovich (2012a), cabe destacar que en ambas páginas de Facebook y en las cuatro medidas analizadas se presentan, mayormente, interacciones de internautas seguidores comentaristas. En menor medida, encontramos seguidores argumentadores lógicos y seguidores argumentadores pasionales. Estos últimos toman preponderancia en el análisis del acuerdo con los fondos de inversión. De esta forma, podríamos afirmar que los comentarios de los internautas tienden a verificar el sentido de la publicación. Asimismo, siguiendo a Mouffe (2007), observamos en los comentarios de las páginas de Facebook *No a la Dictadora K* y *Todo Negativo* se hace presente la dimensión afectiva que según la autora es constitutiva de lo

político y la política. En los discursos en circulación se identifican alusiones emocionales y poco racionales tanto para criticar al adversario como para mostrar apoyo. Aquí se verifica lo que la autora plantea cuando afirma que la política democrática “necesita tener un influjo real en los deseos y fantasías de la gente” (p.13).

Cabe destacar que las medidas políticas tomadas como ejes en este trabajo representan un cambio de lógica en la dirección política respecto del gobierno anterior encabezado por Cristina Fernández de Kirchner. *Todo Negativo y No a la Dictadora K* deben entenderse en un contexto político y económico en el cual se avanzó en un sentido opuesto a lo que se proponía anteriormente. Las publicaciones de las páginas, los comentarios de los internautas y las interacciones entre ellos y ambos sistemas de medios cobran sentido cuando se enmarca a estos discursos en un cambio de paradigma político. Durante el gobierno kirchnerista existió un proceso de ampliación del Estado y una apuesta a la gestión estatal en tanto generador de puestos de trabajo y actor central en el bienestar económico y social, mientras que, si se tiene en cuenta el análisis realizado sobre los despidos en el Estado, podríamos decir que Cambiemos entiende al Estado como un organismo que debe ser eficiente y no generar déficit. Si observamos el análisis sobre la regulación de las manifestaciones en el espacio público, podríamos destacar que, si bien existieron casos en los cuales se implementó un accionar represivo de las fuerzas de seguridad del Estado bajo el gobierno kirchnerista, se proponía discursivamente una apropiación del espacio público apelando a las masas, mientras que, con el gobierno de Cambiemos se estableció un protocolo con parámetros específicos en el modo, tiempo y forma de manifestarse, lo cual otorgó a las fuerzas de seguridad un poder de intervención mayor. Respecto el aumento de tarifas, es fundamental aclarar que durante el gobierno de Frente para la Victoria fueron implementadas políticas de subsidios a los servicios básicos, los cuales fueron readministrados por Cambiemos. Por último, la actitud de conciliación de Cambiemos con los fondos de inversión extranjeros marcó una distancia política con el gobierno anterior, dado que los funcionarios kirchneristas que continuaban en sus funciones bajo la gestión de Cambiemos mantuvieron una posición combativa respecto al pago de la deuda contraída con los mismos, apelando a una defensa de la soberanía nacional.

Con todo esto, entonces, y teniendo en cuenta los motivos temáticos identificados y aquellos que operan como estereotipos, podemos identificar dos modelos de país. Por un lado,

observamos un modelo de país que concibe al Estado como asistencialista y clientelar en relación a la figura del trabajador estatal como un ñoqui que percibe un salario por tareas que no realiza y que, generalmente, está afiliado a una agrupación kirchnerista, motivo por el cual consiguió su puesto laboral. Este Estado, según esta visión, derrocha recursos de la ciudadanía que sí trabajaría de forma decente. Por otro lado, el otro modelo de país concibe a un Estado que ejerce políticas de ajuste cuando la figura del trabajador estatal es reivindicada por otros motivos temáticos que versan sobre la falta de causa eficiente para proceder a desvincular a una persona de su puesto laboral. En este caso, los trabajadores son considerados como personas que han perdido su trabajo y que, incluso en algunos de los casos, ese despidos fue llevado a cabo de forma injusta, por motivos ideológicos o sin causa.

En relación a la protesta social, observamos un modelo de país que la entiende como un obstáculo en la circulación del espacio público, llevado a cabo por manifestantes “vagos”, desempleados o que subsisten a partir de recursos el Estado. Desde la otra perspectiva, no se aborda directamente la figura de los manifestantes, sino que se hace foco en la violencia institucional como característica del gobierno de Cambiemos. Este último sería un Estado que, podríamos decir, tiende a criminalizar a la protesta social, mientras que el otro modelo de país, tiende a legitimarla en tanto accionar válido como herramienta de lucha y conquista de derechos.

A partir de los motivos temáticos vinculados a la política económica que identificamos en las medidas analizadas en el capítulo 4 -el aumento a las tarifas y el acuerdo con los fondos de inversión- podríamos afirmar que se verifican también dos discursos que sedimentan dos modelos de país enfrentados. Por un lado, se plantea una crisis en la economía nacional producto de una política de ajustes durante la gestión de Cambiemos, mientras que, por otro lado, se relativiza el aumento a la tarifas y la inflación, argumentando que es necesario un sinceramiento de la política económica para poder resolver la situación que había dejado el gobierno anterior. En la misma línea, a la hora de analizar los motivos temáticos que circularon en torno al acuerdo con los fondos de inversión, observamos, por un lado, una celebración del pago concebido como una inserción de la Argentina al mundo y, por otro lado, un cuestionamiento sobre el mismo, con acusaciones de pérdida de soberanía nacional y un llamado de protección a la patria.

En resumen, podríamos decir que, por un lado, encontramos un modelo de país que considera al trabajador estatal un ñoqui militante, que la protesta social debe ser regulada y controlada para que no obstaculice el transitar en el espacio público y que la política económica debe sincerarse y orientarse a realizar acuerdos con organismos internacionales que garanticen la rentabilidad de inversiones en nuestro país. Por otro lado, identificamos otro modelo de país que entiende al trabajador estatal como digno de obtener un puesto laboral legítimo, acusa a la violencia represiva del Estado por el modo de regulación de la protesta social, cuestiona el accionar del gobierno de Cambiemos en materia de política económica ya que advierte la situación crítica de la misma y propone una relación entre economía y protección a la patria y la soberanía nacional.

Entonces, teniendo en cuenta el análisis hipermediático llevado a cabo hasta el momento, verificamos, tal y como planteamos en nuestra hipótesis inicial, que en los discursos que circulan entre el sistema de medios masivos y el sistema de redes sociales, especialmente en las dos páginas de Facebook, *Todo Negativo* y *No a la Dictadora K*, observamos colectividades identificantes que construyen dos modelos de país enfrentados.

Bibliografía

Ámbito Financiero. (22 de diciembre de 2015). [Conferencia de prensa del Ministro de Modernización Andrés Ibarra]. Recuperado de <http://www.ambito.com/820867-revisaran-24000-contratos-y-11000-concursos-en-el-estado>

Ámbito Financiero. (28 de enero de 2016). “Esto no es un sinceramiento de tarifas sino un impuestazo”. Recuperado de <http://www.ambito.com/825486-esto-no-es-un-sinceramiento-de-tarifas-sino-un-impuestazo>

América, Animales Suelos.(30 de diciembre de 2015). Entrevista a Alfonso Prat Gay. Recuperado de <https://youtu.be/45XDO8eo0gc>

Bacigaluppi, Nahuel.[Bacigaluppi]. (31 de marzo de 2016). Nos vendieron la Patria. #PatriaOBuitres #Traidores26 #VuelveCFK #Cambiamos. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/BacigaluppiNArg/status/715710583904067584>

Barthes, R. (1970). *Investigaciones retóricas I. La antigua retórica*. En *Recherches Rhétoriques, Communications* n° 16. Editions du Seuil. Barcelona, España: Ediciones Buenos Aires.

Boletín Oficial. (24 de diciembre de 2015). Decreto 254/2015. Recuperado de <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNormaBusquedaAvanzada/139028/20151229>

Boletín Oficial. (25 de enero de 2016a). Resolución 6/2016. Recuperado de <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/138328/20151217>

Boletín Oficial. (1 de abril de 2016b). Decreto 539/2016. Recuperado de <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNormaBusquedaAvanzada/142961/20160401>

Carlón, M. (2009). ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. En M. Carlón y C. Scolari (Editores), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. (pp. 150-185). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Carlón, M. (2012). En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuario de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonia igualitario. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 173-194). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Carlón, M. (2015). Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En P. César Castro (Org.), *Dicotomía público/privado: estamos no caminho certo?* (pp. 211-232). Maceió, Brasil: EDUFA.

Carlón, M. (2016a). Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. En E. Vizer y C. Vidales (coords.), *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional* (en prensa).

Carlón, M. (2016b). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. y Jiménez, M. (2016). *TP.DOC. Documento Teórico Metodológico*. Material de la cátedra “Semiótica de redes” (FSOC-UBA). Recuperado de: <http://www.semioticaderedes-carlon.com>

Clarín. (23 de febrero de 2016a). Bullrich: “La nueva regla es que no se corten calles, cambió el paradigma”. Recuperado de www.clarin.com/politica/bullrich-corten-calles-cambio-paradigma_0_rJpIET_vXl.html

Clarín. (5 de febrero de 2016b). El Gobierno presentó la oferta de pago a los fondos buitres con una quita del 25%. Recuperado de https://www.clarin.com/ieco/fondos_buitre-daniel_pollack-thomas_griesa-luis_caputo-mario_quintana-nml-aurelius_0_HyV-iTOPQl.html

Clarín. (17 de marzo de 2016c). Buitres: arrancó el debate en el Senado y la ley podría votarse en dos semanas. Recuperado de www.clarin.com/politica/buitres-arranco-senado-votarse-semanas_0_Ekx4I-m6e.html

Consejo de Seguridad del Interior, Ministerio de Seguridad de la Nación. (17 de febrero de 2016). Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad del Estado en manifestaciones públicas. Recuperado de <http://www.minseg.gob.ar/pdf/protocolo-final.pdf>

Diario 24. (30 de marzo de 2016). Siga en vivo el debate en el Senado por el pago a los fondos buitres. Recuperado de <http://www.eldiario24.com/nota/argentina/372458/siga-vivo-debate-senado-pago-fondos-buitre.html>

Diario Registrado. (23 de diciembre de 2015). ¿Macri planea a decenas de miles de empleados públicos? Recuperado de http://www.diarioregistrado.com/politica/-macri-planea-despedir-a-decenas-de-miles-de-empleados-publicos-_a5681950bf96699ba6a0945f5

Diario Registrado. (12 de enero de 2016a). Trabajadores de ARSAT denunciaron despidos y persecución ideológica. Recuperado de http://www.diarioregistrado.com/politica/trabajadores-de-arsat-denunciaron-despidos-y-persecucion-ideologica_a56afbc0b7e7f86ae3499e352

Diario Registrado. (12 de enero de 2016a). La Revolución de la Alegría llegó a ARSAT. [Actualización de estado de Facebook de Trabajadores de ARSAT defendiendo la soberanía en artículo de Diario Registrado]. Recuperado de http://www.diarioregistrado.com/politica/trabajadores-de-arsat-denunciaron-despidos-y-persecucion-ideologica_a56afbc0b7e7f86ae3499e352

El Destape. (23 de diciembre de 2015). Cresta Roja: el Gobierno defendió el operativo y dijo que hubo “infiltrados”. Recuperado de <http://www.eldestapeweb.com/cresta-roja-el-gobierno-defendio-el-operativo-y-dijo-que-hubo-infiltrados-n13418>

El Destape. (29 de enero de 2016). Masivos despidos en el Ministerio de Cultura: echaron a casi 500 trabajadores. Recuperado de <http://www.eldestapeweb.com/masivos-despidos-el-ministerio-cultura-echaron-casi-500-trabajadores-n14362>

El Santo. [gonzamendetegui]. (31 de marzo de 2016). En sólo 4 meses sacaron el cepo, volvimos al mundo, arreglaron el kilombo con los hould-outs y ya no hay FPV #Cambiamos y vamos por todo![Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/gonzamendetegui/status/715607811540054016>

El Trece TV, Nosotros a la mañana. (18 de febrero de 2016). Patricia Bullrich antipiquetes: nuevas medidas de seguridad. [Actualización de video en el canal de Youtube de El Trece TV]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mI-A3sIeI6M>

Fausto Neto, A. (2012). Discursos periodísticos en el diván de los internautas. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*, 1-29. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Gamarnik, C. (2009): Estereotipos sociales y medios de comunicación: Un círculo vicioso. En *Revista Question No 23 (1)*, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.

Gindin, I. (2015). Como presidenta, como militante y como ser humano: CFK en 140 caracteres. En *Revista LIS. Letra.Imagen.Sonido. Ciudad mediatizada*, 13, 1-12. Recuperado de <http://www.revistalis.com.ar/index.php/lis/article/view/188/236>

Heraldo. [heraldotwitt] (28 de enero de 2016). Bueno gracias a los boludos que votaron a cambiemos ya #LlegoElTarifazo hay q prepararse para Pagar \$1000 o \$1300 de luz por mes!!!! Alegría.[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/heraldotwitt/status/692863649375883264>

Infobae. (29 de diciembre de 2015a). El gobierno revisará las designaciones de empleados públicos de los últimos 3 años. Recuperado de <http://www.infobae.com/2015/12/29/1779593-el-gobierno-revisara-las-designaciones-empleados-publicos-los-ultimos-3-anos/>

Infobae. (26 de diciembre de 2015b). Patricia Bullrich dijo que el protocolo para regular protestas sociales será por “consenso de todos”. Recuperado de <http://www.infobae.com/2015/12/26/1779126-patricia-bullrich-dijo-que-el-protocolo-regular-protestas-sociales-sera-consenso-todos/>

Infobae. (31 de diciembre de 2015c). Alfonso Prat-Gay: “Una factura de luz que pase de \$150 a \$350 equivale a dos pizzas”. Recuperado de <http://www.infobae.com/2015/12/31/1780094-alfonso-prat-gay-una-factura-luz-que-pasa-150-350-equivale-dos-pizzas/>

Infobae. (29 de enero de 2016a). Echaron a casi 500 empleados del Ministerio de Cultura. Recuperado de <http://www.infobae.com/2016/01/29/1786395-echaron-casi-500-empleados-del-ministerio-cultura/>

Infonews. (20 de febrero de 2016). Patricia Bullrich convocó a los gremios para “adecuar” el paro del miércoles al Protocolo de Manifestaciones. Recuperado de

<http://www.infonews.com/nota/281842/patricia-bullrich-convoco-a-los-gremios>

La Nación. (23 de diciembre de 2015). Ñoquis en el Estado: hay 4 millones de empleados públicos, de los cuales entre el 5% y 7% serían “fantasma”. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1856411-noquis-en-el-estado-hay-4-millones-de-empleados-publicos-de-los-cuales-entre-el-5-y-7-serian-fantasma>

La Nación. (12 de enero de 2016a). Denuncian despidos por “cuestiones políticas” en Arsat. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1861568-denuncian-despidos-por-cuestiones-politicas-en-arsat>

La Nación. (30 de enero de 2016b). Las eléctricas apoyaron los aumentos de luz. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1866790-las-electricas-apoyaron-los-aumentos-de-luz>

La Nación. (31 de enero de 2016c). El fin de la energía barata. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1866684-el-fin-de-la-energia-barata>

La Nación. (10 de marzo de 2016d). Primeros tres meses de Mauricio Macri presidente: cuál es la evaluación que hacen los economistas. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1878507-primeros-tres-meses-de-mauricio-macri-presidente-cual-es-la-evaluacion-que-hacen-los-economistas>

María de los Ángeles. [mariadelos1981]. (28 de enero de 2016). #LlegoElTarifazo. Ya era hora de sincerar los precios de servicios públicos. Macri está trabajando p/ mejorarlos, luego d 12 años de ineficiencia. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/mariadelos1981/status/692897137554620417>

Minuto Uno. (6 de enero de 2016a). Despidos en la Era Macri. Estatales: ¿ñoquis o trabajadores? [Actualización de video en el canal de YouTube de C5N]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YiqCjIFXJAI>

Minuto Uno. (27 de enero de 2016b). Llego el tarifazo: la luz aumento 350%. [Actualización de video en el canal de C5N en YouTube]. Recuperado de https://youtu.be/2_UJNbP7fRM

Minuto Uno. (27 de enero de 2016b). Pizza a la Prat Gay. [Actualización de video en el canal de C5N en YouTube]. Recuperado de https://youtu.be/2_UJNbP7fRM

Minuto Uno. (31 de enero de 2016c). Argentina presenta este lunes su propuesta de negociación a los fondos buitres. Recuperado de <http://www.minutouno.com/notas/1467701-argentina-presenta-este-lunes-su-propuesta-negociacion-los-fondos-buitre>

Minuto Uno. (14 de marzo de 2016d). Buitres o hiperinflación y ajuste: el debate en el Congreso. Recuperado de <http://www.minutouno.com/notas/1475557-buitres-o-hiperinflacion-y-ajuste-el-debate-el-congreso>

Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, Argentina.

No a la Dictadora K. (8 de enero de 2016a). Kumpa: con Cristina cerraron 150 frigoríficos, 4.000 tambos y 800 fábricas industriales, perdiéndose miles de puestos de trabajo. Y vos nunca dijiste nada. Y ahora salís a gritar porque echan ñoquis. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1021340777908217/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (8 de enero de 2016a). “Jaja si se les término el contrato... pero no hay que ser ingenuos porque los nuevos que entraran son los chupamedias del nuevo gobierno...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1021340777908217/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (8 de enero de 2016a). “A ver la ñoqueada como cierra el orto!!!...” [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1021340777908217/?type=3&theater>

No a la Dictadora K.(13 de enero de 2016b). Campaña Nacional Adopta un Ñoqui. [Actualización de estado de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1024174980958130/?type=3&theater>

No a la Dictadora K.(13 de enero de 2016b). “El gordo está saboreando el choripan antes de llegar a la parrilla...”. [Comentario] Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1024174980958130/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (13 de enero de 2016b). “LO MISMO QUE LA MICHETTI. Te hacen creer q son ñoquis pero se los echa por ideologías políticas...”. [Comentario] Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1024174980958130/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (21 de enero de 2016c). El gobierno no está echando trabajadores. Está dejando de regalar sueldos. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1028808037161491/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (21 de enero de 2016c). “Comparto totalmente, así debe ser...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1028808037161491/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (21 de enero de 2016c). “Cualquiera, entre esos “ñoquis” hay mucha gente q laburaba y que ahora no tiene trabajo”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1028808037161491/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (17 de febrero de 2016d). Che encapuchado... a esta hora... ni hablar de trabajar, no? [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1047410645301230/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (17 de febrero de 2016d). “Tiene alergia al trabajo. Se brotan todo si les mencionas la palabra trabajo. Dale Macri meteles palo y palo por la cabeza...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1047410645301230/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (17 de febrero de 2016d). “MACRI... QUIERO... NECESITO, Creer, que los que queremos trabajar somos mas valiosos, que estos vagos...”. [Comentario]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1047410645301230/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (24 de febrero de 2016e). Pobre chico, le enseñaron que la política es cortar las calles, en vez de solucionar los problemas de la gente. Estudiar, trabajar y ganarse las cosas dignamente... quedaron en el olvido.[Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1051868304855464/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (24 de febrero de 2016e). “Pobres le ayudaron a ser más pobres... tantos planes los mal acostumbraron...”. [Comentario] Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1051868304855464/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (24 de febrero de 2016e). “Creo que esta es la generación que se viene (...) que lo mas importante es estudiar y trabajar”. [Comentario]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1051868304855464/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (25 de enero de 2016f). La oposición K descubrió que la inflación era importante y después de algunos años echándole las culpas a los empresarios, de un día para el otro el culpable pasó a ser Macri. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1030884330287195/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (25 de enero de 2016f). “Estos inescrupulosos sin sonrojarse dicen públicamente, que esto lo provoca el gobierno que lleva “40 días”...”. [Comentario]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1030884330287195/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (25 de enero de 2016f). “Es irrefutable que los precios subieron, habria que preguntarse (si uno quiere hacer un analisis profundo), quienes son los responsables de los aumentos?...”. [Comentario]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1030884330287195/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (1 de Abril de 2016g). Me parece que nos quejamos un poco de mas, no? [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1079370935438534/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (1 de Abril de 2016g). “Partido de la costa, minimo \$13 y llega hasta los 27\$ dentro del partido...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1079370935438534/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (1 de Abril de 2016g). “Perdon..... pero nosotros si vivimos en la real Argentina en Cba. Siempre tuvimos las tarifas bien cobradas...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1079370935438534/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (16 de marzo de 2016h). SHHHHHHHHHH no hagan ruido que sino el “nene” se despierta... (...) Acuerdo con los holdouts: Máximo Kirchner y Axel Kicillof se durmieron en plena sesión. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1064792346896393/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (16 de marzo de 2016h). “Vergonzoso, que sentirán los que lo votaron!!...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1064792346896393/?type=3&theater>

No a la Dictadora K. (16 de marzo de 2016h). “Estaban muy preocupados por la venta de la Patria...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/NoALaDictadoraK/photos/a.474155559293411.96335.474149465960687/1064792346896393/?type=3&theater>

Página 12. (29 de diciembre de 2015). Un decreto para “revisar” a los contratados. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-289218-2015-12-29.html>

Página 12. (17 de febrero de 2016a). El protocolo de Bullrich para impedir protestas. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-292680-2016-02-17.html>

Página 12. (27 de enero de 2016b). El tarifazo comenzó con la luz. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-291234-2016-01-27.html>

Página 12. (31 de enero de 2016c). Ajuste, pérdida de ingresos y empleos en riesgo. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-291495-2016-01-31.html>

Página 12. (13 de marzo de 2016d). Los 100 días de Macri. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-294472-2016-03-13.html>

Página 12. (7 de febrero de 2016e). Pagar caro, cash y endeudarse. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-291985-2016-02-07.html>

Perfil. (6 de enero de 2016). Michetti empieza con los despidos en el Senado. Recuperado de <http://www.perfil.com/politica/michetti-empieza-con-los-despidos-en-el-senado-0103-0023.phtml>

Pinedo, F. [PinedoFederico]. (30 de marzo de 2016). Debate en el @SenadoArgentina sobre #AcuerdoConLosHoldouts #Chau Default. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/PinedoFederico/status/715199197599891456>

Prensa y Difusión, Resistiendo con Aguante. [PrensaRcA]. (28 de marzo de 2016). #30M #PatriaOBuitres #LealtadYa @RcA_CABA Todos al Congreso y en cada plaza del país. Vigilia Nacional. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/PrensaRcA/status/714445050986512384>

Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona, España: Crítica.

Slimovich, A. (2012a). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. (pp. 137-154). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Slimovich, A. (2012b). Los internautas en campaña. Apuntes sobre las discursividades políticas en el Facebook de Mauricio Macri. *Revista Tram(p)as de la Comunicación y la cultura*, 72,1-8. Recuperado de <http://www.revistatrapas.com.ar/2012/12/apuntes-sobre-las-discursividades.html>

Slimovich, A. (2014). El discurso macrista en Twitter: un análisis sobre la campaña para la

reelección del jefe de gobierno de Buenos Aires. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, 2, 8-27. Recuperado de http://revistaepe.blogutem.cl/files/2014/07/03_Rev_estudios_politicos_estrategicos_vol2_n1_2014_Ana_S_Discurso_Macrista_8-27.pdf

Slimovich, A.; Cardoso, María Leticia (2014). Insultar y argumentar en la web. Los comentarios sobre la constitucionalidad de la ley de medios. *Revista LIS. Letra.Imagen.Sonido. Ciudad mediatizada*, 12, 107-120. Recuperado de <http://www.revistalis.com.ar/index.php/lis/article/view/172/170>

Slimovich, A. (2016a). La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook. *Revista de Comunicación*, 15, 111-127. Recuperado de http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2016/6_Art111-127.pdf

Slimovich, A. (2016b). Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales de 2011 en Twitter. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 86-100. doi:10.1177/0539018405058216

Slimovich, A. (2017a). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Revista Dixit*, 27, Universidad Católica del Uruguay, Montevideo. ISSN: 1688-3497. E-ISSN: 0797-3691 (en prensa).

Slimovich, A. (2017b). Los enunciadores políticos de la protesta por el aumento de tarifas en Argentina. Un análisis hipermediático de un movimiento social contemporáneo. En *Signos y Sentidos*. Universidad Nacional de Tucumán (en prensa).

Steimberg, O (1993). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares* (pp. 35-81). Colección El Círculo. Buenos Aires, Argentina: Atuel.

Sylvestre, G. [Gatosylvestre]. (6 de enero de 2016). Seguí con #DESPIDOSENLAERAMACRI En M1 en @C5N. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/Gatosylvestre/status/684894211896950784>

Télam. (24 de febrero de 2016a). Estatales realizaron un paro general en todo el país. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201602/137202-paro-nacional-estatales.html>

Télam. (31 de marzo de 2016b). Con amplia mayoría, el Senado aprobó el acuerdo con los holdouts. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201603/141251-pago-holdouts-fondos-buitre-senado-debate.html>

Todo Negativo. (11 de Julio de 2011). Todo el contenido de esta página, corre por responsabilidad de los editores y es una sátira de la realidad, con humor. [Presentación de la página de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/pg/TodoNegativo/>

Todo Negativo. (30 de diciembre de 2015a). Soy Ministro macrista nivel 5. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1061936797170628/?type=3&theater>

Todo Negativo. (30 de diciembre de 2015a). “En donde están hoy los guardianes del indec que cuestionaban la inflación?...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1061936797170628/?type=3&theater>

Todo Negativo. (30 de diciembre de 2015a). “Terminator. Viene de los 90 a destruir todo”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1061936797170628/?type=3&theater>

Todo Negativo. (11 de diciembre 2015b). EXCLUSIVO: Lo que no se vio en la jura de Prat Gay. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1050786614952313/?type=3&theater>

Todo Negativo. (8 de enero de 2016a). Les traigo paz, les traigo amor. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1066885063342468/?type=3&theater>

Todo Negativo. (8 de enero de 2016a). “Cuando D’Elia se emocionó hablando del amor...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1066885063342468/?type=3&theater>

Todo Negativo. (8 de enero de 2016a). “No entiendo cual es la sorpresa?? se esta cumpliendo todo lo que esperábamos...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1066885063342468/?type=3&theater>

Todo Negativo. (12 de enero de 2016b). URGENTE: Echaron a los 350 ñoquis que pusieron el primer satélite hispanoamericano en órbita. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1068813929816248/?type=3&theater>

Todo Negativo. (12 de enero de 2016b). “No te preguntaron si eran K...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1068813929816248/?type=3&theater>

Todo Negativo. (12 de enero de 2016b). “Arta de mantener vagos...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1068813929816248/?type=3&theater>

Todo Negativo. (29 de enero 2016c). Hasta La Nación dice que no son ñoquis #ÑoquisEnElEstado. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1077605305603777/?type=3&theater>

Todo Negativo. (29 de enero 2016c). “Es una hijaputez tener que demostrar que no perteneces a ningún partido político para conseguir trabajo!”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1077605305603777/?type=3&theater>

Todo Negativo. (29 de enero 2016c). “No somos camporistas! Manga de forros...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1077605305603777/?type=3&theater>

Todo Negativo. (19 de febrero de 2016d). Sin represión y sin cerveza Patricia pierde la cabeza. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1089717771059197/?type=3&theater> 19/02/2016

Todo Negativo. (19 de febrero de 2016d). “Termideitor” . [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1089717771059197/?type=3&theater> 19/02/2016

Todo Negativo. (19 de febrero de 2016d). “Se acabo la birra se acabo”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1089717771059197/?type=3&theater> 19/02/2016

Todo Negativo. (23 de febrero de 2016e). Pato Bullrich toma muy en cuenta a las “verdades absolutas” de las redes, el problema es que de sus 1000 amigos, 950 son perfiles de vinotecas”. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1092037334160574/?type=3&theater>

Todo Negativo. (23 de febrero de 2016e). “Cada vez se parece mas a la Alianza este gobierno...”. [Comentario] Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1092037334160574/?type=3&theater>

Todo Negativo. (23 de febrero de 2016e). “Pato, Para Para Para!!! (En tono Fantino) ¿vos me quieres decir que si yo te sugiero que a los piqueteros les metas un palo enjabonado en el orto vos me vas a hacer caso?...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1092037334160574/?type=3&theater>

Todo Negativo. (27 de enero de 2016f). ¿#Tarifazo? no, en TN tenemos debates profundos, relevantes, elementales para la vida cotidiana de los Argentinos. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1076542309043410/?type=3&theater>

Todo Negativo. (27 de enero de 2016f). “Que importante!!! Que dice la gente que esta despedida?”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1076542309043410/?type=3&theater>

Todo Negativo. (27 de enero de 2016f). “en 12 años de kirchnerismo en la tv publica jamas vi temas relacionados a la inseguridad...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1076542309043410/?type=3&theater>

Todo Negativo. (27 de enero de 2016g). [Tendencias] El regreso de un clásico: el guiso (...). [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1076535219044119/?type=3&theater>

Todo Negativo. (27 de enero de 2016g). “Ahora nos avisan que las recalentadas son un lujo innecesario...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1076535219044119/?type=3&theater>

Todo Negativo. (27 de enero de 2016g). “No tiene nada de malo comer guiso...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1076535219044119/?type=3&theater>

Todo Negativo. (30 de marzo de 2016h). ¡Que suerte que no le hicieron caso a la “campaña del miedo”(...) Llegó la revolución de la alegría a las boletas. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1119057724791868/?type=3&theater>

Todo Negativo. (30 de marzo de 2016h). “No muchachos, la palabra aumento ya no existe más en nuestro pais, ahora es sinceramiento!!...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1119057724791868/?type=3&theater>

Todo Negativo. (30 de marzo de 2016h). “Ya dije.. Esa excusa que usa para decir que son sinceramientos para mejorar la calidad en los servicios es mentira...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1119057724791868/?type=3&theater>

Todo Negativo. (31 de marzo de 2016i). Mentirita piadosa (...) Bueno, ¿qué importa lo que decía Dietrich en diciembre?. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1119864204711220/?type=3&theater>

Todo Negativo. (31 de marzo de 2016i). “La indignidad de un pueblo que se dejó engañar por los medios...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1119864204711220/?type=3&theater>

Todo Negativo. (31 de marzo de 2016i). “No se los puede meter presos por haber mentido en la campaña?”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1119864204711220/?type=3&theater>

Todo Negativo. (5 de febrero de 2016j). [Retro] No recordemos lo que prometía al PRO en campaña porque no nos conviene. [Actualización de estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1081627625201545/?type=3&theater>

Todo Negativo. (5 de febrero de 2016j). “Hay que hacer lo que el Juez Griesa diga...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1081627625201545/?type=3&theater>

Todo Negativo. (5 de febrero de 2016j). “Yo voy a arreglar con los buitres...”. [Comentario]. Recuperado de <https://www.facebook.com/TodoNegativo/photos/a.168652763165707.35492.164433833587600/1081627625201545/?type=3&theater>

Verón, E. (1983-1981). Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island. *Prefacio* (pp. I-VII). Colección El Mamífero Parlante. Buenos Aires, Argentina: Gedisa. Recuperado de <https://comycult.files.wordpress.com/2016/05/eliseo-verc3b3n-prefacio-a-construir-el-acontecimiento.pdf>

Verón, E. (1987). El sentido como producción discursiva. En Verón, E., *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pp. 124-133). Colección El Mamífero Parlante, Serie Mayor. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.

Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. En *Diálogos de la Comunicación*, No. 48, pp. 9-17. Lima: Felafacs.

Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos. En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.), *Comunicación y Política* (pp. 220-236). Barcelona, España: Gedisa.

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

Verón, E. (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. Publicado en *Mediatization of Communication*, 2014, vol. 21, p. 163. Traducido por Celeste Wagner, Departamento de Ciencias Sociales, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 20 (pp. 173-182).