



Tipo de documento: Tesis de Doctorado

Título del documento: ¿Qué es el teje en la Web?: variaciones de la palabra política en Internet

Autores (en el caso de tesis y directores):

María Elena Qués

Emilio de Ipola, dir.

Guiomar Elena Ciapuscio, dir.

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



**¿Qué se teje en la Web?
Variaciones de la palabra política en Internet.**

Tesis para optar por el título de Doctora en Ciencias Sociales
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires

Doctoranda: María Elena Qués
Director: Dr. Emilio de Ípola
Codirectora: Dra. Guiomar Ciapuscio

Buenos Aires
2016

*A la memoria de mis padres,
Ricardo Qués y María T. Legris.*

Agradecimientos

Difícil tarea la de sintetizar el cúmulo de deudas y gratitudes que se entrelazaron en el periodo de elaboración de la tesis. Sobre todo porque muchas de ellas se remontan a historias muy anteriores, al universo de los afectos personales, a mi propia biografía personal e intelectual. Difícil tarea también la de sortear los lugares comunes y las frases de ocasión, para expresar debidamente las diversas capas – casi arqueológicas en muchos casos- que componen esos vínculos. Renuncio a priori a lograrlo, porque a esta altura de la vida, afortunadamente, encarar esa tarea podría consumir tanto espacio como la propia tesis. Sólo podré ofrecer algunos indicios, que asoman como la punta de un iceberg.

A mi director y codirectora, Emilio de Ípola y Guiomar Ciapuscio, que saben bien que, como decía Baltasar Gracián, “mendiga dirección todo artificio, quanto más las sutilezas del ingenio”. Con ambos me une una larga amistad, que se ubica más allá y más acá de cualquier proyecto académico y que sazonó de manera exquisita, los encuentros de intercambio que no sólo me ayudaron a concretar, ordenar y mejorar este proyecto, sino también la vida misma.

Un agradecimiento muy especial a los dirigentes y especialistas que permitieron que los entrevistara y compartieron conmigo sus puntos de vista. Todos ellos me ayudaron a enriquecer el trabajo y a percibir facetas del problema estudiado a las que no podría haber llegado de otra manera. En la mayoría de los casos, no nos conocíamos previamente; en otros, las entrevistas se engarzan con diálogos añejos, que espero se sigan proyectando en el futuro. En todos los casos, valoro especialmente que me hayan ofrecido generosamente la sustancia más valiosa: su tiempo. Gracias pues, a Elsa Álvarez, Juan Belbis, Rafael Bielsa, Agustín Campero, Ana Doria, Daniel Filmus, Dominique Maingueneau, Enrique Pinedo, Julio Raffo, Jesús Rodríguez, Facundo Suárez Lastra, Agustín Rossi, Beatriz Sarlo, Enrique Salzmán, María Sol Tischik y David de Ugarte.

Mi gratitud también a los amigos que facilitaron algunos de esos contactos: Claudio Polosecki, Ricardo Patterson, Ana Orellana, Nora Vanoli, Elisa Salzmán, Inés Tenewicki y Agustín Campero. También agradezco profundamente las conversaciones informales que tuvimos en una etapa preliminar del trabajo con Analía del Franco, Fabián González Aón, Inés Tenewicki y Pablo Fondevilla. Asimismo, agradezco la paciente colaboración de Santiago Castelo, que me ayudó a organizar la recolección del corpus y a desgrabar las entrevistas.

Un lugar especial merecen en este recorrido mis colegas y amigos de la Universidad Nacional de General Sarmiento, con algunos de ellos, compartí resultados parciales de la investigación que aquí presento y en esos encuentros contribuyeron con sus aportes a enriquecer el trabajo. Con todos, comparto desde hace años la aventura cotidiana de enseñar y aprender y de generar un ámbito cordial de trabajo, debate e intercambio personal e intelectual.

Fue en la UNGS donde Daniel Lvovich, entonces director del Instituto del Desarrollo Humano, y Ernesto Bohoslavsky, desde la Secretaría de Investigación del Instituto, me instaron a participar del Programa Doctorar en el marco del Proyecto de Apoyo a las

Ciencias Sociales (PROSOC), dependiente del Ministerio de Educación de la Nación. La financiación ofrecida por el programa fue un envión decisivo para el proyecto, ya que me permitió disponer de tiempo para avanzar en la investigación que aquí presento.

Y, por supuesto, a la querida Universidad de Buenos Aires, a la que ingresé -hace más décadas de las que es prudente declarar- como estudiante de la carrera de Letras y que ha sido desde entonces un punto de referencia personal e intelectual. Allí conocí a amigos entrañables y, especialmente a partir de la restauración de la democracia, maestros que dejaron marcas indelebles. Con todas las tribulaciones del caso, la UBA ha sido para mí – como para tantos- un riquísimo espacio de formación y trabajo, atravesado por todas las discusiones y abierto a todos los ventarrones que marcaron y marcan la vida de los argentinos. Desde sus aulas, sus bibliotecas, sus centros de investigación, sus pasillos y sus bares, la UBA sigue simbolizando la terca apuesta de muchas generaciones de argentinos por el acceso gratuito a la formación superior como herramienta para el crecimiento de nuestra sociedad. Deseo mencionar aquí especialmente a aquellos maestros, ligados a la UBA, que han dejado una marca especial en mi formación y en la de muchos otros: a María Luisa Lacroix (in memoriam), Elvira Arnoux, Josefina Ludmer, Emilio de Ipola, Beatriz Sarlo. No es una lista exhaustiva pero sé que ellos representan de manera ejemplar el compromiso y la honestidad intelectual, la capacidad de trabajo, la generosidad y la creatividad que deberían orientar siempre el trabajo académico.

Quiero agradecer también, de manera muy especial a los estudiantes, a todos y a cada uno de los que -en instituciones y cursos diversos- me han permitido formar parte de sus vidas. Tal vez no imaginen cuánto he aprendido de ellos, con la excusa de enseñarles algunas cosas. Creo que son ellos los que dan sentido a nuestra tarea cotidiana, los que hacen que se esfumen las rabietas, los que con su inteligencia y su curiosidad nos desafían a seguir aprendiendo para tratar de ponernos a la altura de sus esperanzas.

A mis queridas colegas y amigas Claudia Baumgart, Claudia Hilb, Laura Ferrari Laura Ferrari y Elisa Salzmann, que pacientemente leyeron y comentaron el manuscrito y me dieron así la oportunidad de mejorar el trabajo. Gracias, una vez más, por su generosidad y su inteligencia.

Last but not least (como suele decirse) mi enorme gratitud a los pilares del mundo de mis afectos: a mis hermanos, Cristina y Ricardo, a mis luminosas sobrinas Julia y Catalina Quiroga. A mis amigas y compañeras de ruta Cristina Viturro, Alejandra Rodríguez Ballester, Andrea Fabre, Nina Gerassi-Navarro, Guiomar Ciapuscio (que sabe bien porqué la tengo que repetir precisamente acá) y a Mariana Podetti y Cecilia Sagol, con quienes parte de todo esto empezó.

Y a los que injustamente olvidé mencionar, porque sabrán, espero, perdonarme.

Buenos Aires, mayo 2016

I RESUMEN DE LA TESIS	8
INTRODUCCIÓN	12
1. Planteo del tema y puntos de partida	12
2. Criterios de selección del corpus	14
2.1. Encuadre político del corpus: petróleo y política 50 años después	15
2.1.1. El marco del debate	15
2.1.2. Impacto político del anuncio	19
3. Objetivos generales y específicos	23
4. Tesis que orientan esta investigación	24
5. Aspectos teóricos y metodológicos	26
5.1. Discurso e ideología	27
5.2. La escuela francesa de análisis del discurso	29
5.2.1. En torno al concepto de género	34
5.2.2. El nivel de la enunciación	39
5.2.3. Aspectos retóricos y argumentativos	40
5.3. Tiempo, enunciación y argumentación: aportes de la historiografía	42
5.4. Comunidades de discurso: la voz de los actores	44
6. Organización y estructura de la tesis	47
I PARTE	49
CAPÍTULO I. 1: ESTADO DE LA CUESTIÓN	50
Introducción	50
I.1.1. Aportes correspondientes al estudio de los medios de comunicación y de su relevancia política	50
I.1.2. Aportes correspondientes al análisis de la crisis de las tradiciones políticas y de la emergencia de nuevas modalidades de participación	59
I.1.3. Aportes correspondientes al análisis de los discursos digitales	68
I.1.4. Aportes ligados a la coyuntura analizada	77
I.1.5. Conclusiones del capítulo	81
CAPÍTULO I. 2 EL DISCURSO POLÍTICO Y LA EMERGENCIA DE LA POLÍTICA 2.0	84
I.2.1. El discurso político: tradiciones y rupturas	84
Criterio temático:	85
Criterio situacional:	86
Criterio pragmático:	88
Criterio argumentativo	88
Criterio enunciativo	90
I.2.2. El escenario de la mediatización	92
I.2.3. La emergencia de la “política 2.0”	96
El fenómeno de los blogs como antecedente	97
I.2.3.1 Etapas de los usos políticos de Internet en Argentina	101
I.2.3.2. Las redes miradas desde la política	103
I.2.4. Conclusiones del capítulo	106
CAPÍTULO I. 3. TWITTER: ME LO CONTÓ UN PAJARITO	109
I.3.1. Orígenes y rasgos	109
I.3.2. Recursos expresivos característicos del género	112
I.3.3. La enunciación enmarcada	121

I.3.3.1. Características del marco	121
I.3.3.2. Características generales de las entradas	123
I. 3.4. Espectro de los usos político-comunicativos de los tuits	127
I.3.4.1. El contacto como refuerzo de los vínculos de adhesión	129
I.3.4.2. Lo referencial como refuerzo de la gestión	132
I.3.4.3 Enunciados que privilegian las referencias intertextuales	135
I.3.4.4 Enunciados ligados al género epidíctico	137
I.3.4.5 El componente didáctico o la doctrina en grageas	143
I.3.5. Conclusiones del capítulo	145
Capítulo I. 4. Facebook: la iconización de la política	149
1.4.1 Orígenes y rasgos del género	149
1.4.1.1. Características del marco	152
1.4.1.2. Cotidianidad y espacio público	154
I.4.2. La enunciación enmarcada	157
I.4.2.1. Características del marco	157
I.4.2.2 Características de las entradas	161
I.4.3. Espectro de los usos político-comunicativos	162
I.4.3.1 El orden del contacto en el territorio hipermedia	162
I.4.3.2. Lo referencial en Facebook: la acción política en imágenes	167
I.4.3.4 Enunciados centrados en la dimensión intertextual	171
I. 4.3.4. Enunciados ligados al género epidíctico	173
1.4.3.5. La doctrina evocada	179
I.4.4. Conclusiones del capítulo	181
II PARTE	185
CAPÍTULO II.1 EL DEBATE SOBRE YPF EN TWITTER	186
Introducción	186
II.1.1. Twitter: la política en tiempo real	187
II.1.2. Problemas de la enunciación	187
II.1. 2.1 Figuras del yo	188
II.1.2.2 Figuras de la interpelación	202
II.1.2. 3. Figuras de la temporalidad	206
II. 1.2.3.a. Figuras de la espacialidad	206
II.1.2.3.b. Los tiempos de la historia	213
II. 1.2.4. Figuras de la espacialidad: la politización del espacio	219
II.1.3. Otros aspectos retóricos argumentativos	225
II.1.4. Conclusiones del capítulo	233
CAPÍTULO II. 2. POR EL CAMINO DE FACEBOOK	238
Introducción	238
II.2.1. Figuras de la enunciación	239
II.2.1.1. Figuras del yo	240
II.2.1.2. Figuras de la interpelación	255
II.2.1.3. Figuras de la temporalidad	258
II.2.1.4. Figuras de la espacialidad: la plaza, las instituciones, el mítico sur.	262
II.2.2. Otras cuestiones retórico argumentativas	265
II.2.2.1. La argumentación a través de la imagen	265
II.2.3. Conclusiones del capítulo	270
II. CAPITULO 3 EL RECEPTOR EN ESCENA	276
Introducción	276
II.3. 2. Las intervenciones de los usuarios: aspectos metodológicos	281
II.3.3. Los recursos del celebrante	283
II.3.3.1 El grado 0 del acuerdo	283

II.3.4. Herederos de la diatriba	288
II.3.4.1 El arte de injuriar	291
II.3.4.2. La parodia y el humor como recursos polémicos	295
II.3.4.3. El intento de argumentación persuasiva	298
II.3.5. Conclusiones del capítulo	302

6. CONSIDERACIONES FINALES	305
-----------------------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA	316
---------------------	------------

APÉNDICES EN CD:	335
-------------------------	------------

Apéndice 1. Entrevistas	335
Apéndice 2. Corpus	335

I Resumen de la tesis

Esta tesis está dedicada a analizar –siguiendo los lineamientos de la escuela francesa del análisis del discurso- las características que adquiere el discurso político argentino actual al circular a través de dos géneros digitales, Facebook y Twitter. Para ello, he trabajado sobre un corpus seleccionado según tres criterios: temático (estatización parcial de las acciones de YPF), cronológico (del 16/4/12 al 5/5/12) y político (dirigentes reconocidos de diversas fuerzas políticas).

He tomado como punto de partida el supuesto de que un cambio significativo en las condiciones sociales de producción determina cambios en la materia discursiva, legibles en diversos niveles del texto. A partir de allí sostengo que, ante la emergencia de un nuevo soporte, los rasgos del discurso político (Verón, 1987) se reorganizan de manera parcial pero relevante, a raíz de la hibridación entre los formatos tradicionales de la política y los formatos predeterminados que ofrece la Web. Las innovaciones determinadas por los recursos expresivos que tales soportes ofrecen afectan aspectos cruciales de la dimensión pragmática de los discursos políticos, es decir, la dimensión en la que se postulan las posiciones y vínculos ente enunciadores y destinatarios.

El recorrido propuesto se ordena en dos partes. La primera encara cuestiones de orden más general como el marco teórico y el estado de la cuestión, considerando los aportes de diferentes disciplinas en cuya intersección se ubica el objeto analizado.

Como punto de partida, planteo una revisión crítica del concepto de discurso político, considerando específicamente las nuevas facetas del problema que se plantean a partir de lo que ha dado en llamarse “política 2.0”. A continuación, dedico dos capítulos a presentar el funcionamiento de los géneros seleccionados –y de su breve y vertiginosa historia- y propongo un ordenamiento de las orientaciones político-discursivas de los enunciados que componen el corpus. Las categorías resultantes (entradas centradas en el contacto, en lo referencial, en lo intertextual, en lo epidíctico o en lo didáctico-doctrinario) permiten dar cuenta de la coexistencia de formas emergentes, nacidas del uso de las redes y formas clásicas que se reconfiguran al adecuarse a un nuevo formato y a nuevas condiciones de circulación y recepción.

La segunda parte de la tesis presenta el análisis de los textos segmentado en tres capítulos: en los dos primeros -dedicados respectivamente a Facebook y Twitter- he estudiado los planos de la enunciación y el plano retórico-argumentativo. El análisis muestra que las formas de configuración del yo se corresponden con los usos político- comunicativos antes descriptos y combinan, a su vez, formas innovadoras (como el enunciador cronista) con otras que (como la líder o el militante) renuevan figuras clásicas de la enunciación política.

Por otra parte, este tipo de análisis, permite contrastar las formas en que estos fenómenos tienen lugar en cada uno de los géneros analizados según los recursos expresivos, los ritmos de producción y consumo y los perfiles de usuario que cada uno de ellos postula.

El último capítulo está dedicado a analizar las intervenciones de los internautas, la relación de sus enunciados con la palabra que comentan y los recursos utilizados para marcar diferentes niveles de cercanía o rechazo. Se consideran, en este plano, las herramientas de valoración automática que las plataformas ofrecen y los recursos y estrategias expresivas que los lectores ponen en juego a la hora de comentar y evaluar los enunciados primarios y/o de polemizar con los pares.

Finalmente se presenta una serie de consideraciones finales y se proponen posibles líneas de investigación futura.

Abstract

This dissertation explores, within the framework of the French school of discourse analysis, the features of current Argentine political discourse as attested in two digital media, i.e., Facebook and Twitter. For that purpose, I have selected a corpus based on three criteria: subject-matter (i.e., partial espropriation of YPF), time (ranging from April 16, 2012 to May 5, 2012), and politics (well-known political leaders from a variety of political parties).

My starting point has been the assumption that a significant change in the social conditions of production brings about changes in discourse, which can be attested on different textual levels. Based on this assumption, my claim is that the features of political discourse (Verón, 1987) are partially but crucially restructured by the emergence of new media formats, as a consequence of the combination of the traditional formats of politics and the pre-established formats offered by the Web. The innovations brought about by the expressive resources offered by those media formats affect crucial aspects of the pragmatic dimension of political discourse, i.e., the level at which positions and relations between enunciators and receivers are put forward.

This dissertation comprises two parts. The first deals with the more general issues such as the theoretical framework and a survey of the current state of knowledge, considering the contributions of a number of disciplines at the intersection of which is the subject of this study.

The starting point is a critical review of the concept of political discourse, specifically taking into account the new aspects of the problem arising from what has been labelled “politics 2.0”. The following two chapters discuss the mechanics of the genres selected —along with their short and fast-paced life history— and propose a classification of political-discursive orientations of the utterances that make up the corpus. The resulting categories (entries focusing on contact, reference, intertextuality, the epideictic or the didactic-doctrinary) account for the coexistence of the emerging forms, which arise out of the use of the networks, and the classical forms which are restructured to adjust to a new format and new dissemination and reception conditions.

The second part of this dissertation analyzes the texts throughout three chapters. In the first two —dealing with Facebook and Twitter, respectively— I have studied the enunciation and rhetoric-argumentative levels. The analysis shows that the manners in which the “I” is structured correspond with the above-described political-communicative usages and in turn combine innovative forms (such as the “enunciator-chronicler”) with others (like the “leader” or the “activist”) which revisit classical forms of political enunciation.

Additionally, this kind of approach makes possible to contrast the forms in which these phenomena occur in each of the genres analysed according to expressive resources, output and consumption rates and the user profiles assumed by each of them.

The last chapter discusses internet users’ comments, the relationship between their enunciations with the speech they are commenting and the resources used to signal different levels of closeness or rejection. At this point, the study considers the automatic rating tools offered by platforms and the expressive resources and strategies readers employ in commenting and evaluating primary enunciations and/or arguing with their peers.

Finally, the dissertation provides some final conclusions and proposes potentially new issues for further research.

Introducción

“Las palabras del poder jamás circulan como las otras.”
George Balandier

Es sabido que el surgimiento de Internet ha producido profundas transformaciones en todas las esferas de la vida social y, por consiguiente, en las prácticas discursivas asociadas a ellas: se han generado nuevos géneros, nuevas condiciones de producción y circulación de los discursos, nuevas prácticas de lectura. En esta tesis abordaré un recorte específico de esos cambios: las innovaciones que se producen en el ámbito de la palabra política al confluir con dos géneros web que, actualmente, ocupan un lugar central en la comunicación social e interpersonal.

En las páginas siguientes presentaré el problema que me propongo analizar, la perspectiva teórica desde la cual lo abordaré y los aspectos organizativos del trabajo.

En primer lugar, haré una breve presentación del tema de investigación y el conjunto de ideas que funcionan como puntos de partida para la indagación. A continuación explicaré los criterios con que fue seleccionado el corpus y cuál fue el marco político en que se desarrolló el debate en que esos textos se produjeron y circularon. En tercer término, expondré los objetivos generales y específicos, y las tesis en que se sustenta la investigación realizada. El cuarto punto estará dedicado al marco teórico y metodológico que orienta la tesis y, finalmente, presentaré la estructura que organiza la exposición.

1. Planteo del tema y puntos de partida

En esta tesis me propongo caracterizar las formas que asume el discurso político al circular a través de un soporte nuevo como Internet. Asistir al nacimiento de un nuevo medio nos ofrece una oportunidad para analizar el desarrollo de la confluencia de formatos tradicionales con las innovaciones propias de soporte (Herring, 2012). En este entorno, los enunciadores políticos desarrollan diversas estrategias discursivas para explorar y aprovechar las nuevas herramientas. Asimismo, la novedad del fenómeno nos sitúa frente a desafíos complejos, porque nos lleva a revisar el status –siempre problemático- del discurso político en la diversidad de los

discursos sociales. Este abordaje exige analizar los vínculos entre la problemática del discurso político y la de los géneros discursivos a través de los cuales circula.

De los recorridos posibles para encarar la relación entre política y nuevas tecnologías -cuestiones relativas al desarrollo tecnológico, la problemática del e-government, los enfoques comunicacionales que dan cuenta de la influencia de las nuevas tecnologías sobre los movimientos sociales, miradas sociológicas sobre las nuevas formas de participación social-, he elegido un enfoque específicamente discursivo, centrado en la producción de dirigentes con trayectorias reconocidas. Si bien la problemática exige estudios en todos los campos mencionados, resulta imposible asumir una perspectiva que los abarque. Mi objeto de estudio es, pues, el discurso político, en un entorno diferente, y no tal entorno en sí mismo.

Otra aclaración inicial es que no es mi objetivo profundizar en el análisis de la producción discursiva de dirigentes individuales o partidos específicos. En este aspecto, recurriré a fuentes secundarias. En las grandes líneas que caracterizan las formaciones ideológico-discursivas de la Argentina contemporánea, existe una continuidad entre los enunciados que se producen en Internet y en otros soportes. Sin embargo, aún considerando esas continuidades, el soporte y los formatos seleccionados determinan rasgos retóricos y enunciativos que atraviesan las diferentes formaciones ideológicas, del mismo modo que los cambios derivados de la mediatización televisiva han afectado al conjunto de la comunicación política.

El centro del problema es, entonces, estudiar los rasgos del discurso de dirigentes en dos géneros – Twitter y Facebook- que, en esta etapa, son los más utilizados en el campo de la política, a punto tal que las figuras consultadas consideran que su uso ha llegado a ser prácticamente ineludible. El análisis tomará como objeto un recorte específico de textos que circularon en ambas plataformas en el marco del debate que se produjo luego de que el gobierno nacional anunciara la expropiación parcial del paquete accionario de YPF. En los próximos apartados especificaré los criterios seguidos para la selección del corpus y presentaré sintéticamente el marco político de la medida gubernamental.

2. Criterios de selección del corpus

El corpus ha sido seleccionado según los siguientes criterios:

En primer término, he considerado los dos formatos que, en el estadio actual de la web, concitan mayor atención entre los dirigentes políticos: Facebook y Twitter. Esta muestra permite trabajar de manera comparativa y considerar, por lo tanto factores comunes y rasgos diferenciales.

En segundo lugar, se ha efectuado una *segmentación temática y cronológica*: se tomarán las intervenciones relacionadas con la decisión de estatizar el 51% del paquete accionario de YPF. Las fechas límite son el 16 de abril (día en que se anunció la medida) y el 5 de mayo (un día después de la aprobación del proyecto en el Senado).

Por último, he tomado en cuenta la *pertinencia política*: la pluralidad de voces que intervinieron en el debate sobre YPF en esos días permite seleccionar textos producidos por dirigentes de proyección nacional y provenientes de diversas fuerzas políticas. En principio, buscando privilegiar el equilibrio del corpus, limité la selección a aquellos dirigentes que, además, tuvieron una actividad estable en las dos plataformas. Esta primera selección incluía a Victoria Donda, Aníbal Fernández, Cristina F. de Kirchner, Daniel Filmus, Juan Abal Medina, Mauricio Macri, Pino Solanas, Martín Sabatella.

Sin embargo, debí revisar esta decisión debido a que producía un sesgo en las perspectivas políticas consignadas; esto es quedaban sin considerar voces que resultaron relevantes en el debate en la web. Decidí entonces sumar otras expresiones, aunque correspondieran a usuarios menos regulares en alguna de las dos plataformas. Para ello me valí no sólo de la revisión de la web sino que también incluí intervenciones recuperadas en la prensa. Me resultó asimismo muy útil la selección que ofrece Diego Rojas en su trabajo *Argentuits* (2012). Allí el autor dedica un apartado al *hashtag* #YPF. Las intervenciones así incorporadas corresponden a: Jorge Altamira, Nito Artaza, Patricia Bullrich, Hermes Binner, Christian Castillo, Roy Cortina, Nilda Garré, Aníbal Ibarra, Alicia Kirchner, Francisco de Narváez, Federico Pinedo, Margarita Stolbizer y Sergio Urribarri. Esta ampliación me permitió no sólo confirmar las características discursivas y los tipos de usos

prioritarios que se hacen de la plataforma, sino también ampliar el panorama político para brindar una perspectiva más ajustada de los debates de aquel momento¹.

2.1. Encuadre político del corpus: petróleo y política 50 años después

2. 1.1. El marco del debate

El 16 de abril de 2012 la entonces Presidente Cristina Fernández de Kirchner anunció al país por cadena nacional su decisión de expropiar el 51 % del paquete accionario de la empresa petrolera YPF, hasta entonces en manos de la empresa española Repsol². La medida tuvo un altísimo impacto político, periodístico y emocional. No se trataba de un acto totalmente sorpresivo, ya que la profundización de la crisis energética y su impacto sobre la economía ocupaban desde tiempo atrás un espacio creciente en los debates políticos y en los análisis periodísticos dedicados al tema de la crisis energética.

En los años previos, desde el gobierno se habían tomado algunas medidas para lograr un mayor control en el mercado de los hidrocarburos: desconexión del precio local de los combustibles del vigente a nivel internacional, impulso al ingreso del grupo local Eskenazi en YPF, aplicación de retenciones móviles a las exportaciones petroleras, exigencia a las petroleras de liquidar los dólares en el mercado único de cambios local. Sin embargo, estas medidas no lograron frenar la declinación de la producción en favor de los aspectos financieros del negocio (Zaiat, 2012).

En los días previos al anuncio, habían circulado versiones acerca de la expropiación de la empresa pero se desconocía exactamente qué dimensión

¹ La renovación de autoridades nacionales producida en diciembre de 2015 hizo que las referencias a cargos –correspondientes al momento en que se desarrolló el debate sobre YPF– queden desajustadas con respecto al momento de la lectura. Considero oportuno aclarar que, si bien la mayor parte de esas referencias fueron corregidas, en algunos casos (como las categorías de oficialismo y oposición) modificarlas introducía más perturbación que beneficios para la legibilidad del texto. Téngase en cuenta, por lo tanto, que estas últimas referencias corresponden al momento en que se produjeron los enunciados que componen el corpus.

² El desembarco de la empresa española fue fruto de una operatoria compleja y sumamente polémica que ha sido detallada por Gadano (2012). Ver también Lucchini y San Román (2012).

alcanzaría la medida gubernamental. Como señala una nota aparecida en esos días en el *Wall Street Journal* y reproducida por *La Nación*³:

“La nacionalización es la culminación de un enfrentamiento de meses entre YPF y el gobierno de Kirchner. El gobierno culpa a la petrolera por la baja producción que ha obligado a Argentina a gastar grandes sumas para importar energía, en momentos en que sufre de una escasez de dólares debido a la fuga de capitales.”

El anuncio presidencial –difundido por la cadena nacional de radio y televisión– constó de dos partes: en primer lugar el decreto de intervención inmediata de la empresa⁴, que pasaba a ser controlada por el Ministerio de Infraestructura y, en segundo término, el envío del proyecto de Ley de Soberanía Hidrocarburífera al Congreso de la Nación, según el cual se declaraba de interés público “el logro del autoabastecimiento de hidrocarburos, así como la explotación, industrialización, transporte, y comercialización de hidrocarburos, a fin de garantizar el desarrollo económico con equidad social, la creación de empleo, el incremento de la competitividad de los diversos sectores económicos, y el crecimiento equitativo y sustentable de las distintas provincias y regiones.” En el artículo séptimo del decreto se declara “de utilidad pública y sujeto a expropiación el 51% del patrimonio de YPF S.A. representado por igual porcentaje de las acciones clase D de dicha empresa pertenecientes a Repsol YPF S.A., sus controlantes o controladas.”

Las acciones expropiadas pasarían a ser controladas por el Gobierno nacional (51%) y las provincias integrantes de la organización federal de estados productores de hidrocarburos (49 %). El proyecto preveía también la creación del Consejo Federal de Hidrocarburos, integrado por representantes del Gobierno nacional, de las provincias y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El resto del paquete accionario se mantendría en manos privadas, mayoritariamente controladas por el grupo Petersen, un segmento controlado por accionistas privados minoritarios y un porcentaje poco significativo que permanecería en manos de Repsol. La empresa mantendría su carácter de sociedad anónima y el proyecto preveía la participación de capitales públicos y privados, nacionales y extranjeros para la explotación de energías convencionales y no convencionales.

³ Moffet, M. y Turner, T. “Fernández de Kirchner cumple su amenaza y nacionaliza YPF” en *The Wall Street Journal Americas*, reproducido en *La Nación*, 17/04/12.

⁴ Mientras se desarrollaba el acto en la Casa de Gobierno, funcionarios del Ministerio de Infraestructura se presentaron en la empresa para dar inicio a la intervención de manera inmediata.

El anuncio presidencial estuvo rodeado de un clima festivo, la locutora debió interrumpir en varias ocasiones la lectura del proyecto de ley debido a la algarabía del público presente, compuesto por funcionarios y simpatizantes⁵.

Finalizada la lectura del proyecto, Cristina Kirchner hizo uso de la palabra para sintetizar los fundamentos de la medida. El cambio de voces subrayaba el pasaje del discurso jurídico al discurso político, lo traducía a un registro más coloquial y, sobre todo, jerarquizaba la medida y la encuadraba en una trama política de sentido, a través de la presentación de los argumentos en que se fundaba el proyecto.

Sintéticamente, los puntos centrales que expuso la mandataria fueron:

- Argentina era, hasta el momento, el único país latinoamericano que no controlaba sus hidrocarburos.
- A partir de 1998, con la venta de la “acción de oro” -bajo el mandato del ex presidente Carlos Menem⁶- se inició un proceso de “desnacionalización” que privó al Estado del poder de veto sobre las estrategias de la empresa.
- A partir de entonces, se redujeron la producción y exploración con la consecuente caída sostenida de las reservas petroleras.
- Este proceso culminó en el año 2011 cuando el país debió importar gas y petróleo por 9.397 millones de dólares, cifra casi equivalente al conjunto del superávit comercial del país.
- Pese a este panorama desalentador, YPF alcanzó una utilidad neta de 16.450 millones de dólares entre 1999 y 2011, lo cual superaba la inversión inicial. Al privilegiar la distribución de dividendos por sobre la inversión y privilegiar producción para el segmento premium, se generó la necesidad de importación para abastecer a los otros segmentos del mercado interno.

⁵ “La locutora del acto empezó a leer el texto del proyecto de ley que se enviaría al Congreso sin que mediara presentación alguna. “Título 1, Capítulo Único: De la Soberanía Hidrocarburífera de la República Argentina”, alcanzó a decir, cuando fue interrumpida por una ovación. “¡¡Cristina, Cristina, Cristina corazón, acá tenés los pibes para la liberación!!”, empezó a gritar un grupo de jóvenes de La Cándida desde el fondo de la sala. La Presidenta, quien estuvo flanqueada por su vice, Amado Boudou, y el titular de la Cámara de Diputados, Julián Domínguez, pidió silencio y la locutora continuó leyendo. La siguiente ovación llegó cuando se leyó el artículo séptimo, que declara la expropiación del 51 por ciento de las acciones de YPF, pero la Presidenta volvió a pedir silencio.”, escribió en *Página 12* el periodista Fernando Krakowiak.

⁶ Paradójicamente, como Senador Nacional, el ex Presidente Menem votó a favor de la expropiación propuesta por el Gobierno Nacional.

Hacia el final de su alocución, la mandataria ensayó una argumentación orientada a discriminar su gestión y su visión del peronismo, de la orientación que gobierno y partido tuvieron durante la gestión de Carlos Menem y el proceso de privatización de la empresa petrolera. Sin embargo, el argumento quedó trunco y las referencias al ex Presidente, y al rol que jugó el peronismo en ese proceso, implícitas⁷. En cierta medida, este fragmento anticipaba uno de los ejes críticos que esgrimirían en los días siguientes muchos dirigentes opositores y el vacío argumentativo con respecto a este punto, que se mantendría en el discurso de los representantes del oficialismo durante todo el debate.

En el último tramo, el discurso de Cristina Kirchner cobró un tinte más emotivo y, en cierto modo, testimonial. Por un lado, en el plano de las “emociones patrióticas”, trazó una ligazón entre la medida anunciada y las tradiciones de los pioneros de la explotación petrolera. En ese tramo, aludió a la figura de Hipólito Yrigoyen⁸ como impulsor de la soberanía hidrocarburífera y a los pioneros de la explotación petrolera en el país. Finalmente, en un plano más personal, recordó, con voz emocionada, al ex Presidente Kirchner⁹. Nadie mejor que quien fue su esposa para situarse en el lugar de exégeta de los sueños de Néstor Kirchner. Nadie mejor que su heredera política para asumir el rol de quien concreta esos sueños postergados. Desde una perspectiva política, esta mención admite una lectura de corte más estratégico, ya que le sirve para construir una continuidad ideal entre los tres turnos presidenciales: aún en el momento en que se anuncia un cambio importante en la política sostenida hasta entonces para el sector, al señalar que la decisión anunciada se corresponde con los sueños del ex presidente fallecido, se evita la necesidad de argumentar acerca de ese giro.

⁷ “No creamos nosotros YPF, reitero, pero es más, y para ser clara, durante un gobierno de nuestra gestión partidaria, porque uno no es peronista un momento y después deja de ser peronista. Yo he sido peronista siempre y me hago cargo de lo mío y de lo demás también. (Aplausos)”

⁸ Es notable el hecho de que tanto en este caso como en casi todas las referencias históricas que desde la política se hicieron aquellos días, se omite de manera sistemática el rol de Marcelo T. de Alvear –figura menos funcional y más contradictoria para el armado de un panteón o una genealogía política- en la creación y consolidación de la empresa. Sin embargo, fue Alvear quien designó – una semana después de asumir la Presidencia- al frente de la empresa a quien sería el ícono máximo del nacionalismo petrolero.

⁹ “Él siempre soñó con recuperar YPF para el país. Siempre, siempre”.

2.1.2. Impacto político del anuncio

La medida permitió al Gobierno Nacional recuperar la iniciativa política y acrecentar márgenes de popularidad que venían declinando. Además del impacto mayoritariamente favorable de la medida¹⁰, se obtuvo el apoyo de gran parte de la oposición –fundamentalmente, el amplio y variado abanico de sectores que se suelen considerar de centroizquierda-. La oposición quedaba en una disyuntiva compleja: diversos factores hacían prever su apoyo. Desde el poder legislativo, dichas fuerzas -o sus “troncos originarios” - habían rechazado las sucesivas políticas privatizadoras llevadas a cabo durante la presidencia de Menem, argumentando que el Estado debía controlar un recurso estratégico como el petróleo y compartían ampliamente el diagnóstico negativo acerca de la gestión de Repsol en la empresa. En algunos casos, -por ejemplo, el legislador Pino Solanas- se mantuvo una posición severamente crítica de la política de hidrocarburos a lo largo de todo el periodo transcurrido desde la privatización.

Además, lo que se ha llamado el “nacionalismo petrolero”¹¹ forma parte de las reivindicaciones históricas de fuerzas como la UCR y sus distintos desprendimientos, así como de sectores escindidos del Partido Justicialista y nuevas fuerzas como Libres del Sur y Proyecto Sur que entroncan con esas tradiciones. Era lógico suponer, por lo tanto, que apoyarían una política destinada a recuperar –aún con limitaciones - el control público de la empresa.

Por otra parte, según expresó la mayoría de los dirigentes opositores durante el debate parlamentario, esas mismas fuerzas tenían severas objeciones hacia la política energética llevada a cabo por el gobierno kirchnerista hasta entonces y no dejaban de subrayar que muchos de los impulsores de la expropiación de 2012 habían apoyado o impulsado el proceso de privatización en la década del '90. En ese marco, a muchos opositores no les resultaba grata una alianza con el oficialismo, aunque la consideraran ineludible.

Finalmente, tampoco ignoraban la necesidad de preservar su identidad política de opositores a fin de no perder los márgenes de crecimiento alcanzados en los meses previos. El carácter relativamente sorpresivo de la medida -que había sido mantenida

¹⁰ Encuestas realizadas poco después del anuncio revelaron que la medida contaba con un 62% de valoración positiva (*La Nación*, 22 de abril de 2012).

¹¹ Gadano, N. (2007) “Mitos del petróleo argentino” en *Clarín* 26 de Julio de 2007.

en secreto durante su elaboración-, los obligaba a pronunciarse rápidamente, sobre un tema de alta complejidad y cuyo alcance desconocían en detalle. Por estos motivos, las declaraciones de apoyo se matizaron con críticas a la historia reciente de las políticas implementadas por los gobiernos justicialistas y dejaban entrever un cierto escepticismo a futuro. Dirigentes del Frente Amplio Progresista (FAP), la Unión Cívica Radical (UCR) y parte de los peronistas disidentes¹² que apoyaron la iniciativa. Cabe señalar que el acuerdo en el seno de las diferentes fuerzas no resultó unánime; por diferentes medios, hubo dirigentes que expresaron públicamente sus reservas, a pesar de la posición de su partido¹³.

Con otro tipo de argumentos, el Pro, liderado por Mauricio Macri, se opuso de manera absoluta a la iniciativa. Desde este espacio de centro derecha se esgrimió la vulneración de la seguridad jurídica y el impacto negativo de la norma sobre las relaciones políticas y financieras en el ámbito internacional. En efecto, tal impacto no se hizo esperar: el Jefe de Gobierno español se expresó en términos amenazantes en defensa de la empresa ibérica¹⁴. El parlamento europeo manifestó su total apoyo al Gobierno español en este tema y Nicolai Wemmen, Ministro de Asuntos Europeos señaló que "El anuncio (de Argentina) socavará la confianza en el

¹² Por ejemplo, el ex Ministro de Economía, Roberto Lavagna publicó en Facebook una entrada que ilustraba el tipo de reparos que expresaron muchos dirigentes: ¿VEXHQR que el Estado retome el control de YPF que *nunca debió* haber perdido (*lástima que* para tener mayor credibilidad no reconocieron tanto los *errores* de los años 90 de los que participaron como de los *errores* de política energética de estos últimos años). (...) Ahora *lo que hay que discutir es lo que es lo más importante*. ¿De dónde saldrán los fondos necesarios para llevar a cabo la gran inversión que hace falta para alcanzar el autoabastecimiento? *No hay forma* de soportar un déficit energético superior a los 10.000 millones de dólares anuales y para enfrentar este problema *hacen falta grandes inversiones y cambios profundos* en la política energética de los últimos años." (Las cursivas son mías.)

¹³ Tal es el caso de Facundo Suárez Lastra, que publicó en *Facebook* una nota con fuertes críticas a la medida oficial: "Estas obligaciones han sido incumplidas por YPF (que ya no es más nuestra YPF), y de acuerdo con el marco legal vigente el camino correcto en defensa de los intereses nacionales es el de la caducidad de la concesión de esas áreas y de reversión al Estado Nacional sin cargo alguno.(...) Se debe entender que no es necesaria la expropiación, ya que la empresa no es la propietaria de las áreas, es una simple concesionaria que ha incumplido sus obligaciones. La expropiación más que un castigo, en este caso, es un premio, ya que cualquiera sea el precio que se pague será indebido."

¹⁴ Mariano Rajoy ha expresado hoy en México su "profundo malestar" por la decisión del Gobierno de Cristina Fernández, que "no tiene justificación alguna" y "sienta un grave precedente". El presidente ha destacado "el esfuerzo encomiable de los Gobiernos latinoamericanos para hacer de la región un destino atractivo y seguro para la inversión y el comercio internacionales", y ha considerado que este esfuerzo no puede verse empañado por este tipo de decisiones puntuales "que pueden hacer daño al conjunto de Latinoamérica". Diario *El País*, 17 de abril de 2012

país y puede perjudicar el futuro de la economía argentina”¹⁵. Por otra parte, las acciones de Repsol-YPF cayeron en las Bolsas de Buenos Aires y Nueva York, luego de que el Senado aprobara en comisión, el dictamen que habilitaba el tratamiento de la expropiación.

Este clima de intensa polémica nacional e internacional reactivó, en el debate político local, una serie de tópicos provenientes de la matriz antiimperialista que estuvieron asociados a los debates sobre la cuestión petrolera desde sus inicios a comienzos del siglo XX¹⁶ (Gadano, 2006). La confluencia de la retórica tradicional del nacionalismo petrolero con la matriz populista del discurso gubernamental dio lugar a que la discusión se enmarcara, al menos en su etapa inicial, en lo que he denominado un “momento patriótico” para referir a un clima de “unanimidad”, caracterizado por estrategias de recuperación discursiva de una genealogía común, revitalizando personajes históricos caídos en desuso, valores e íconos que atraviesan las segmentaciones partidarias. De esta manera, los discursos discordantes fueron tratados con suma dureza, en particular, la postura de Mauricio Macri le valió ser acusado de estar al servicio de los intereses españoles.¹⁷

Desde el otro extremo del arco político Jorge Altamira, referente de la izquierda más radicalizada denunciaba: “Vuelven los anglo yanquis”: el tuit de Altamira se refería –como se verá más adelante- a un giro en las alianzas empresariales del gobierno, que habría determinado la declinación de la española Repsol. Tal discurso daba por tierra, evidentemente, con las efusiones patrióticas que rodearon el anuncio.

¹⁵ *Noticias 24*, 18 de abril de 2012.

¹⁶ A modo de ejemplo, es oportuno recordar uno de los discursos fundacionales del nacionalismo petrolero, escrito diez años antes de la creación de YPF. A fin de fortalecer sus esfuerzos para que el Gobierno ampliara el presupuesto destinado a la incipiente exploración y explotación del petróleo en Comodoro Rivadavia, el Ingeniero Huergo envió, en abril de 1912, un encendido memorándum al Ministerio de Agricultura que tenía como blanco preferencial a las compañías norteamericanas: “El Imperio del Petróleo, el Buitre Norteamericano, ha dominado al mundo por un cuarto de siglo.(...) La República Argentina debe precaverse de las aceradas garras del buitre para conservar sin desgarramientos la integridad de su nacionalidad” (citado en Gadano, 2006). Gadano señala que, pese a su tono panfletario y al hecho de que el mismo Huergo matizó o desdijo buena parte de las acusaciones contenidas en el *Memorando*, muchas de sus afirmaciones fueron retomadas durante décadas en la literatura sobre el tema.

¹⁷“Escuché declaraciones de un representante de los intereses de Repsol que oficia también como jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires’, lo cruzó el ministro de Trabajo, Carlos Tomada.” (*Página 12*, 18 de abril de 2012)

En ese clima político, el tratamiento de la norma en el Congreso Nacional fue sumamente rápido: el 4 de mayo, el proyecto se había convertido en ley por amplia mayoría en ambas cámaras.¹⁸

Sin embargo, el proceso de debate legislativo que llevó a ese resultado, fue mucho más polémico de lo que parecía prometer el clima de euforia inicial. Diversas fuerzas de la oposición expusieron en el recinto severas críticas a la política energética de los años previos y propusieron cambios al proyecto del Ejecutivo, que fueron desestimados por la bancada mayoritaria: el breve momento de unidad patriótica ya se había diluido.

La ley fue promulgada el 4 de mayo. En el acto en que se anunció la promulgación – transmitido por cadena nacional-, la entonces primera mandataria hizo la presentación de Miguel Galuccio como presidente de la empresa y esbozó los lineamientos buscados para la entidad.

En las siguientes secciones analizaré las estrategias político - discursivas desplegadas en Facebook y Twitter por representantes del oficialismo y la oposición en el periodo transcurrido entre el anuncio presidencial y la promulgación de la norma. Como anticipé en la introducción, la elección de este segmento se funda en la trascendencia de la medida, no sólo por su impacto en la economía nacional sino porque el tema del petróleo y el rol del Estado en su explotación –con notorios zigzagueos- ha tenido históricamente un espacio relevante en el ideario de las fuerzas que, aún hoy-segmentadas y escurridizas-, conforman el eje de la política nacional¹⁹.

¹⁸ En el senado, luego de un prolongado e intenso debate, la iniciativa obtuvo 63 votos a favor. Votaron en contra los Senadores Adolfo Rodríguez Saá, Liliana Negre de Alonso y Juan Carlos Romero y se abstuvieron María Eugenia Estenssoro (Coalición Cívica), Oscar Castillo y Blanca Monllau (Frente Cívico y Social) y Norma Morandini (Frente Amplio Progresista). En diputados, el debate se prolongó durante dos días y tuvo 200 oradores. La mayoría obtenida resultó igualmente abrumadora: 207 votos a favor y 32 en contra. Los votos favorables provinieron – además del frente para la Victoria y sus aliados- de la UCR (con excepciones), el Frente Amplio Progresista (FAP), Proyecto Sur, Unión Peronista (bloque presidido por Felipe Solá) y parte de los legisladores de la Coalición Cívica y del PJ disidente. Los votos en contra del proyecto fueron emitidos por los bloques de Pro, la mayoría de los diputados del Frente Peronista y el radical Roberto Aspiazú. Cuatro legisladores de la Coalición Cívica y la diputada Graciela Ocaña se abstuvieron y otros legisladores radicales que no acordaban con la decisión partidaria decidieron no asistir a la sesión. (*La Nación*, 4 de mayo de 2012).

¹⁹ Para un panorama de las complejidades de la política petrolera en el último medio siglo, véase Lucchini y San Román (2012). Allí las autoras recogen un valioso conjunto de entrevistas a figuras que han tenido roles protagónicos en distintos planos de la actividad petrolera (funcionarios, empresarios, directivos de YPF, técnicos).

Por otra parte, el carácter emblemático que YPF mantuvo durante buena parte de su historia hizo que el impacto emocional de la medida sobre el público en general tuviera especial intensidad. Al respecto, en la entrevista que el diputado Agustín Rossi (FPV) comentaba lo siguiente:

“YPF estaba mucho más adentro de los argentinos que lo que nosotros mismos pensábamos, de lo que yo mismo pensaba. Para muchos de los que vivieron de YPF, que tuvieron *ypfianos* o que fueron familia *ypfiana*.... Reutemann corría Fórmula 1 con una cosa que decía YPF, propaganda de YPF; YPF era bandera nacional argentina.”

Por los motivos expuestos, buena parte de la dirigencia política encontró en las redes un espacio propicio no sólo para pronunciarse sobre un debate particularmente dinámico del que no querían estar ausentes, sino que también era más propicio que los medios tradicionales para dar rienda suelta a expresiones emocionales ligadas al tema. De este modo, como “El Aleph” de Borges, en esta muestra de breves textos publicados en la web, se condensan las líneas fundamentales de un debate que se entronca con ideologemas clásicos de la historia nacional, recrea antinomias tradicionales, revitaliza un panteón común y postula, una vez más, la utopía de la unión nacional, brevemente vislumbrada en el “momento patriótico” del debate.

En la siguiente sección, presentaré los objetivos que me he propuesto alcanzar en este trabajo.

3. Objetivos generales y específicos

1. Aportar al conocimiento del discurso político contemporáneo en Argentina.
2. Contribuir con las investigaciones actuales sobre los nuevos géneros digitales, en particular Facebook y Twitter.
3. Estudiar las tensiones existentes entre el discurso político como categoría y los géneros característicos de la política 2.0
4. Analizar –específicamente en el plano de la enunciación y la argumentación– las especificidades del discurso político en nuevos soportes digitales.
5. Examinar las estrategias de intervención de los lectores que se hacen visibles en los comentarios de Facebook y Twitter.
6. Indagar las percepciones de los actores políticos sobre la relevancia y los hábitos de uso de Facebook y Twitter en la práctica política.

En relación con estos objetivos generales, me propongo alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- a. Discutir la categoría de discurso político en el marco de la etapa actual de la mediatización.
- b. Avanzar en la caracterización discursiva de Twitter como género.
- c. Estudiar las características discursivas de Facebook como género.
- d. Proponer una tipología de los usos político-comunicativos de los soportes analizados.
- e. Examinar las características enunciativas y retóricas de los discursos seleccionados y vincularlas con las condiciones de producción y circulación propias de los soportes analizados.
- f. Analizar los modos en que se despliega el debate referido a la expropiación parcial del paquete accionario de Repsol-YPF en los géneros analizados.
- g. Indagar en ambos géneros los recursos que emplean los lectores para intervenir en el debate, evaluar las posiciones en pugna y participar en intercambios polémicos.

4. Tesis que orientan esta investigación

El trabajo desarrollado en esta tesis parte de algunas premisas arraigadas en la tradición de la escuela francesa de análisis del discurso político y, simultáneamente, derivadas de los interrogantes que generan las tendencias actuales de cambio en el discurso político.

Como es sabido, los textos fundacionales del análisis del discurso (por ejemplo, los trabajos reunidos en varios números -23, 52, 55- de la revista *Langages*, publicación emblemática de la etapa inicial) pusieron cierto acento en géneros como el discurso de tribuna o el discurso parlamentario y se centraron en “problemáticas premediáticas” de la palabra política (Verón, 2002). Sin embargo, hace décadas que esos formatos “clásicos” son erosionados por géneros en los que el impacto del soporte y de modalidades mediáticas de circulación y recepción, obligan a los enunciadores políticos a desarrollar otras prácticas y a los analistas a buscar

aproximaciones que den cuenta de fenómenos propios de la comunicación audiovisual (Verón, 2001; Ferry et al 1989).

En la introducción al número que conmemora los treinta años de existencia de la revista *Mots*, un equipo de especialistas sintetiza de este modo los desplazamientos del foco de interés de la disciplina:

“Si, hace treinta años, el texto impreso era el objeto de la mayor parte de los trabajos, lo audiovisual captó progresivamente la atención y actualmente los sitios y los blogs son tratados como vectores principales del análisis político” (Bacot, P.; Coulomb-Gully, M. Honoré, J.P, Le Bart, C. ; Oger, C: y Plantin, C., 2010:8)²⁰

En efecto, actualmente, los discursos que circulan en Internet- son una de las facetas más dinámicas de expresión de los procesos sociales y, por ende, su análisis contribuye a una mejor comprensión de los procesos de cambio político y social.

Si en la fase de la mediatización que tuvo su apogeo en las últimas décadas del siglo XX, las transformaciones del discurso político se asociaron a diversos grados de hibridación con los géneros y la lógica de la TV, actualmente, la confluencia del discurso político con los géneros de Internet implica el ingreso en otro tipo de mediatización.

En ese marco considero que:

- Ante la emergencia de un nuevo soporte y nuevos géneros asociados a él, los rasgos del discurso político se reorganizan de manera parcial pero relevante, a raíz de la hibridación de los rasgos tradicionales de la palabra política con los formatos y prácticas que tienen lugar en la web. Este orden de cosas exige revisar, una vez más, los modos de articulación del discurso político con los géneros que lo encarnan.
- Los recursos expresivos y técnicos propios de las redes y el tipo de prácticas discursivas que se han generado en torno a ellas favorecen el desarrollo de nuevas funciones político-comunicativas y generan nuevas configuraciones del dispositivo de enunciación que afectan aspectos cruciales de la dimensión pragmática de los discursos políticos, es decir, la dimensión en la que se postulan las posiciones y vínculos ente enunciadore y destinatarios.

²⁰ La traducción de este fragmento es mía, como las de los demás textos en lengua extranjera citados en esta tesis.

- Los diferentes recursos, ritmos y perfiles de usuario que caracterizan los dos géneros seleccionados hacen que resulte provechoso contrastar las estrategias que los dirigentes despliegan en una y otra plataforma en el mismo contexto político.
- La visibilidad de la lectura que permiten las redes ofrece un espacio privilegiado para considerar el tipo de recursos y estrategias de evaluación de la palabra política y de intercambio entre pares que los ciudadanos ponen en juego.

5. Aspectos teóricos y metodológicos

Situar el marco teórico desde el que trabajaré en esta investigación supone explicitar los puntos de partida y trazar una breve genealogía de algunos de los conceptos que orientan el trabajo. Parto del supuesto de que los fenómenos de producción de sentido, en el campo del discurso político, son inescindibles de las condiciones sociales de producción en las que tienen lugar (Verón1987a).

Esta perspectiva implica estudiar los fenómenos ideológico-discursivos desde una mirada interdisciplinaria que articula saberes de las ciencias sociales y de las ciencias del lenguaje.

A continuación presentaré las principales vertientes teóricas en las que abrevia esta tesis. Los ejes de la exposición son cuatro: en primer lugar, me referiré a los debates teóricos sobre la problemática del discurso y la ideología; en segundo término, presentaré un panorama de los fundamentos de la escuela francesa de análisis del discurso, considerando en particular tres niveles: el problema de los géneros discursivos, el dispositivo de la enunciación y el plano retórico argumentativo. En tercera instancia, presentaré algunos conceptos provenientes de la historiografía que resultan pertinentes para analizar los usos políticos de la historia.

Por último, introduciré la noción de comunidades de discurso (Swales, 1990) a fin de presentar los fundamentos teóricos que sustentan otro aspecto de la investigación desarrollada: la toma de entrevistas a dirigentes políticos, referentes académicos y consultores.

5. 1. Discurso e ideología

Los antecedentes de esta perspectiva se remontan a los trabajos del “círculo de Bajtin” en la primera mitad del siglo XX en los que ya se planteaban premisas fundamentales para el análisis de los fenómenos ideológico-discursivos. Los trabajos de este grupo serían retomados y reformulados, con matices, por los principales referentes de la teoría de las ideologías y del análisis del discurso.

Me interesa destacar, en primer término, algunos de los postulados centrales de Vladimir Voloshinov (1929), miembro destacado de ese círculo:

“Un producto ideológico no sólo constituye una parte de una realidad (natural o social) como cualquier cuerpo físico, cualquier instrumento de producción o producto para consumo, sino que también, en contraste con estos otros fenómenos, refleja y refracta otra realidad exterior a él. Todo lo ideológico posee *significado*: representa, figura o simboliza algo que está fuera de él. En otras palabras, es un *signo*. Sin signos, no hay ideología. Un cuerpo físico es igual a sí mismo por así decir; no significa nada sino que coincide totalmente con su particular naturaleza dada. En este caso, no hay problema de ideología. Sin embargo, un cuerpo físico puede percibirse como imagen(...). El objeto físico se convierte en un signo. Sin dejar de ser una parte de la realidad material, ese objeto, hasta cierto punto, refleja y refracta otra realidad.” (Voloshinov, 1930:21)

Como se puede apreciar esta obra pionera anticipa en varias décadas algunos de los pilares del debate sobre la ideología, que tan profusa sería en el campo marxista en la segunda mitad del siglo XX. Sintéticamente los conceptos más relevantes de la obra de Voloshinov son los siguientes:

- la identidad del campo de las ideologías con el campo de los signos – y por lo tanto la imposibilidad de un discurso situado “por fuera” de la lucha ideológica.
- la materialidad de los signos -esto implica, evidentemente, la materialidad de las ideologías y barre con la dicotomía entre base/ superestructura.
- una concepción amplia del concepto de signo, no restringida al signo lingüístico.
- la condición inherentemente social de los fenómenos de producción de sentido.

Como anticipé, estos trabajos son un hito en el amplio campo de debates teóricos, que encontrarían un terreno particularmente fértil en el clima intelectual de Francia de los años 60 y 70. Los aportes del estructuralismo y el postestructuralismo

renovaron tanto el ámbito de los estudios en las ciencias sociales como en las ciencias del lenguaje²¹. En el campo de la teoría de las ideologías resultan ineludibles los trabajos filosófico políticos de Louis Althusser que en aquellos años renovaron el debate a través de:

“Una filosofía que se proponía incidir sobre la política, aún si, al mismo tiempo, afirmaba con énfasis la tesis del carácter ideológico de toda noción de ‘sujeto autónomo’ (y de ‘sujeto’ a secas), en estricta coherencia con la postulación del antihumanismo teórico del marxismo; una filosofía de las leyes de la estructura que parecía empeñarse en escapar de esas leyes (...) que acogía con desenfadada hospitalidad los aportes de Foucault, Canguilhem, Bachelard, Lacan y muchos otros.” (de Ípola, 2007:52)

Retomaré aquí ciertos postulados clásicos de la filosofía althusseriana (Althusser, 1970), cuyos ecos siguen resonando en los trabajos teóricos y analíticos situados en el vasto campo de la tradición francesa del análisis del discurso que, en su etapa fundacional, abrevaron en su filosofía.

En primer lugar, es necesario subrayar la importancia del gesto que discrimina las ideologías particulares -como expresión histórica de las posiciones de clase- y la ideología en general, verdadero objeto de la teoría filosófica, cuya estructura y funcionamiento son “no históricas” u “omnihistóricas” en tanto atraviesan las diferentes formaciones socio históricas. En efecto, definida como “‘representación’ de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia”, la noción de ideología es una entidad abstracta cuyas formas concretas, históricas son tan variables como las formaciones sociales en las que arraigan. Verón (1987 a) compara la relación entre la Ideología y las ideologías con la relación que Saussure postula entre la lengua y el habla.

En segundo lugar, destaco la puesta en cuestión de la idea de determinación unidireccional de la estructura sobre la superestructura, a través de la noción de sobredeterminación, es decir, la consideración de determinaciones múltiples bidireccionales. Se diluye así la contradicción entre mundo material e ideológico a través de la tesis que afirma que “la ideología tiene una existencia material”,

²¹ Es bien sabido que el apogeo del estructuralismo fue breve. Desde diferentes disciplinas, sus principales impulsores intentaron buscar soluciones teóricas a algunas de las aporías implicadas en el modelo estructural, como la relación entre estructura y cambio o entre estructura y sujeto. En el campo de los estudios del lenguaje, la noción de discurso nace de la búsqueda de compatibilizar el legado de la lingüística estructural y la necesidad de formular un aparato teórico capaz de trascender la dicotomía entre la abstracción de la lengua y el carácter puramente individual del habla.

materialidad que se comprueba en prácticas, rituales y discursos, configurados por el aparato ideológico que los enmarca y constituye. Como ya planteaba Voloshinov, para Althusser no hay prácticas por fuera de la ideología, ni ideologías que no se materialicen en prácticas. Esta perspectiva no intenta introducir un nuevo reduccionismo: lo ideológico constituye *un nivel de sentido* de las prácticas discursivas y, por lo tanto, un nivel de análisis posible. Sucede que, dado que nuestro objeto de estudio es el discurso político, este nivel resulta el más pertinente para nuestro trabajo.

En tercer término, la discusión de la noción de sujeto como categoría ideológica, idea que lleva a lo que Althusser denomina la “tesis central” de *Ideología y aparatos ideológicos de estado*: “la ideología interpela a los individuos como sujetos”. Althusser descarta la idea de un sujeto libre, cuya espiritualidad se expresaría en la palabra, y, al hacerlo, toma distancia del humanismo sartreano y se vincula a las concepciones del psicoanálisis de Lacan y el pensamiento de Claude Lévi Strauss. Al inscribir al sujeto en una concepción estructural la idea de su autonomía queda reducida a un espejismo. (de Ípola, 2007). El sujeto althusseriano es “sujetado”, es decir, constituido por la Ideología (Althusser, 1970).

5. 2. La escuela francesa de análisis del discurso

Paralelamente, la preocupación –en el campo de la lingüística- por encontrar instrumentos teóricos y metodológicos que permitieran superar problemas como la dicotomía saussureana entre la abstracción de la lengua y el carácter puramente individual y efímero del habla, así como la búsqueda de herramientas para el estudio de unidades lingüísticas mayores a la frase marcó los orígenes de la escuela francesa del análisis del discurso cuyos postulados orientan esta tesis. En este sentido, la obra de Émile Benveniste ha sido reconocida por su carácter fundante, en particular, su trabajo sobre el aparato formal de la enunciación (1970) resulta un punto de referencia imprescindible para cualquier intento de análisis discursivo. Allí, el lingüista define la enunciación como el “proceso que transforma la lengua en discurso por un acto individual de apropiación” y, simultáneamente, como aparato formal que permite analizar las huellas de la enunciación en el enunciado.

Desde la perspectiva de las ciencias sociales, la articulación entre los estudios del discurso y la problemática de la ideología marcó el comienzo de un diálogo fecundo que ofrecía un nuevo horizonte para pensar la relación entre los fenómenos de producción de sentido como un nivel específico de funcionamiento de lo social. Uno de los discípulos de Althusser, Michel Pêcheux, generalmente reconocido como principal animador de la etapa inicial de la escuela francesa de análisis del discurso, ha sido quien desarrolló de manera más rigurosa la articulación entre la teoría althusseriana de las ideologías y la problemática del discurso. Según señala Pierre Macherey²²:

“...la articulación que [Pêcheux] introduce entre discurso e ideología lo conduce a destacar el hecho de que los enunciados en la lengua, al mismo tiempo que son sostenidos por un régimen de discurso que los liga entre sí, son producidos y producen efectos de sentido sobre un fondo de conflictos que son, en última instancia, conflictos ideológicos, es decir, aquellos que constituyen el horizonte obligado de toda toma de la palabra, cuya verdadera iniciativa proviene no del sujeto hablante, sino del régimen de discurso que la sostiene.” (Macherey, 2007).

Entre los aportes de Pêcheux es necesario mencionar el rechazo tanto de la idea del sujeto libre como de la transparencia del lenguaje. La producción de sentido, afirma Pêcheux, está determinada por el horizonte ideológico en el que es producido y en el que, a su vez, se inscribe como una herramienta potencialmente transformadora:

“El sentido de una palabra, de una expresión, de una proposición, no existe “en sí misma” (es decir en su relación transparente con la literalidad del significante) sino que está determinada por las posiciones ideológicas puestas en juego en el proceso sociohistórico en el que palabras, expresiones y proposiciones son producidos (es decir, reproducidos).” (Pêcheux, 1975:144)

En diálogo crítico con esta tradición, se sitúan, entre otros, los trabajos de Verón (1978 y 1987) y de Ípola (1983), fundamentales para situar la perspectiva teórica de esta investigación. Con diversos matices, ambos autores subrayan la necesidad de discriminar la noción de “ideología” – definida no ya como un conjunto de enunciados más o menos coherentes en el plano del “contenido”- sino como una gramática de engendramiento de sentido, como un mecanismo de investir de sentido la materia significante (Verón, 2013). Tal concepción se inscribe en una doble discusión: por un

²² En este cita, como en otras provenientes de Internet, no es posible reponer la paginación dado que ciertos géneros, como los blogs, no se estructuran según ese criterio. Las referencias y enlaces correspondientes están disponibles en la bibliografía general.

lado, con las miradas que, desde la lingüística estructural más tradicional, postulan análisis inmanentistas de los textos; por otro, con las posiciones más ortodoxas de la tradición marxista que ven los fenómenos de sentido como efectos más o menos mecánicamente determinados por la estructura de las relaciones de producción.

Ambos autores toman, pues, distancia tanto de la “concepción epistemológica” de la ideología (de Ípola, 1983) – es decir de la oposición tradicional entre “ciencia e ideología” en la que la última tendría a cargo la mistificación y el ocultamiento- como de la idea de la separación de los órdenes de lo material y lo simbólico y de la idea de determinación unidireccional del primero sobre el segundo²³.

Verón (1987a:125) plantea la cuestión de la siguiente manera:

~~7RGD SURGKFLyQ GH VHQLGR HV QHFHVDULDPHQWHLVPRLEO~~ describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas.

Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido (cualquiera que fuera el nivel de análisis)."

En este marco, la noción de “lo ideológico” viene a zanjar la serie de problemas de larga data asociados a la concepción epistemológica de la ideología²⁴, ya que no se trata de un “tipo de discurso” sino de

“una dimensión presente en todos los discursos producidos en el interior de una formación social en la medida en que el hecho de ser producidos en esta formación social ha dejado sus ‘huellas’ en el discurso.” (Verón, 1987a :134).

Por lo tanto, una lectura centrada en la dimensión ideológica de los discursos se ocupará de interpretar las relaciones existentes entre las operaciones discursivas y las condiciones sociales de producción de un discurso dado²⁵.

²³ En esta tradición crítica de la concepción marxista clásica se ubica también la obra de Ernesto Laclau (2005). Sus estudios sobre la matriz ideológica del populismo han generado un rico e intenso debate en el campo de las ciencias sociales durante los últimos años. Para una discusión de sus aportes, véase de Ípola (2009).

²⁴ Para Eliseo Verón la dicotomía ciencia/ ideología es una cuestión mal planteada en tanto opone objetos no comparables: la ciencia como sistema productivo – es decir como un conjunto de instituciones y prácticas- y de discursos asociados a ellas, por un lado y lo ideológico, es decir, uno de los niveles de producción de sentido.

²⁵ Las lecturas centradas en otros niveles de análisis considerarán las huellas de otras condiciones de producción, por ejemplo, la lectura psicoanalítica, subrayará condiciones de producción de carácter individual, relativas al inconsciente del sujeto. (de Ípola, 1983)

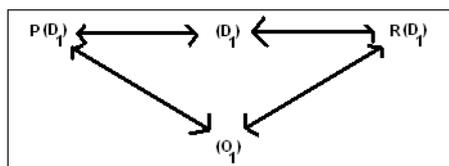
A diferencia de la idea de “contexto”, la noción de condiciones sociales de producción se refiere al conjunto de factores cuyas huellas son legibles en el discurso, es decir, un conglomerado heterogéneo de determinaciones entre las que se incluyen, por ejemplo, textos correspondientes a otros contextos históricos cuyos ecos resuenan en el texto analizado. Asimismo, se excluyen elementos contextuales de los que no haya huellas visibles en la superficie discursiva. Como ya se ha señalado, entiendo que el soporte en que circulan los discursos constituye una condición de producción importante y, como tal será uno de los ejes centrales de esta investigación.

Desde esta concepción, la producción de sentido es un proceso dinámico analizable en tres “momentos”: producción, circulación y consumo.

De esta formulación se desprenden, como he anticipado, una serie de consecuencias:

- El rechazo de la idea de que el sentido sea inmanente al texto. Por el contrario, el texto se considera “un punto de pasaje del sentido” (Verón, 1978).
- La asimetría entre el momento de la producción y el de la recepción o consumo que actualiza ciertas propiedades del campo de efectos posibles que abre el texto.
- La idea de que el análisis de la recepción de los textos supone una perspectiva y metodología diferentes de las que se utilizan para el análisis en producción.
- La idea de que la circulación es la distancia entre producción y reconocimiento.

Estos postulados implican definir la semiosis como una red infinita de producción de sentido en la que cada discurso incluye otros discursos entre sus condiciones de producción y, a la vez, es condición determinante de algunos rasgos de los discursos que dan cuenta de sus lecturas, interpretaciones o evocaciones. Asimismo, tal concepción es un efecto de lectura de la teoría peirceana del signo. Verón (1987 a: 132) propone el siguiente gráfico:



Y afirma al respecto:

“Como puede verse, se trata de dos relaciones triádicas con dos puntos comunes (D1) y (O1). Este modelo de *unidad mínima* de la red discursiva contiene dos veces el gráfico triádico de Peirce. Considerado en relación con sus condiciones de producción, (D1) es el interpretante de estas condiciones, y es sólo en esta medida que constituye a (O1) como su objeto. Considerado en relación con sus condiciones de reconocimiento, por otro lado, (D1) es signo de su objeto y R (D1) deviene el interpretante, dentro de la relación triádica.”

En síntesis si, desde esta perspectiva “lo ideológico” se refiere al nivel de análisis centrado en la interpretación de la relación entre las operaciones discursivas y sus condiciones sociales de producción, la dimensión de análisis centrada en la relación entre un texto y sus múltiples lecturas es la dimensión del poder o la eficacia de un discurso:

“la eficacia, los efectos o, si se quiere el poder de un discurso determinado no puede deducirse directamente del análisis del proceso de producción de dicho discurso. Es preciso, para dar cuenta de ese poder un análisis específico: un análisis desde la perspectiva de la recepción –de una determinada recepción al menos- del discurso de referencia (análisis que esté centrado en las condiciones sociales en que dicha recepción es efectuada). (de Ípola, 1983).

El análisis de la recepción de un discurso considerará, por lo tanto, las manifestaciones discursivas que tienen entre sus condiciones de producción el discurso que las origina.

Más problemático resulta capturar – desde una perspectiva metodológica y analítica- el proceso de circulación de los discursos ya que éste, en principio, no deja huellas en la “superficie” discursiva²⁶. (Sigal y Verón, 1986). Sin embargo, en su trabajo sobre el rumor carcelario, de Ípola (1983:189) señala que, en el caso de esos frágiles textos de circulación clandestina, las dificultades para transmitirlos determinan los ingeniosos formatos de los mensajes – bolitas de papel, código Morse, lengua de señas- y su fragilidad hace que el sentido resulte frecuentemente

²⁶Al menos, aclaran los autores, en una situación “normal”(…), vale decir, cuando el discurso del líder político es proferido dentro del contexto nacional en el que resulta inmediatamente pertinente, la circulación sólo puede ser definida como diferencia entre la producción y las varias modalidades de reconocimiento” (Sigal y Verón,1986:22). Como se puede observar, un concepto de “normalidad” demasiado estrecho (que sólo es utilizado para oponerlo a la excepcionalidad del caso que se proponen analizar, de allí las comillas empleadas por los autores): la circulación de la palabra de J. D. Perón durante su prolongado exilio (1955,1972).

trastocado: “En ese sentido, –afirma de Ípola- aún ‘por defecto’, la circulación es productiva”.

Siguiendo este razonamiento, considero posible afirmar que existe una cierta correlación específica entre diferentes géneros discursivos y la “productividad” de las condiciones de circulación. En el caso del rumor, de la bamba y también de los tuits, el texto “muere” cuando deja de circular, pierde su poder, ya no será recibido, interpretado, debatido²⁷. Asimismo, la circulación también deja ciertas marcas en los tuits a través, por ejemplo, del señalamiento de la función “RT” (retuit) y otras operaciones, como los links y el encadenado, que señalan el tejido hipertextual.

Los desarrollos teóricos previamente sintetizados son la base de la perspectiva que adoptaré en este trabajo. La irrupción de Internet trastoca profundamente los tres aspectos de la semiosis: producción, circulación y consumo. Mi trabajo asumirá fundamentalmente la perspectiva de la producción, como se verá en el punto dedicado a la presentación del corpus. Sin embargo, en la medida en que un rasgo distintivo de los géneros de la comunicación política en Internet es la visibilidad de los discursos de los receptores – he considerado necesario dedicar un capítulo al análisis de las estrategias de intervención que despliegan, en ese contexto, los internautas.

5.2.1. En torno al concepto de género

Lo planteado anteriormente implica que el soporte y el género al que corresponde un discurso son condiciones de producción relevantes, por lo cual la cuestión del género será el primer eje de abordaje del corpus. Como señalaba Tzvetan Todorov (1978:51) en un trabajo clásico sobre los géneros:

"El género, literario o no, no es más que la codificación de las propiedades discursivas. Tal codificación funciona de modo tal que genera una normativa en relación a la cual son concebidos y producidos los textos individuales”.

En el capítulo 3, profundizaré la problemática de las relaciones entre las nociones de discurso político y géneros discursivos, en particular, en relación con los géneros de los

²⁷ La “vitalidad” de un tuit se estima en 40 minutos como máximo (entrevista a Juan Belbis). Es en ese brevísimo lapso cuando puede ser leído, “retuiteado”, retransmitido, a veces frenéticamente. Cada retuit, prolongará su vida útil. Pero, en cuanto esa cadena de reproducción se interrumpe, se habrá vuelto definitivamente obsoleto. Como señala Zappavigna “los *microposts* son de naturaleza episódica”, sujetos al fluir de la actividad de la comunidad de usuarios.

medios y, específicamente, los que he seleccionado como objeto de estudio. Por eso, me limitaré en este punto a presentar algunas cuestiones generales sobre el problema de los géneros discursivos.

Como es bien sabido, los debates en torno a la cuestión de los géneros discursivos tienen una tradición muy extensa que se remonta a la antigüedad grecorromana y mantiene su productividad hasta nuestros días. Tal persistencia se debe no sólo al carácter imprescindible de un concepto que permite discriminar objetos discursivos empíricamente reconocibles, sino también a las enormes dificultades que se encuentran a la hora de tratar de asir y sistematizar un objeto de referencia tan variable como la creatividad de los hablantes.

Actualmente, existe un amplio consenso en el campo de la lingüística y el análisis del discurso en torno a la definición de género discursivo propuesta por Mijail Bajtin (1982:248) como “tipos relativamente estables de enunciados”. Tal estabilidad es visible en tres planos: estilístico, temático y estructural.

A su vez, en la concepción bajtiniana, cada género está asociado a las diferentes esferas de la vida social que originan tales tipos de enunciados, y lleva la impronta de su acento particular:

“En cualquier esfera existen y se aplican sus propios géneros, que responden a las condiciones específicas de una esfera dada.(...) Una función determinada, (científica, técnica, periodística, oficial, cotidiana) y unas condiciones determinadas, específicas para cada esfera de la comunicación discursiva, generan determinados géneros, es decir, unos tipos temáticos, composicionales y estilísticos de enunciados determinados y relativamente estables”. (Bajtin, 1982: 252)

La perspectiva elegida exige considerar la compleja relación entre la noción de discurso político y los géneros en los que se encarna, por un lado y, por otro, los diferentes niveles discursivos a los que se aplica la noción de género. En el primer aspecto, cabe destacar que la definición de discurso político suele plantearse como un campo de problemas más que como una definición cerrada, lo cual da lugar a una cierta inestabilidad en lo que hace al estatuto que se adjudica al concepto. Diversos autores subrayan la dificultad de tal empresa dado que no existe una tipología de los discursos sociales y abordan directamente su caracterización. Un indicio de tal dificultad es la utilización de un abanico de términos para referir al discurso político: “tipo”- siempre entrecomillado- (Verón, 1987; Todorov, 1978); “esfera” (Bajtin1982), “discurso de campo” (Fabri, 1985), “escena englobante” (Maingueneau, 2007).

Como ha señalado Tzvetan Todorov (1978) el problema radica en el choque entre dos tipos de unidades y de criterios de recorte. Existen, señala, por un lado, unidades funcionales (el discurso literario, el discurso publicitario, el discurso pedagógico, el discurso político etc.), que se recortan en virtud de la evidencia de su función social: sabemos que estos discursos existen, los diferenciamos, existen discursos que hablan sobre ellos, etc. El problema consiste en determinar cuáles son -si existen- los rasgos formales que los hacen pertenecer a una misma categoría.

La pregunta es, entonces, si a una unidad funcional corresponde -o no- una unidad estructural. "Estructura y función -concluye Todorov- no se implican de manera rigurosa aunque existan afinidades entre ellas". En el caso del discurso político, una misma "función general" produce una pluralidad de géneros (del volante a la plataforma electoral, del debate parlamentario al tuit). Cada uno de ellos cumple a su vez funciones específicas, reclama diversos tipos de sujetos autorizados, interpela destinatarios disímiles y circula en escenarios diferentes.

En el marco de esta tesis usaré la noción de "escena englobante", acuñada por Dominique Maingueneau (2010) para referirme al nivel más general – el discurso político-. Maingueneau define este concepto como el campo sociocultural en que se sitúan los discursos. El concepto resulta útil por su amplitud y versatilidad, ya que la creciente variedad de géneros que la actividad política utiliza hace necesario contar con una herramienta que permita enmarcar formatos que también se utilizan en otros campos de la vida social. De hecho, tanto Twitter como Facebook entran en esa categoría. El reconocimiento de la escena englobante supone ciertas competencias comunicativas tanto en producción como en recepción; tales competencias son variables según el marco histórico social en que se produce un texto determinado.

La escena englobante apela a ciertos saberes compartidos con los destinatarios: en este nivel se establece en calidad de qué se interpela a los destinatarios (ciudadanos, discípulos consumidores, devotos, etc.) y éstos sabrán en qué horizonte de expectativas situar el texto y qué tipo de competencias poner en juego. En algunos de los textos que analizaré, sólo en el plano de la escena englobante podemos establecer el valor político de enunciados perfectamente banales que, sin embargo, contribuyen a fortalecer el lazo con los destinatarios.

En segundo término, en la medida en que trabajaré sobre discursos mediatizados, es necesario considerar los diferentes niveles en los que la noción de género resulta pertinente para el análisis.

Resulta útil, en este nivel, considerar la distinción que propone Verón (2004) entre los “géneros P”, productos mediáticos sujetos a competencia (diario, revista femenina, semanario ilustrado, etc.) y los “géneros L”, que se definen en términos de “disposición de la materia lingüística” (en el campo del discurso político: distintos tipos de entrevistas, conferencias de prensa, comunicados)²⁸. Partiendo de estos conceptos, considero que, mientras Facebook y Twitter corresponden a la definición de “género P”, las “entradas” (tuits/ unidades de material subido a Facebook) se adecuan a la definición de “género L”²⁹.

Asimismo, utilizaré algunas herramientas metodológicas propuestas por Dominique Maingueneau (2010) (*escenografía genérica*) y Susan Herring (2005) (*géneros puente*) que considero productivas para el análisis de los géneros web. La noción de escenografía genérica³⁰ se refiere a las estrategias a través de las cuales un género adopta los “ropajes” de otro; por ejemplo, en las cartas abiertas que los dirigentes políticos suelen publicar en periódicos el formato de la carta enmascara otras funciones del discurso político y el destinatario del encabezado suele no coincidir con el destinatario explícito del texto. Este concepto resulta productivo para pensar, por ejemplo, la relación entre Twitter y la conversación. Frecuentemente, se trata de una escenografía conversacional que refuerza el ideograma³¹ de la

²⁸ La distinción que postula Verón es similar a la de géneros editoriales que propone Roger Chartier (1996) para referirse a “artefactos materiales” que combinan dentro de sí géneros discursivos diversos en función de una producción de prensa e instaurando un circuito de circulación y de recepción determinado.

²⁹ En este caso, es más exacto referirnos a la “materia significativa” dado que las entradas – en particular en Facebook, no están conformadas por material exclusivamente verbal.

³⁰ “La escenografía es la escena de habla que el discurso presupone para poder ser enunciado y que este debe validar a través de su enunciación misma: todo discurso, por su mismo desarrollo, pretende instituir la situación de enunciación que le resulta pertinente. Entonces, la escenografía no es un marco, un decorado, como si el discurso sobreviniera en el interior de un espacio ya construido e independiente de él, sino es lo que la enunciación instauro progresivamente como su propio dispositivo de habla” (Maingueneau, 2002).

³¹ Término acuñado por Marc Angenot (1982) para designar máximas, presupuestos e implícitos que fundan la fuerza persuasiva de un discurso.

comunicación “uno a uno” más que de la interpelación efectivamente individual a un destinatario específico³².

La noción de géneros puente de Herring, por su parte, intenta dar cuenta de modalidades específicas de hibridación de rasgos genéricos entre diferentes “géneros emergentes” (blogs, páginas personales, CMC³³ asincrónica) en Internet: “los blogs no derivan de una única fuente sino que son un híbrido de géneros existentes, que deviene singular por la combinación de rasgos de los géneros fuente que adaptan y por las específicas propiedades técnicas que ofrecen”(Herring, 2005:160). La propuesta de Herring y los criterios de comparación que emplea– si bien proviene de un marco metodológico diferente y se aplica a otro género– resultan de utilidad para caracterizar los géneros en los que trabajaremos y ofrece información interesante derivado del procesamiento de grandes corpora.

En relación con estas cuestiones y, en particular, para considerar los nexos entre los géneros web, resulta interesante el concepto de “familia de géneros” que propone Ciapuscio (2009:14), a partir de la revisión crítica de una serie de trabajos (entre ellos Bergmann y Luckmann, 1995, Martin y Rose 2002, Bhatia, 2004) orientados a sistematizar las formas en que se relacionan los distintos géneros propios de una comunidad dada. Esta perspectiva considera los géneros “como soluciones regulares o preformadas para tareas recurrentes de cada ámbito discursivo” y busca, a partir de allí establecer las relaciones estructurales, funcionales, lingüísticas que ligan géneros diversos pero “emparentados”. La pertinencia de este enfoque deriva de que, como explicaré más adelante, los géneros seleccionados comparten una serie de rasgos lingüísticos y estructurales que se asocian a la común pertenencia a la familia que ha dado en llamarse “géneros web”.

En este recorrido, he buscado desplegar algunas de las múltiples facetas que abre la problemática de los géneros discursivos. En los próximos apartados plantearé cuáles son los niveles de análisis que considero más pertinentes para abordar el estudio de los materiales seleccionados, teniendo en cuenta que, como

³² En un trabajo previo sobre Twitter he señalado algunas marcas de esta escenografía: “El uso del tuteo, como marca de intimidad, se ve reforzado por un tipo de interpelación que postula una historia previa del vínculo entre la enunciativa y sus destinatarios (‘ya sabés’, ‘*aunque no lo creas*’).” (Qués, 2012)

³³ La sigla se refiere a la comunicación mediada por computadoras.

ya he señalado, los géneros determinan tanto rasgos formales – enunciativos y retóricos- como las formas en que los enunciados circulan y el horizonte de expectativas desde el cual son leídos.

5.2.2. El nivel de la enunciación

Los primeros interrogantes que se plantean al iniciar el trabajo sobre el corpus remiten al pasaje de lo teórico a lo metodológico: ¿dónde y cómo analizar la relación entre los discursos y sus condiciones sociales de producción? ¿En qué niveles del texto resultan visibles? Si bien esta relación puede leerse en todos los niveles del texto³⁴, considero que la ya larga tradición de la escuela de análisis del discurso ha comprobado ampliamente que el nivel de la enunciación es un plano tan ineludible como productivo. En efecto, es allí donde se pueden leer algunos de los rasgos diferenciales del discurso político. En un trabajo ya clásico, Verón (1987 c) afirma que la doble destinación (dirigirse simultáneamente al amigo y al adversario) es a su juicio el rasgo que permite caracterizar el discurso político.

Tal caracterización de la palabra política permite atravesar la pluralidad de géneros y provee, por lo tanto, una herramienta que permite trazar continuidades y rupturas en ese universo heterogéneo. A la vez, ofrece un camino para contrastar y comparar los matices y los rasgos diferenciales que cada género aporta.

Por otra parte, considero que en este nivel de análisis se pueden observar algunas de las innovaciones más importantes en las formas del discurso político que caracterizan los géneros seleccionados. A modo de ejemplo, la enunciación a título personal – y la frecuente interpelación a un destinatario “individual”- es un rasgo típico de la enunciación en las redes sociales –dentro y fuera de la política-. Simultáneamente, este proceso se puede leer como una huella de la crisis que atraviesan los colectivos partidarios que marcaron la vida política nacional a lo largo del siglo XX. En el siguiente capítulo profundizaré estas cuestiones.

³⁴ Un ejemplo acerca de la presencia de huellas de lo ideológico en diferentes planos del texto y sus efectos en recepción se puede ver en Podetti (1992). En ese artículo, Podetti subraya los efectos de sentido que adquiriría la variedad regional del español del candidato Carlos Menem durante la campaña presidencial de 1989 y las operaciones de lectura de que era objeto, en particular, en sectores populares.

5.2. 3. Aspectos retóricos y argumentativos

La tercera vertiente de abordaje se refiere a los aspectos retórico-argumentativos. La pertinencia de tal enfoque no parece necesitar mayor fundamentación en la medida en que la finalidad persuasiva del discurso político es uno de sus rasgos constitutivos. Sin embargo, conviene hacer una salvedad en cuanto a la compatibilidad de los supuestos de la escuela francesa de análisis del discurso y la tradición y los postulados de los estudios retóricos. Me remito para ello a las reflexiones desarrolladas por Ruth Amossy (2005) quien señala que la divergencia en la noción de sujeto de ambas corrientes es más aparente que profunda, ya que la nueva retórica (Perelman, 1958) plantea que la validez de los argumentos está anclada en aspectos históricos y sociales. Por lo tanto, plantea Amossy (2009:5),

“se puede suponer que el locutor no es sólo aquel que elige sus premisas en función de un público. Es también un sujeto que se sitúa inevitablemente en un debate contemporáneo. Su discurso interviene en un habla social dotada de controversias y argumentos de los que se nutre *no lens volens*. El sujeto trata una cuestión situada, frente a la cual las respuestas posibles sólo pueden proponerse en función de las posibilidades de la época.”

En el corpus seleccionado, los rasgos argumentativos adquieren un cariz particular, por dos razones: por un lado, la hibridación de textos e imágenes exige considerar el papel de estas últimas en las estrategias persuasivas. Por otro, como es sabido, los aspectos formales de los géneros bajo análisis imponen límites estrechos al desarrollo argumentativo.

En el primero de esos aspectos es necesario tener en cuenta el aporte de trabajos clásicos como los de Roland Barthes (1961, 1964, 1980) que inauguraron un tipo de análisis de la fotografía a la vez creativo y riguroso. En esos textos Barthes acuñó conceptos (como la denotación y la connotación, los procedimientos de la connotación, o la noción de *punctum*) cuya vigencia no se ha agotado. Asimismo, Umberto Eco (1968) desglosa, al estudiar mensajes publicitarios, distintos niveles de argumentación en el plano de las imágenes (icónico, iconográfico, tropológico, tópico y entimemático).

Más recientemente, Bruce Gronbeck (2006) ha elaborado una tipología de los usos argumentativos de las imágenes considerando un haz de rasgos entrelazados:

los objetivos del polemista, el contexto, las propias características formales de la imagen y la concepción del estatuto de las imágenes que el polemista sostiene.

Finalmente, es oportuno considerar los planteos de Verón (1983, 1987 a, b, 1997 a) sobre el análisis de las imágenes; Verón ha revisado el legado de la semiótica estructural y ha propuesto nuevas formas de articulación del estudio de la imagen con la teoría de los discursos sociales. Tal propuesta intenta vincular dicho legado con una perspectiva de raíz peirceana.

En cuanto al segundo aspecto señalado, considero que pese a las restricciones que imponen los géneros, los textos mantienen su orientación persuasiva, en la medida en que condensan argumentos ya instalados en la opinión pública por otros medios o bien recuperan tópicos (Amossy, 2001) de las formaciones discursivas en las que se inscriben los enunciadores.

Este razonamiento es tributario de la noción de “argumentatividad” que la autora mencionada define como “una de las dimensiones constitutivas del discurso, es decir, que aún los discursos que no participan en ningún debate formal ni exhiben un propósito argumentativo manifiesto, poseen una dimensión argumentativa subyacente.” Desde este punto de vista, enunciación y argumentación son niveles que coadyuvan a los objetivos persuasivos del orador: las entidades y componentes del dispositivo enunciativo tienen una carga argumentativa que puede ser, en ocasiones intensa.

Por otra parte, los estudios contemporáneos en el campo de la retórica recuperan de manera muy productiva nociones de la retórica clásica, como la de ethos, que resulta fundamental para considerar las estrategias de construcción discursiva de las identidades políticas (Barthes, 1970; Amossy, 2000; Maingueneau, 2002 y 2007; Chareaudeau, 2005; Vitale y Maizels, 2011; Montero, 2012; Montero, 2016, entre otros) y las estrategias de argumentación condensada a la que me he referido.

En el siguiente apartado, retomaré el tema de la conexión entre enunciación y argumentación al referirme al valor argumentativo que los indicios temporales adquieren cuando se estudian los usos políticos de la historia.

5.3. Tiempo, enunciación y argumentación: aportes de la historiografía

El tratamiento de las categorías enunciativas de tiempo y espacio constituyen un punto de observación privilegiado para delinear las estrategias persuasivas que los discursos despliegan³⁵. La coyuntura política en que se produjeron los textos que componen el corpus estudiado se caracterizó, en un primer momento, por un nivel inusual de acuerdo interpartidario. Denomino a ese clima político y discursivo “momento patriótico” (Cfr. Capítulo II.1.2.3.a.). La noción se conecta con la idea de “momento político” que Rancière (2008 y 2009) define como el que:

“se da cuando una fuerza es capaz de actualizar la imaginación de la comunidad que está comprometida allí y de oponerle otra configuración de la relación de cada uno con todos.” (Rancière, 2009: 11)³⁶

Los momentos políticos son controversiales o, en términos de Rancière, escenas de disenso, momentos en que “lo dado” se pone en cuestión.

“Un momento, afirma, no es simplemente una división del tiempo, es otro peso puesto en la balanza donde se pesan las situaciones y se cuentan los sujetos aptos para comprenderlas.” (Rancière, 2008:51)

El momento político redefine, pues, la coyuntura de modo tal que implica una transformación de los colectivos sociales involucrados en ella. Se trata de un momento en que se hace evidente que un modo de ejercicio del poder conlleva una cierta idea de comunidad “y de dibujar el rostro de quienes ella incluye o excluye”.

Con una retórica más tradicional, los enunciadores la caracterizan como un “evento histórico”; conviene recordar que esta noción, si bien se plantea como una evidencia en el discurso político, ha sido objeto de extensos debates en el terreno de la historiografía.

³⁵ Véase, por ejemplo, el análisis que desarrolla Arnoux (2008:67) del “cronotopo bolivariano” en el discurso de Hugo Chávez.

³⁶ La noción de momento político polemiza con la idea de un tiempo lineal para postular una temporalidad escandida por aquellos puntos cargados de sentido, en los que se redefinen los vínculos sociales y políticos, en particular, aquellos que ligan a los colectivos de identificación: “Hablar de momentos políticos es ante todo decir que la política no se identifica con el curso ininterrumpido de los actos de los gobiernos y de las luchas por el poder, que existe cuando la gestión de esos objetos se abre a la cuestión de lo que ella misma es, del tipo de comunidad que le concierne, de aquéllos que están incluidos en esa comunidad y bajo qué título están”. (Rancière, ibídem)

Hayden White (2010), por ejemplo, ha discutido las diferentes perspectivas de la noción de evento histórico y las polémicas que atraviesan el uso del concepto en el campo de esa disciplina. Me interesa subrayar un aspecto de su trabajo que resulta útil para el análisis que desarrollaré en el capítulo 4. Me refiero al vínculo (cuyo planteo original White atribuye a Zenón de Elea), entre los conceptos de *evento* y *destino*. Desde esta perspectiva, la noción de destino permite articular el sinnúmero de eventos particulares en una trama de sentido. Adjudicar a la coyuntura la trascendencia de un evento histórico no es, entonces, solamente, subrayar su importancia, sino que implica la transformación del debate sobre una medida de gobierno en una discusión sobre el destino de la patria.³⁷

En efecto, la insistente reivindicación política de un pasado distante y reducido a estereotipos –cuya “fidelidad a los hechos” históricos es políticamente indiferente– está ligada a la idea de realzar la promesa de que la restauración de los ideales atribuidos a los próceres aseguraría el acceso a un destino venturoso.

En el caso que analizaré, la recuperación de la historia nacional es un modo de reforzar los lazos que unifican el metacolectivo³⁸ y de alimentar o prolongar cierta euforia festiva. A la vez, la historia es convocada para legitimar el rol del enunciador y el colectivo al que adscribe como representantes de una genealogía que se reivindica como propia³⁹.

El énfasis que los textos pro oficialistas ponen en trazar un enlace entre presente y pasado histórico forma parte de la trama argumentativa tendiente a legitimar la iniciativa del Poder Ejecutivo y a los diferentes enunciadores como depositarios del legado de los héroes nacionales. En este sentido, se adecuan a lo que señala Balandier (1992:19):

³⁷ Una perspectiva similar resuena en el planteo de Tulio Halperín Donghi (2006), según el cual “la promesa de futuro justifica la narrativa del pasado”.

³⁸ Eliseo Verón (1987) define metacolectivo como entidades más abarcadoras que el colectivo de identificación, generalmente orientadas al paradestinatario (*argentinos, ciudadanos*). El momento patriótico postula una suspensión provisoria de la vigencia de los colectivos de identificación, idealmente diluidos en un prodestinatario único y universal.

³⁹ El debate que se da en torno a la expropiación parcial de las acciones de Repsol YPF ilustra de manera paradigmática el planteo de Sigal y Verón (1986:182): “La recuperación histórica que se lleva a cabo el discurso político supone simultáneamente dos cosas: la inscripción del enunciador como heredero, mostrando líneas de continuidad en el interior de *una* lógica de la historia y, al mismo tiempo, una suerte de superación de esa lógica, la emergencia de una forma nueva, dada la evolución, el cambio en el proceso. La historia aparece, entonces, como metáfora del presente.”

“es el pasado colectivo, elaborado en el marco de una tradición o de una costumbre, el que se convierte en fuente de legitimidad. Constituye entonces una reserva de imágenes, de símbolos, de modelos de acción; permite emplear una historia idealizada, construida y reconstruida según las necesidades y al servicio del poder actual. Un poder que administra y garantiza sus privilegios mediante la puesta en escena de una herencia”

Otro criterio importante en el análisis que desarrollaré son los diferentes recortes que hacen respectivamente, oficialistas y opositores. Para reflexionar sobre este aspecto resulta productiva la reflexión de Ricoeur (2000) acerca de la relevancia de la escala temporal en el discurso historiográfico. El historiador francés analiza este procedimiento al contrastar los métodos de la escuela de los Annales y la microhistoria. Al hacerlo afirma: “La idea fuerza vinculada a la de variación de escalas es que no son los mismos encadenamientos los que resultan visibles cuando se cambia de escala” (Ricoeur, 2000:275). El problema, señala Ricoeur, es que se trata de una noción tomada de la cartografía, de la arquitectura y de la óptica, disciplinas en las que la alteración de la escala no modifica el objeto sino la visibilidad. Al trasladarla al campo de la historia produce equívocos ya que, en este caso, no se ven las cosas a escala mayor o más pequeña, sino que “se ven cosas diferentes”. Por cierto, este efecto distorsivo de los cambios de escala se amplifica cuando nos centramos en los usos políticos de la historia. El cambio de escala pasa a ser un recurso argumentativo fundamental para validar recortes temporales que fortalecen las diferentes posturas sostenidas por los enunciadores.

En síntesis, esta serie de conceptos provenientes de la historiografía, ofrecen una perspectiva estimulante para considerar el valor argumentativo de la temporalidad y, en consecuencia, el recurso a la historia que es uno de los ejes que articulan el debate en torno al giro de la política de hidrocarburos dado por el gobierno argentino en 2012.

5.4. Comunidades de discurso: la voz de los actores

La segunda vertiente metodológica de la investigación está asociada al objetivo de relevar las perspectivas y valoraciones de informantes clave acerca del impacto, la función y los usos de los nuevos medios en la comunicación política. El trabajo con los textos será complementado con entrevistas efectuadas a actores del campo político y especialistas en el tema de la política 2.0, a fin de conocer sus

percepciones de los cambios en curso y de sus propias prácticas en este campo. La muestra (15 entrevistas) incluye dirigentes políticos de diferentes fuerzas políticas y de diferentes generaciones y especialistas en diversos aspectos del problema (consultores, jefes de prensa, académicos).

La decisión de complementar el análisis con este insumo obedece a que considero que el segmento de dirigentes que emplea estas herramientas se puede encuadrar dentro de lo que Swales ha denominado “comunidades de discurso”. Swales (1990:25) caracteriza estas comunidades según seis rasgos:

- En primer lugar comparten – aunque puedan en otros aspectos ser autónomos o estar enfrentados- algún tipo de meta común: en este caso difundir ideas políticas y participar de nuevas formas del debate público.
- Para lograr esa meta se valen de mecanismos de participación para difundir información y obtener retroalimentación (debates, mass media y redes sociales)
- Una comunidad de discurso elabora géneros propios, a través del empleo de tópicos y de cierta disposición de la materia discursiva.
- Emplea un léxico específico, cierta jerga cuyo dominio es un indicador de pertenencia al grupo.
- Finalmente, los discursos suponen un umbral de competencia que establece fronteras entre novicios y expertos.

Resulta claro que la dirigencia política en su conjunto es como una comunidad de discurso, dado que en ella se pueden reconocer todos los criterios propuestos por Swales. Ahora bien, la dirigencia que participa de los dispositivos estudiados constituye un segmento diferenciado dentro de esa comunidad ya que esta práctica les impone una lógica diferente en los siguientes aspectos:

-existen géneros específicos propios del soporte (Facebook y Twitter, en este caso) que se caracterizan por tener un repertorio propio de tópicos y formas de disponer de la materia discursiva.

-las operaciones discursivas que se desarrollan en ese ámbito se designan con neologismos propios del género P en cuestión (como “retuit” “compartir”) o redefinen palabras del léxico común (i.e. “seguidores”, “amigos”).

- Los umbrales de competencia son asimismo específicos de esta comunidad y se superponen con la segmentación generacional: nativos e inmigrantes digitales se diferencian en los usos y jergas como en los niveles de involucramiento personal frente a la temática de las redes y la tendencia a usar estas herramientas de manera personal o a través de especialistas en la materia.

A través de los testimonios obtenidos es posible conocer usos concretos que los dirigentes hacen de las nuevas herramientas, el tipo de adecuaciones que hacen en su producción discursiva y la percepción de su experiencia en este campo. Asimismo, estas conversaciones me permiten detectar la presencia de ciertos ideogemas, relativos al rol político de las nuevas tecnologías. Verón (2013:278) ha señalado que la etapa fundacional de un medio es siempre un momento intensamente utópico, en la medida en que se suele atribuir a la tecnología cierto poder de transformación de las relaciones sociales. El eco de los rasgos que caracterizan ese “momento utópico” resuena frecuentemente en las percepciones que los actores tienen de las redes sociales.

Por estos motivos la perspectiva de los actores resulta un complemento necesario para el análisis discursivo ya que echa luz sobre las condiciones en que las prácticas tienen lugar. La forma en que los usuarios conciben los géneros incide sobre la disposición a utilizarlos y sobre las formas en que esa utilización se lleva a cabo.

Los dirigentes políticos entrevistados son⁴⁰:

Elsa Álvarez (Unión Cívica Radical, Santa Cruz), Rafael Bielsa (Frente para la Victoria, Capital Federal), Agustín Campero (UCR, Pcia. De Buenos Aires); Daniel Filmus (FPV, Capital Federal) (CE)*, Enrique Pinedo (Pro, Capital Federal) (CE)*, Julio Raffo (Proyecto Sur, Capital Federal), Jesús Rodríguez (UCR, Capital), Agustín

⁴⁰ En los casos señalados con un (CE*), las entrevistas se hicieron a través del correo electrónico.

Rossi (FPV, Santa Fe), Enrique Salzmán (Frente Renovador, Pcia. de Buenos Aires), Facundo Suárez Lastra (UCR, Capital Federal).

Asimismo, entrevisté a consultores, activistas y figuras del campo académico:

Juan Belbis (consultor en el campo de nuevas tecnologías), Ana Doria (equipos técnicos del GEN, Capital Federal), Dominique Maingueneau (Académico, Sorbonne) (CE)*, Beatriz Sarlo (escritora y ensayista), María Sol Tischik (equipos técnicos del FPV, Pcia. De Buenos Aires); David de Ugarte (activista y analista de la red, España) (CE)*.

6. Organización y estructura de la tesis

La tesis se compone de divide en dos partes. La primera parte abarcade cuatro capítulos: como es uso y costumbre, en el primero se aborda el estado de la cuestión. Dado que el enfoque elegido es interdisciplinario, al presentar el estado de la cuestión me referiré, sintéticamente, a los aportes de diferentes campos que considero pertinentes: los provenientes de la órbita de los estudios sobre los medios de comunicación; los trabajos dedicados al análisis de la crisis de las identidades políticas y la emergencia de nuevas formas de representación; los estudios que versan sobre la teoría de las ideologías; y los trabajos sobre análisis del discurso político.

En el segundo capítulo discutiré la cuestión del vínculo entre el discurso político como categoría y los géneros a través de los cuales circula. Para ello, en la primera parte del capítulo, se revisan los criterios clásicos utilizados para definir la noción de discurso político y se ponen en cuestión a la luz de los problemas que plantean las nuevas formas que el discurso político adopta en el marco de la mediatización.

En el tercer y cuarto capítulos presentaré, respectivamente, las características de Twitter y Facebook y postularé un ordenamiento de las orientaciones político-comunicativas que tienen las entradas publicadas.

La segunda parte estará dedicada a desplegar el análisis del corpus y se compone de tres capítulos.

Los dos primeros corresponden al análisis de los rasgos enunciativos y retóricos característicos de los textos publicados en Twitter y Facebook, mientras que en el

quinto capítulo, estudiaré las diferentes modalidades de participación de los lectores, los vínculos que establecen los comentarios con el enunciado original y con los pares.

Finalmente, dedicaré el último apartado a recapitular y evaluar los resultados de la investigación, señalar cuestiones pendientes y plantear posibles líneas de futuros trabajos.

I Parte

La primera parte de esta tesis está organizada en cuatro capítulos. El primero está dedicado a presentar el estado de la cuestión y contempla dos tipos de cuestiones: por un lado, en un sentido más abarcador, se sintetizan los principales aportes vinculados al tema desde diversos campos disciplinares. En primer término, abordaré las líneas centrales del problema de la mediatización desde la perspectiva de la comunicación y desde la perspectiva de la política. Luego, me referiré a los aportes producidos desde distintas corrientes del análisis del discurso que abordan la problemática de los discursos online. Finalmente, dedicaré el último a trabajos provenientes de la historiografía que resultan pertinentes para analizar el corpus seleccionado.

En el segundo capítulo revisaré los principales criterios de definición del discurso político, a fin de contrastarlos con la problemática estudiada, es decir la palabra política en el escenario de la llamada “política 2.0”. Asimismo, consideraré brevemente las etapas que se pueden distinguir en los usos políticos de la web en Argentina y presentaré un breve panorama de la visión de los actores sobre estos temas aspectos que sobresalen en el discurso de los políticos sobre la web.

El tercer y cuarto capítulos estarán dedicados a caracterizar los géneros que son objeto de este trabajo: Twitter y Facebook. Para ello, sintetizaré las condiciones en que ha surgido cada uno de ellos y presentaré los rasgos formales de funcionamiento y las características distintivas de cada uno de ellos. Hecho esto, me referiré al espectro de usos político-comunicativos detectados en las intervenciones que componen el corpus.

Capítulo I. 1: Estado de la cuestión

Introducción

Como he anticipado, tanto el problema por analizar como el marco teórico propuesto remiten a un conjunto de disciplinas interconectadas. En las próximas páginas, sintetizaré los aportes de esas vertientes y ofreceré un panorama de los trabajos que considero fundamentales. El capítulo aborda cuatro campos de estudio: en primer lugar, me ocuparé de aquellos trabajos vinculados al estudio de la relación entre medios y política y, en particular, al nuevo terreno de investigación que abre la irrupción de las redes sociales. En segundo término, trataré los aspectos centrales de las investigaciones referidas a la crisis de las identidades políticas clásicas en relación con los nuevos fenómenos comunicativos y el creciente protagonismo político de las diversas formas de comunicación social. El tercer campo es el de los estudios que, desde el análisis del discurso y la semiótica, se proponen caracterizar los rasgos de los nuevos géneros propios de la Web. El cuarto punto está dedicado a presentar una serie de trabajos que han explorado antecedentes históricos y políticos de la coyuntura en la que se despliegan los textos que componen el corpus. Finalmente, me referiré brevemente a la noción de comunidades de discurso, formulada por Swales, que emplearé para fundamentar un aspecto complementario de la metodología de investigación utilizada, la toma de entrevistas a dirigentes políticos, y expertos en los usos políticos de las nuevas tecnologías.

I.1.1. Aportes correspondientes al estudio de los medios de comunicación y de su relevancia política

Históricamente, cada una de las transformaciones en el campo de la comunicación desencadenó fuertes polémicas entre entusiastas y detractores del papel político de las nuevas tecnologías y de su impacto sobre las formas de funcionamiento de la opinión pública (Habermas, 1964). Sucesivamente, las tecnologías de reproducción del discurso –la escritura, la imprenta, la radio, la TV, Internet- han estimulado de diversas maneras la pregunta por el sentido de palabras desgajadas de una situación de enunciación empíricamente compartida por enunciador y destinatario, y la inquietud por el impacto de las nuevas formas de circulación del conocimiento y la

información. La abundancia de bibliografía en este campo resulta prácticamente inabarcable y se caracteriza por una proliferación veloz e incesante. Por eso, he decidido seleccionar algunos autores cuyas perspectivas resultan representativas de los ejes centrales del debate contemporáneo en el tema.

La web 2.0⁴¹ (O'Reilly, 2005) está transformando todas las esferas de la vida social a un ritmo mucho más veloz que sus antecesoras y por eso se desencadenan debates, ilusiones y temores cuya intensidad parece ser proporcional a esa vorágine. Carlos Scolari (2008) realiza un amplio rastreo de los enfoques teóricos y analíticos sobre las nuevas tecnologías e indica, recuperando la tradicional dicotomía propuesta por Umberto Eco (1964), que:

“tanto los apocalípticos como los integrados tienen descendencia digital (...) En las últimas dos décadas los tecnoprofetos integrados, a contrapié de los predicadores de la posmodernidad, nos han saturado de grandes relatos donde confluyen las tres deidades de la modernidad: Tecnología, Progreso y Revolución.” (Scolari 2008:147)

En efecto, la crítica de Scolari subraya la debilidad – y abundancia- de textos que suelen prescindir de descripciones rigurosas y argumentan a partir de una casuística preseleccionada para ratificar una posición tomada *a priori*. En el caso de las TIC's, las ideas de accesibilidad, de un nuevo igualitarismo nacido de la posibilidad de emisión gratuita, ubicua y con visos de universalidad, la facilidad de generar redes, la inmediatez, etc. están asociadas a diversas profecías sobre los modos de participación social, asociatividad y control del manejo de la cosa pública que podrían nacer de la apropiación popular de las nuevas tecnologías⁴². El sociólogo Manuel Castells ha señalado al respecto:

⁴¹ El término *web 2.0* tuvo su origen en una sesión de discusión entre Tim O' Reiley y *Media Live International*, acerca de los efectos de la crisis de las empresas *.com*, ocurrida en 2001. En esa ocasión, Tim O' Reiley y Dale Dougherty sostuvieron que la red, lejos haber colapsado junto con las *.com*, era más fuerte que nunca y estaba adquiriendo una fisonomía nueva, a través del uso de nuevas aplicaciones, que abrían nuevas posibilidades de interactividad. Sin fronteras definidas, el concepto de *web 2.0* designa el conjunto de estos nuevos fenómenos. La transformación se ilustra en una serie de pasajes: de los sitios personales, a los blogs; de la publicación a la participación; de la *Enciclopedia Británica* online, a *Wikipedia*. Más allá de las polémicas que desató su imprecisión, un año más tarde el término se había impuesto, con más de 9 millones y medio de menciones en Google (O'Reilly, 2005). Susan Herring, por su parte, define el fenómeno como “Plataformas que se popularizaron en la primera década del siglo XXI y que incorporan contenidos generados por los usuarios e interacción social, a menudo en conjunto o como respuesta a estructuras y/o contenidos generados por los propios sitios” (Herring, 2012: 4).

⁴² También Verón (2013:278), ha señalado esta tendencia –históricamente recurrente- a proyectar sobre las tecnologías expectativas de transformación de las relaciones sociales y políticas. Sin

³Aprovechando este relativo vacío de investigaciones fiables, la ideología y el chismorreo han sesgado nuestra comprensión de esta dimensión fundamental de nuestras vidas, como suele ocurrir en los períodos de rápidos cambios sociales. A menudo se ha manifestado esta tergiversación en forma de profecías sobre el futuro, extrapolando de manera simplista las consecuencias sociales de las maravillas tecnológicas producidas por la ciencia y la ingeniería y, en otros casos, en forma de distopías críticas, denunciando los posibles efectos alienantes de Internet, antes incluso de conocerlos.” (Castells, 2001:17)

Es por esto que el sociólogo español viene dedicando numerosos trabajos - fundamentalmente, la monumental investigación presentada en los tres volúmenes de *La era de la información* (1999)- a producir información sistemática y confiable, basada en investigaciones empíricas rigurosas. En el conjunto de su obra reciente, Castells (2001, 2006, 2009 y 2011) enfatiza la radicalidad de las transformaciones sociales, económicas y culturales, desencadenada por la revolución de las telecomunicaciones. Fundamentalmente, el autor se centra en lo que podríamos llamar una sociología de las comunicaciones (consumos, nuevas prácticas, impacto sobre la producción, sobre las estructuras comunitarias y sobre las funciones de los estados nacionales en el marco de la globalización, estructuras de propiedad de las grandes multinacionales de la comunicación, etc.). En ese contexto, Castells acuña el concepto de “sociedad red” para subrayar su convicción de que el funcionamiento en una red flexible es la clave que caracteriza a la sociedad contemporánea:

“...al igual que las nuevas tecnologías de generación y distribución de energía permitieron que la fábrica y la gran empresa se establecieran como las bases organizativas de la sociedad industrial, Internet constituye actualmente, la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información: la red. (Internet) se convirtió en la palanca de la transición hacia una nueva forma de sociedad: la sociedad red” (Castells, 2001:15)

Para ejemplificar esas perspectivas que podríamos llamar “del vaticinio”, me referiré a dos autores cuya obra ha tenido singular repercusión y que se pueden considerar como ejemplos de la mirada celebratoria y “apocalíptica”. Me refiero a los trabajos de Howard Rheinghold y Paul Virilio.

embargo, él considera que la especificidad del cambio no se encuentra en el concepto de red, sino en la transformación de las condiciones de accesibilidad. En sus palabras: “en lo que hace a Internet como dispositivo su especificidad no está expresada en la última w (*web*) sino en las dos primeras (*world wide*). El emergente es, entonces, el alcance, el campo de aplicación y no el concepto.”

Como es sabido Rheingold (2002) acuñó la expresión “multitudes inteligentes”⁴³ para dar cuenta de los nuevos tipos de participación social derivados del uso de las nuevas tecnologías. El concepto, emparentado con la idea de “inteligencia colectiva”, popularizado por Pierre Lévy (1997), es definido por Rheingold en los siguientes términos:

“Las ‘multitudes inteligentes’ son grupos de personas que emprenden movilizaciones colectivas – políticas, sociales, económicas- gracias a que un nuevo medio de comunicación posibilita otros modos de organización, a una escala novedosa, entre personas que hasta entonces no podían coordinar sus movimientos” (Rheingold, 2002:13).

Al describir este proceso de cambios, recoge testimonios de especialistas y empresarios considerados a la vanguardia en el campo de las telecomunicaciones (en particular en Sillycon Valley y el sudeste asiático) y pone el foco en una serie de experiencias de alto impacto político: las manifestaciones de Seattle, que forzaron la suspensión de la Conferencia de la Organización Mundial de Comercio en 1999, las protestas del 2001 en Manila, que determinaron la caída del Presidente Joseph Estrada, las movilizaciones posteriores al 11M en Madrid, que produjeron un sorpresivo vuelco electoral en los días siguientes. Sin desestimar los problemas que plantea la concentración económica en el campo de las comunicaciones y las consecuencias socioculturales negativas de la llamada “brecha digital”, Rheingold destaca las nuevas posibilidades que se abren para la acción colectiva a partir del uso de Internet. Todos los casos mencionados, han generado amplios debates sobre el papel fundamental de los nuevos medios como herramienta de organización de multitudes de individuos que, en la mayoría de los casos, no adscribían previamente a un colectivo común y tienden a dispersarse al variar la coyuntura que los nuclea⁴⁴.

⁴³ Este tipo de planteos acerca del carácter de las multitudes se inscribe en una larga tradición. Baste recordar los planteos de Freud en *Psicología de las masas y análisis del yo* (1921). Como es sabido, en este trabajo Freud parte de un análisis de las ideas de Le Bon. Resulta interesante contrastar con la perspectiva de Rheingold algunos aspectos clave de la distinción entre “masa” y “multitud”, las formas en que se considera en cada caso el rol de la organización del colectivo, su permanencia o fugacidad, la presencia/ausencia de la figura del “jefe” y, fundamentalmente, el papel que se asigna a la información y la afectividad en la cohesión del grupo. Al respecto, es importante destacar el análisis del tema que propone Ernesto Laclau (2005: 44 y siguientes)

⁴⁴ El trabajo de Rheingold fue muy difundido e inspiró muchos trabajos que intentan describir mediante el análisis de casos concretos los modos de funcionamiento de las multitudes inteligentes. Tal es el caso, por ejemplo, de artículo de Navarro y García Mantilla (2011) en el que estudian el tan mentado uso de las redes sociales y otras herramientas de Internet en las revueltas del Norte de África. Sin embargo, por poco que se profundice el tema, se hace visible que los factores que convergieron en aquellas rebeliones se vincularon fundamentalmente con movimientos de resistencia

Por otra parte, en el campo de quienes subrayan la cara oscura de este proceso, han adquirido especial notoriedad los trabajos de Paul Virilio (1995 a y b), un autor al que se le ha adjudicado – no sin motivo- una mirada catastrofista del escenario tecnológico. Virilio, que desde hace décadas trabaja sobre la problemática de la aceleración de las comunicaciones y, consecuentemente, de la vida social y política, enfatiza los aspectos amenazantes del nuevo escenario comunicativo, en particular, aquellos que atribuye a la dislocación espacio-temporal, que desorganiza el tiempo social:

“Existir es existir - in situ -, aquí y ahora, - *hic et nunc* -. Esto es precisamente lo que se está viendo amenazado por el ciberespacio y lo instantáneo, la información globalizada fluye, lo que hay delante es una distorsión de la realidad; es un shock, una conmoción mental, y este resultado debería interesarnos. ¿Por qué?: Porque nunca ningún progreso en una técnica ha sido llevado a cabo sin acercarse a sus aspectos negativos específicos. El aspecto negativo de estas autopistas de la información es precisamente esa pérdida de la orientación en lo que se refiere en la alteridad (el otro); es la perturbación en la relación con el otro y con el mundo”. (Virilio, 1995b)

Nada hay de arbitrario en el diagnóstico de Virilio, sin embargo, cuando proyecta ese panorama al futuro el sesgo catastrofista resulta la contracara de los augurios de mundos igualitarios nacidos de la era Internet. Por ejemplo, cuando afirma que “La dictadura de la velocidad al límite chocará cada vez más con la democracia representativa.”. (Virilio, *ibídem*)

Ante este panorama cargado de profecías, es oportuno recuperar la perspectiva de Raymond Williams (1983:169) cuando señalaba –en un tiempo en que las nuevas tecnologías apenas despuntaban en el horizonte- que los rumbos del desarrollo tecnológico –que las formas de apropiación por parte de los usuarios- no están dadas por las propiedades intrínsecas de una maquinaria, sino que “los experimentos técnicos se emprenden dentro de relaciones sociales y formas culturales ya existentes.” Esta afirmación vale tanto para su análisis de los orígenes y desarrollo de la radio como para sus reflexiones acerca del tipo de desarrollo que avizoraba para la comunicación satelital. Este último estaría condicionado por tres

de larga data. Las nuevas formas de comunicación resultaron una herramienta útil para la logística de la protesta, pero su rol resultó magnificado y, frecuentemente, se confundió la herramienta con la causa. Otro aporte interesante es la reciente investigación sobre ciberactivismo en América latina coordinado por Sorj y Fausto (2016).

tipos de factores: la presión corporativa, interesada en iniciar una nueva fase de incorporación al mercado afín a la demanda de nuevos aparatos domésticos; el interés en desarrollar formas de comunicación, producción cultural y comercio que trascendieran las fronteras nacionales y por último, el acceso a áreas “políticamente cerradas”⁴⁵, como era en aquel entonces la URSS y su área de influencia. Ninguno de estos factores obedece, evidentemente a determinaciones de la tecnología en cuestión sino a decisiones políticas y económicas. Por esa razón, Williams alerta, simultáneamente, contra los riesgos que derivan del determinismo tecnológico como de los que abrevan en el pesimismo cultural. Ambas perspectivas, a su juicio, simplifican excesivamente un escenario complejo y son un obstáculo para la cuestión que considera central: el entrelazamiento de los sistemas culturales con el desarrollo de la sociedad capitalista.

Tal entrelazamiento no se agota en los procesos de convergencia tecnológica y económica que enlaza plataformas y empresas (Becerra, 2014), fenómenos culturales y discursivos que suelen agruparse bajo el concepto de “transmedia” (Jenkins, 2006). En el ámbito hispanoamericano, Carlos Scolari (2009, 2013 y 2014) es uno de los principales referentes sobre el tema. Asimismo, su blog *Hipermediaciones* recorre el arco temático de las reflexiones teóricas y analíticas en torno a las cuales gira actualmente esta línea de debates. El concepto hace referencia a eventos comunicativos masivos (fundamentalmente en la gran industria cultural) en los que convergen soportes de diverso tipo (cine, merchandising, eventos, libros, blogs, redes sociales) que tienden a encadenarse, complementarse, superponerse y ramificarse⁴⁶. El concepto inicial fue traspolándose a otras esferas como el periodismo o el marketing y en menor medida, a la comunicación política.⁴⁷

⁴⁵ El autor se refiere al contexto previo a la caída del Muro de Berlín.

⁴⁶ Un indicio del creciente interés que despierta la comunicación transmedia en el campo académico el el último número de la revista *Icono*, a cargo de Abellan Hernández y Zamora (2016) dedicado enteramente al tema.

⁴⁷ Considero que la profusión de neologismos que se emplean para analizar la web, no siempre es proporcional al valor explicativo de estas nuevas fórmulas y que, frecuentemente, se refieren a fenómenos de vieja data reformulados en el contexto actual. En muchos casos, hay una secuencia cuyo primer eslabón es el señalamiento y denominación de una novedad y luego se la proyecta al pasado vinculándola con los que serían sus antecedentes o su arqueología. Es un gesto similar al que subrayaba Borges (1951) cuando decía que todo texto crea sus precursores. Como ejemplo de este fenómeno cito un fragmento tomado de un trabajo de *Transmedia archeology* (Scolari, Berletti y Freeman, 2014:2) “Si consideramos la narrativa transmedia como una experiencia caracterizada por la expansión de la narrativa a través de diferentes medios y, en muchos casos, por la participación de los usuarios en esa expansión, podríamos decir que no es un fenómeno nuevo. Ya en los años

En todo caso, una faceta interesante de la idea de transmedia es a mi criterio la conexión que se puede establecer entre esta idea y la noción de “postautonomía” que propone Josefina Ludmer (2012). Lo que Ludmer plantea pensando, fundamentalmente, en el campo de la literatura resulta provechoso para considerar los cambios en el status del discurso político a la luz de estas reflexiones. Dice Ludmer:

“el dispositivo **de la autonomía**: nación [identidades territoriales nacionales, editoriales nacionales], experimentación, modernización, **se desarticula** hoy. La postautonomía implicaría otro modo de producción del libro, otro modo de leer, **otro régimen de realidad o de ficción y otro régimen de sentido (...)** La postautonomía es un régimen conceptual, un régimen literario, un régimen económico, un régimen político, un régimen de ficción [o de realidad], un régimen de sentido y un régimen subjetivo. Exhibe el funcionamiento de la literatura en la era de los medios y de la industria de la lengua, cuando lo cultural y lo económico se fusionan y cuando los límites entre las esferas [lo literario, lo político, lo económico] se perturban porque se producen todo tipo de éxodos y fusiones.”

Como se verá en el capítulo 1.2, la especificidad del discurso político, si bien ha sido siempre problemática, queda aún más desdibujada en el universo que se despliega en las redes sociales donde la voz de personajes ficcionales, por ejemplo, es reproducida por notorias figuras políticas; las identidades de referencia resultan evanescentes e inciertas; los discursos institucionales, la información, la opinión, y el rumor conviven en pie de igualdad con el enunciado más banal, el panfleto, la invectiva y la sátira. Pero lo más notable en esta pérdida de autonomía es, a mi juicio, que se trata, frecuentemente de “hilachas” de discursos, que pueden ser ilegibles (esto es incomprensibles, inaceptables, carentes de interés) a menos que el lector pueda reconstruir una trama múltiple, cuyos fragmentos circulan en diversas formas de la red mediática e institucional. Estamos hoy en un escenario en el que, por un lado, el texto concreto no es legible de manera (relativamente) autónoma, como alguna vez lo fueron los textos doctrinarios de Juan Domingo Perón, el “Discurso para 20 millones de argentinos de Arturo Frondizi”, o el “Discurso de

~30 muchas narrativas populares / como Batman o Mickey Mouse/ fueron expandidas a otros medios (historieta, revistas, radio, etc.).” En efecto, lo transmedia es la versión tecnológica de formas culturales que tienen una larguísima tradición. Mucho antes, las campañas electorales nacionales incluían lo que hoy podría considerarse “transmedia”. La campaña presidencial de Julio A. Roca (1896), por citar un ejemplo, usó materiales tan diversos como la pintura al óleo (1896) *La ocupación militar del Río Negro por el Ejército Nacional el 25 de mayo de 1879* de Blanes (Amigo, 1996), los banquetes o las marquillas de cigarrillos con leyendas proselitistas que se conservan en el Museo Mitre de la Ciudad de Buenos Aires.

Parque Norte” de Raúl Alfonsín. Por otro, la “escena englobante” de la política se encuentra atravesada por discursos comerciales, informativos, de entretenimiento, de tal modo que las fronteras resultan muchas veces imposibles de trazar. No se trata de una diferencia estética o temática sino, como señala Ludmer, del ingreso en otro régimen de sentido.

De las profecías generales a los objetos particulares

En los últimos años, la tendencia a las proyecciones generalistas de neoapocalípticos y neointegrados, parece estar cediendo terreno a análisis específicos acerca de los modos de funcionar de la red y su influencia en diversos campos. El primer momento utópico del pensamiento sobre las nuevas tecnologías parece estar declinando.

En el plano internacional resulta interesante el trabajo pionero de Nick Amstead y Andrew Chadwick (2008) quienes comparan el uso de Internet por parte de los partidos políticos en Gran Bretaña y EEUU. La elección obedece a que, en ambos países, el nivel de conectividad era -en el momento del relevamiento- igualmente alto pero los niveles de impacto de tales dispositivos en las campañas electorales eran muy diferentes. Los autores demuestran que la mayor o menor disposición de los actores políticos a incursionar en el uso de las TIC no depende sólo de la conectividad sino que está íntimamente ligada a los niveles de organicidad de las estructuras partidarias (determinados por el tipo de vinculación con los simpatizantes/ afiliados; nivel de centralización, mecanismos de selección de candidatos, etc.). El sistema de partidos norteamericano tiene una estructura más laxa y menos centralizada y el mecanismo de selección de candidatos a través de las elecciones primarias abiertas no existe en Gran Bretaña. Esto permite que en el caso europeo exista un mayor control del proceso por parte de los partidos.

Por estas razones, Amstead y Chadwick afirman que, a mayor incertidumbre en el control de los afiliados o adherentes, mayor sería la permeabilidad del sistema político a experimentar con tecnologías innovadoras que exigen una menor inversión de tiempo o dinero⁴⁸.

⁴⁸ Tal minimización de los costos también debe ser relativizada, según lo que señalan tanto consultores locales (entrevista a Juan Belbis) como la bibliografía especializada. En su primera campaña presidencial, por ejemplo, Barack Obama contrató a Chris Hughes, uno de los fundadores

En definitiva, concluyen los autores, el problema de la incorporación de estas herramientas responde en primer término a cuestiones de tradiciones políticas y culturales y la difundida afirmación que señala que “una vez que la penetración de Internet alcanza cierta masa crítica – cualquiera que sea- un decisivo impacto político deviene inevitable” no se sustenta en la investigación empírica comparativa.

Resulta asimismo interesante, en el plano local –aunque interconectado con una red internacional de investigadores, la producción rica y diversa del grupo “Proyecto Facebook”, nacido en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA y dirigido por Alejandro Piscitelli. La idea que orienta este conjunto de trabajos es avanzar en una suerte de proyecto de investigación-acción que articula la reflexión teórica con los usos prácticos de la plataforma. No se trata de trabajar *sobre* Facebook sino también *en y desde* Facebook. Destaco, en este grupo, el trabajo de López y Ciuffoli (2014) en el que se analizan las características formales, los usos y las mutaciones que ha sufrido la plataforma.

Más recientemente, en una línea de trabajo que se funda en el procesamiento de grandes volúmenes textuales, Calvo (2015) propone un análisis del debate sobre el caso Nisman en Twitter. Valiéndose de programas que le permiten establecer afinidades y presentar mapas conceptuales, Calvo comprueba que, en la plataforma de microblogging, existe una fuerte segregación informativa que favorece la polarización. El análisis de las actividades de los usuarios que se lleva a cabo desde la empresa se emplea para ofrecer contenidos afines a los que cada uno de ellos marca como favorito o retuitea. Por lo tanto, los usuarios se ven saturados de información que resulta consistente con sus posturas políticas previas y, de este modo, tienden a ratificarlas y fortalecerlas. A la hora de intervenir tienden, por lo tanto, a situarse en un régimen de emoción y un sistema de creencias coherente con el marco de referencias que usuario y plataforma coproducen y reproducen. Este tipo de hallazgos contribuye – si hiciera falta- a dar por tierra con las expectativas del momento utópico, referidas al funcionamiento de las redes como un ámbito de debate e intercambio público más abierto e igualitario.

de Facebook, para que diseñara su plataforma virtual. (da Empoli, 2008). Por otra parte, la tendencia a derivar la gestión de las redes en especialistas ha avanzado enormemente desde el momento en que Amstead y Chadwick hicieron este planteo.

En síntesis, de la lectura de la literatura crítica referida al impacto de las nuevas tecnologías sobre la comunicación política, me inclino a privilegiar aquellas perspectivas que, al estudiar el intenso impacto sociocultural de los cambios tecnológicos, toman distancia de la idea de determinismo tecnológico y evitan proyectar los cambios a utopías o distopías globales. Por el contrario, valoro especialmente la línea de trabajos que enfatizan la necesidad de producir análisis específicos que permitan conocer los múltiples modos en que tales cambios se articulan con las tradiciones políticas y culturales de cada sociedad. Creo además que este tipo de abordajes, por variados que sean, tienen una validez menos efímera. Mientras las miradas de corte más general y profético tienden a quedar rápidamente obsoletas frente a los cambios permanentes que debilitan cualquier profecía, los análisis específicos de un tipo de fenómeno documentan un estado de la red, sus usos sociales, sus efectos y sus transformaciones.

1.1.2. Aportes correspondientes al análisis de la crisis de las tradiciones políticas y de la emergencia de nuevas modalidades de participación

En este apartado me referiré a los trabajos que consideran el vínculo entre comunicación y política poniendo el acento en los aspectos específicamente políticos de la cuestión y al modo en que el creciente protagonismo de las tecnologías de la comunicación se liga a los cambios en los modos de representación política.

Existe un amplio acuerdo acerca de que, desde las últimas décadas del siglo pasado, el vínculo que liga comunicación y política ha entrado en un proceso de cambios profundos, indisociables de la acelerada transformación que sufren los dos polos de la relación: el sistema de medios y el sistema de partidos e instituciones del Estado. Este proceso ha generado en el campo de las ciencias sociales un renovado interés por el debate acerca de las características y formas de funcionamiento del espacio público (Chaput, 2006). Tempranamente, el analista italiano Giorgio Grossi, condensaba la evolución de ese vínculo indicando que:

“actualmente la vieja fórmula de la *centralidad política de las comunicaciones de masas*, lanzada por algunos sociólogos y políticos en la primera mitad de los años '70, debe ser sustituida por esta otra: la de la *centralidad comunicativa de la política*.” (Grossi, 1983:147)

Tal "cambio de fórmula" se refiere al hecho de que en las sociedades complejas, propias del capitalismo postindustrial, los procesos informativos ya no se pueden considerar "instrumentos colaterales, sino verdaderas infraestructuras funcionales de la actividad política" (Grossi, *ibidem*). Evidentemente, desde que se postuló aquel diagnóstico, la profundización del cambio se ha vuelto cada vez más vertiginosa y, paralelamente, se ha generalizado un panorama de crisis de las estructuras e identidades tradicionales del campo político.

Alain Touraine (1989) explica este proceso señalando que, históricamente, la tradición de la política occidental se organizó en base a dos grandes ejes en torno a los cuales se definían las posturas políticas: la *nación* y la *clase*:

"Los políticos estaban al servicio de una nación o de una clase. Nación y clase tenían un valor general, es decir la mayoría de los problemas se consideraban 'frentes' en los que debían defenderse los intereses generales de una clase o de una nación, ya se tratase de educación, urbanismo o incluso de religión" (Touraine, 1989:47).

Estas dos nociones tradicionales atraviesan una larga crisis, derivada de los cambios en el modo de producción y del proceso de globalización. En consecuencia, "los fundamentos mismos de la representación política se hallan socavados". La noción de clase tiende a desarticularse en la medida en que "ningún grupo aparece como portador de los intereses generales". Los grupos de interés se multiplican y sus luchas -en particular las luchas gremiales- han perdido valor ejemplar. Consecuentemente, ha disminuido el correlato entre pertenencia social e identidad partidaria.

Como la mayoría de los analistas, Touraine subraya la preeminencia de los sondeos de opinión y las demandas fragmentadas (derechos humanos, medioambiente, cuestiones de género) cuyos voceros no necesariamente pertenecen a las estructuras partidarias.

En estas circunstancias, la comunicación política se instala en el centro de la escena desplazando las estructuras y discursividades tradicionales del campo de la política:

"Si la comunicación política va creciendo en importancia es porque la política ya no impone principio alguno de integración o de unificación al conjunto de las experiencias sociales y porque la vida pública invade por todas partes la acción política (...) No existe evolución general de la representación política hacia la comunicación política o viceversa sino una discontinuidad entre formas de la vida pública dominadas por el tema de la representación y otras dominadas por la comunicación".⁴⁹ (Touraine, *op.cit.*)

⁴⁹ En una línea argumentativa semejante, Oscar Landi (1992:96) señalaba, refiriéndose al escenario político y comunicativo de aquel momento, que en tiempos de profunda crisis social y económica, los

Por su parte, el jurista y político italiano Stefano Rodotà (1997) señala la complejidad y cantidad de matices que es necesario considerar acerca de las transformaciones de la comunicación política. La pregunta central de su trabajo se refiere al tipo de democracia que derivará de la llamada “tecnopolítica” (concepto en el que incluye tanto el impacto de los cambios en la comunicación televisiva como el derivado de los usos de Internet (aún incipientes cuando Rodotà elaboró este trabajo).

En términos estrictamente políticos, Rodotà polemiza con quienes argumentan a favor de la neutralidad de los soportes tecnológicos y afirma que “existen efectos que se producen por el sólo hecho de usar determinada tecnología” (Rodotà, 1997; 45). Por lo tanto, considera que los cambios sociales y comunicativos determinarán un reacomodamiento de las formas de la democracia y, por lo tanto, es fundamental preguntarse qué tipo de ciudadanía y de vínculos sociales se tramarán en este nuevo escenario y de qué manera puede el sistema político orientar ese proceso para que el cambio dé lugar a una democracia más plena y participativa.

Si bien Rodotà celebra muchos de los aportes de las nuevas tecnologías, como los canales de participación y gestión a nivel de los municipios, también toma distancia frente a quienes consideran que se abre una etapa caracterizada por la democracia directa, como “ideal finalmente alcanzable”. La diferencia fundamental es que tanto la democracia directa como la democracia representativa suponen una participación “intermitente”, es decir, sujeta a una periodización preestablecida y, por lo tanto, ambas ofrecen plazos de difusión de argumentos y debate. Por el contrario, el jurista italiano considera que la característica saliente de la “tecnopolítica” es que estamos ante una suerte de “democracia continua” (cuya contrapartida es la “campaña

sujetos de acción colectiva (partidos, sindicatos, movimientos sociales) tienden a desestructurarse, “Es entonces cuando los medios tienden a llenar las brechas entre la gente y los partidos. De tal modo, se expanden por su proliferación tecnológica permanente y por asumir funciones antes privativas de los partidos y las corporaciones sindicales, empresarias o militares.” (Landi Op. Cit.:114) Sin embargo añade Landi, la función política de la televisión es ambigua y compleja, ya que al operar fundamentalmente sobre los ciudadanos “indecisos” “puede ser valorado como un síntoma de mayor autonomía racional e independencia del votante en el espacio público o como una base de maniobra dócil para la manipulación electoral”(Landi, op.cit.:118). Desde la práctica política, Julio Raffo señalaba en la entrevista que mantuve con él que nota “que se ha banalizado el discurso político, por lo menos el de mi generación. Se abandonaron los instrumentos teóricos pero no fueron reemplazados por otros instrumentos más finos.”.

permanente”), en la que, eventualmente, la participación es posible desde cualquier momento y desde cualquier lugar.

Rodotà alerta sobre el riesgo de que, al calor de la inmediatez y en un escenario en el que el protagonismo de la comunicación política se conjuga con el declive de las viejas mediaciones, se marche hacia formas una democracia plebiscitaria, que reduce la participación a mera aclamación, en la que formas de consenso distorsionado se usen para legitimar con una pátina democrática decisiones autoritarias, producto de procesos a los que los ciudadanos son totalmente ajenos.

En este sentido, centra sus críticas en fenómenos populistas ligados de manera más o menos directa a la democracia electrónica: en particular, el súbito protagonismo de Ross Perot en Estados Unidos y el fenómeno mediático-político de Berlusconi en Italia.⁵⁰

En una línea argumentativa similar, el sociólogo Dominique Boullier (2008:78) coincide en que el horizonte de la democracia directa resulta “tentador” en el escenario de posibilidades que abre la tecnología disponible. Sin embargo, señala que “es importante considerar que la voluntad colectiva no funciona como la simple suma de todos los votos, si el tiempo no ha permitido madurar esa voluntad” ya que la tecnología, por si misma, “no define una ciudadanía ni una comunidad”.

Verón (1997b, 2008 y 2014 entre otros) también analiza el fenómeno de debilitamiento de las identidades políticas y su vínculo con el proceso de mediatización. A su criterio, la creciente autonomización del sistema político y la economía desde las últimas décadas del siglo XX debilitaron identidades que se

⁵⁰Rodotà (1997) plantea un cierto paralelismo entre los mecanismos de ascenso políticos de Ross Perot y Silvio Berlusconi. Perot se presentó como candidato independiente en los comicios presidenciales de 1992. En el caso italiano, “el ascenso de Berlusconi tiene como primera causa la disolución del viejo sistema político y su capacidad para presentarse como el representante de una sociedad civil diferente y diversa de la vieja clase política. Sin embargo, esta explicación específica debe estar acompañada por el cuidadoso examen del hecho de enfrentarse a un sujeto ‘producido’ y legitimado por las formas típicas de la sociedad de la nueva comunicación. (...) Sin el previo surgimiento del ‘sujeto Berlusconi’ en el universo informativo que él posee y define no habría sido posible pensar la creación desde la nada de un movimiento político y, sobre todo, habría faltado la legitimación para desarrollar aquella tarea de mediación y de unificación de diversas fuerzas políticas que no estaban al alcance de los exponentes de la vieja capa política, y que se halla en la base de su éxito electoral” (Rodotà,1997:31). En la elección legislativa de 2013, en la ciudad de Buenos Aires, surgió el denominado “Partido de la red” que actualiza buena parte de las preguntas que hace más de diez años planteaba Rodotà. El lema de este grupo, de existencia puramente virtual pregona: “Nuestros legisladores votarán de acuerdo a lo que todos decidamos en una plataforma online.”, por lo cual se consideran eximidos de cualquier programa o declaración de principios que exceda el del mecanismo de votación.” Más allá de su escasa repercusión electoral, harto previsible, el caso generó algunos debates interesantes acerca de los límites de este tipo de propuestas. Un ejemplo en <http://www.eblog.com.ar/20120/sobre-el-partido-de-la-red/>

habían constituido en torno a la gestión de la economía. Tal debilitamiento es visible en el número creciente de indecisos que arrojan los sondeos de opinión y en la reducción del número de votantes. A esto se suma el debilitamiento, en el campo de los medios, de la comunicación orientada al “gran público” a favor de una comunicación segmentada y centrada en el corto plazo, cuyo eje es el marketing dirigido. La confluencia entre medios y política propia de las sociedades mediatizadas coloca la comunicación política bajo la lógica del marketing y el corto plazo, lo cual profundiza, a criterio del autor, la crisis de legitimidad del campo político y produce una pérdida de especificidad del campo ya que la lógica del marketing es incapaz de sostener una estructura argumentativa a largo plazo (es decir, asociada a un proyecto colectivo) y tiende a privilegiar a los indecisos (y, por lo tanto a difuminar la identidad del colectivo de pertenencia tanto como la del adversario). Verón (1997:9) redefine su idea de mediatización en términos que (a primera vista) resultan radicalizados y provocadores “el término mediatización no designa otra cosa que el cambio social en las sociedades post industriales”. Tal definición no implica, sin embargo, forma alguna de logocentrismo, sino que, por el contrario, se funda en la concepción ampliada (Cfr. Introducción, punto 5. 2.) tanto de los signos – todo aquello que produce sentido, incluido el sistema institucional- como de los medios ~~de~~ *mediáticos*, consisten en la exteriorización de los procesos mentales bajo la forma de dispositivos materiales” (Verón, 2015:15). Esto es decir que los cambios en la producción, circulación y reconocimiento del sentido son inescindibles de los procesos de cambio social. Evidentemente, estos procesos generan tensiones crecientes entre los sistemas políticos y los sistemas de medios masivos (cuyo control tiende a concentrarse crecientemente).

Como muestra este recorrido, la confluencia del sistema comunicativo y el sistema político es un fenómeno de alcance internacional, que asume rasgos específicos en las diversas culturas políticas. En el caso argentino, Isidoro Cheresky (2008) revisa las formas en que se ha estructurado históricamente la esfera pública en nuestro país. Al referirse al “estado de opinión” característico de los últimos años, subraya el pasaje de un escenario de pertenencias inclusivas a uno en el que

predomina la fragmentación de las identidades políticas y sociales⁵¹. Entre las causas de este cambio, Cheresky privilegia dos tipos de factores:

- cambios jurídicos y tecnológicos que transformaron el mundo del trabajo y debilitaron las identidades corporativas que habían sido ejes de la esfera pública en la etapa anterior.
- cambios asociados a la revolución de las comunicaciones que favorecen la creación de vínculos virtuales y deslocalizados y formas de ejercicio de la ciudadanía caracterizadas por la fragmentación, la movilización directa (en ocasiones, bajo la forma de estallidos), una creciente autonomía con respecto a las estructuras partidarias e institucionales y una marcada capacidad para establecer vínculos con los medios de comunicación, como fuente de visibilidad y difusión de sus reclamos.

En ese contexto, añade el autor, los medios pasan a ser el ámbito de legitimación tanto de la dirigencia partidaria tradicional como de figuras asociadas a reclamos puntuales o sectoriales (jueces, empresarios, gremialistas etc.). La ciudadanía, considerada como “opinión pública”, por su parte, se hace visible bajo dos facetas: como audiencia de los medios y como representación producida por las encuestas.

En síntesis, diversos autores reconocen un paralelismo entre cierta hipertrofia del rol político de los medios y la crisis de representación del sistema de partidos, en el que incide un complejo sistema de motivaciones que acentúa diversos elementos en cada sociedad. En nuestro país, este escenario se agudizó a partir de la crisis de 2001. Los sistemas de alianzas electorales, disociados de las ya laxas “gramáticas ideológicas” de los partidos tradicionales, hoy fragmentados y en procesos de recomposición permanente, son un indicio notorio de este fenómeno. Por otra parte, el prolongado conflicto en torno a la ley de medios que se abrió a partir de 2008 es

⁵¹ Considero estimulante el breve ensayo referido al desarrollo de esta problemática en Argentina contemporánea que propone Gerardo Scherlis (2015 b). Con respecto al sistema de partidos Scherlis afirma que “las grandes estructuras partidarias argentinas han sido, al menos durante las últimas décadas, maquinarias electorales fundamentalmente orientadas a ganar elecciones, exigencia necesaria para garantizar su acceso a las estructuras estatales que posibilitan su reproducción. Contra lo que a veces se cree, ni el peronismo ni el radicalismo suponen ya identidades extendidas en la sociedad (una reciente encuesta de Jacobbe, por ejemplo, muestra que alrededor de un 13% de argentinos se identifica como peronista y cerca de un 6% como radical, números aún importantes para los tiempos que corren, pero que están lejos de garantizar triunfos electorales). Lo notable de estas fuerzas es que su repliegue en términos de identidad social fue acompañado por un afianzamiento en el poder institucional.”

otro indicador de las tensiones mencionadas.⁵² Además de los factores coyunturales que alimentaron ese conflicto a nivel local, la pugna entre sistema político y sistemas de medios está relacionada con el avance de estos últimos sobre funciones de altísimo valor estratégico, tradicionalmente gestionadas desde el aparato partidario -desde la incidencia sobre la agenda de los debates públicos hasta el control de la visibilidad y la privacidad de los dirigentes políticos-.

Asimismo, es sabido que, de manera creciente, los criterios de selección de candidatos y las estrategias discursivas de las fuerzas en competencia se elaboran teniendo en cuenta las posibilidades de circulación exitosa en la arena mediática que tienen los diferentes postulantes (Grandi, 2002; Rodotà, 1997) con una autonomía creciente con respecto a cualquier tipo de invocación doctrinaria⁵³.

En tal sentido, es necesario considerar otro factor que ha adquirido un protagonismo creciente en el campo político: las encuestas de opinión. Vommaro (2008), al analizar la evolución que han tenido estas herramientas desde 1983, sus usos públicos y sus vínculos con la mediatización de la política, señala:

“Desde el momento en que como actor colectivo los expertos pasan a ser parte del juego político (...) tienden a defender la importancia de las herramientas de

⁵² En un contexto en el que los partidos opositores carecen de liderazgos nítidos y propuestas convocantes, el multimedio *Clarín* pasó a ser el principal blanco polémico del gobierno. Jugando con la sigla de la emisora de TV por cable del grupo (TM), desde el gobierno liderado por Cristina F. de Kirchner se lo denominaba irónicamente “Todo negativo”, en referencia a la mirada fuertemente crítica con que los medios del Grupo tienden a evaluar la gestión. El conflicto tendió a exacerbarse, fundamentalmente a partir del debate de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La larga controversia judicial en torno a la constitucionalidad de algunos puntos de la ley dio lugar a fuertes cruces -de carácter público- entre el Poder Ejecutivo y el Poder Judicial. En octubre de 2013, la Corte Suprema de Justicia falló a favor de la constitucionalidad de la Ley y el Grupo Clarín presentó un plan de adecuación, destinado a ajustarse a las exigencias que la norma establece. Con el cambio de gobierno ocurrido a fines de 2015, el conflicto parece haber entrado en una nueva fase, a partir de la intervención y el rediseño de los organismos reguladores y de la voluntad manifiesta de introducir cambios en la mencionada Ley.

⁵³ El siguiente texto -dedicado a declaraciones de dirigentes por entonces nucleados en un frente opositor- es un indicio de la devaluación que en las formaciones políticas tienen los despliegues doctrinarios. El empleo del término “preideológico” es una especie de pantalla que permite aludir el debate sobre ese vacío: “La Dra. Carrió ha señalado que *no cree* en las ideologías y pero sí en lo ‘pre-ideológico’. Martín Lousteau sostuvo que *cree* en las ideologías pero que Argentina está en una etapa pre-ideológica y que hay problemas actuales que son pre-ideológicos señalando como ejemplo: inseguridad, corrupción e inflación. El Presidente del radicalismo Ernesto Sanz también sostuvo que *cree* en las ideologías y se auto proclamó socialdemócrata, pero agregó, para defender a la líder de la Coalición cívica, que ‘hay un compromiso pre-ideológico para formar parte de un Frente’ concerniente a una cuestión ‘ética, de conducta y de valores republicanos, que es un referente ineludible.’ (A. Mosquera en Revista *La Barraca*, 16 de abril de 2014). Ninguno de ellos define lo “preideológico” que resulta, a las claras, una categoría teóricamente insostenible pero políticamente útil.

producción de significados de las que son portadores –que traen científicamente la voz de la gente o de “los mercados”– y así a reproducir las condiciones de existencia del juego mismo y de la importancia de esas “técnicas de interpretación” para todos los actores que luchan en él”. (Vommaro,2008:150)

En efecto, en las sociedades mediatizadas, el sector de los expertos – “encuestadores” y analistas políticos⁵⁴ y el sistema de medios gerencian, al menos parcialmente, con buena o mala fe, la imagen pública de dirigentes y gobiernos. El control y la orientación de ese gerenciamiento originan, evidentemente, fuertes alianzas y disputas intensas entre dirigentes, medios, periodistas y consultores.

El impacto creciente de las redes sociales y el microblogging se vincula con los fenómenos descritos previamente. La intervención de figuras políticas del gobierno nacional en polémicas coyunturales a través de las redes sociales se intensificó cuando el clima de hostilidad existente entre el gobierno nacional y una parte importante de la prensa tradicional sirvió de impulso para la búsqueda de canales alternativos.

A ello se añade el hecho de que las formas discursivas de las redes, más afines a enunciadores individuales, establecen una fuerte sintonía entre los atributos del medio, una cultura política marcada por el personalismo y un sistema de partidos profundamente resquebrajado.

Al conversar sobre el tema, Jesús Rodríguez señalaba que

“...al ser mucho más personalizado, este tipo de comunicación conspira contra la institución. Está relacionado con la crisis de la política global y de la representación; la crisis está, pero se amplifica por el uso de las nuevas tecnologías que favorecen el surgimiento de líderes ‘autónomos’.”

Otro aspecto que reaparece en las entrevistas mantenidas con dirigentes políticos es la idea de contacto directo con los ciudadanos, prescindente de las mediaciones tradicionales (y sus eventuales “distorsiones”)⁵⁵:

⁵⁴ “Los expertos son así, a la vez, encuestadores y analistas. Esta doble tarea y esta doble posición son al mismo tiempo una jerarquía y una tensión. Jerarquía porque en el juego de la comunicación política y en la relación con los dirigentes partidarios y con los periodistas, los expertos no quieren ser sólo portadores de datos, sino que se muestran también como intérpretes autónomos de la realidad de la gente, en tanto que la primera posición les asigna una función auxiliar en el campo político y en la producción periodística de los acontecimientos.” (Vommaro, 2008)

⁵⁵ A modo de ejemplo, las elecciones de 2015 en la Ciudad de Buenos alcanzó el segundo lugar Martín Lousteau, integrante de un frente formado por varios partidos. Sin embargo, Lousteau no pertenece, de manera explícita, a ninguno de ellos.

“El mayor potencial de las nuevas tecnologías es permitir un diálogo directo, sin intermediarios, entre la ciudadanía y las personas que ocupamos cargos electivos. Este vínculo, aunque fundamental para la democracia, se había visto desfigurado con el avance de los medios masivos de comunicación. Las nuevas tecnologías vuelven a fomentar el diálogo uno a uno y promueven un ámbito de intercambio horizontal entre ciudadanos y dirigentes.” (Entrevista mantenida con Daniel Filmus)

La visión expuesta por el entonces senador Filmus abreva en la difundida – y promocionada- percepción de las redes como espacio de comunicación “uno a uno” que se produciría una vez caída la mediación “espuria” de los medios tradicionales. Sin embargo, tal mirada contrasta con las prácticas efectivas que señalaré al analizar el corpus. En la mayoría de los casos, los políticos recurren a la extendida práctica de derivar el uso de las redes en equipos técnicos y evitar la interacción con usuarios desconocidos. La productividad política de la utopía de la comunicación directa, sin embargo, no está en absoluto agotada. Una huella de esta productividad es el empleo de escenografías conversacionales que sirven a una representación ficcional de la cercanía y la inmediatez. Volveré sobre estos temas al desplegar el análisis del corpus.

A modo de síntesis, creo pertinente destacar el acento que pone la mayor parte de los autores relevados, en el entrelazamiento de los procesos de crisis y redefinición de las mediaciones tradicionales y la creciente centralidad de los procesos comunicativos. En segundo lugar, el rechazo de toda causalidad lineal entre ambas instancias así como de las evaluaciones radicales basadas en la sorpresa o la nostalgia que prescindan de un relevamiento sistemático de los fenómenos que celebran o vituperan. La transformación en curso es una trama compleja que se vincula tanto con las nuevas posibilidades que ofrecen los dispositivos tecnológicos como con procesos políticos y sociales: el advenimiento de la sociedad post industrial, los fenómenos ligados a la globalización económica, el auge de los personalismos, la segmentación de las audiencias, las herramientas del marketing político y el protagonismo de los sondeos de opinión por sólo citar los más relevantes.

I. 1.3. Aportes correspondientes al análisis de los discursos digitales

En los últimos años han surgido numerosas publicaciones que buscan dar cuenta de los fenómenos discursivos propios de los géneros web⁵⁶. Al tratarse de un campo en pleno desarrollo, resulta poco viable pretender dar una visión exhaustiva. Presentaré una muestra que considero representativa, tratando de ofrecer un panorama amplio de los avances que se están produciendo desde diferentes geografías y desde enfoques metodológicos diversos.

Si bien la problemática de Internet estaba presente desde mucho antes en el debate de otras disciplinas, es a mediados de la primera década del siglo cuando comienza a delinearse como campo específico de problemas en el área de la semiótica y el análisis del discurso. En el ámbito del discurso político esto es especialmente notorio, ya que es en esos años cuando el uso político de Internet adquiere un desarrollo más intenso.

Entre los pioneros en este tipo de trabajos se destacan los números dedicados por dos revistas académicas prestigiosas: el número 5 de la *Revista de Signis*, órgano oficial de la Federación Latinoamericana de Semiótica, publicado en 2003, y coordinado por Carlos Scolari y Rafael del Villar- titulado *Corpus Digitales. Semióticas del mundo digital* y el número 80 de la revista *Mots. Les langages du politique*, publicado en 2006 bajo el título *La politique mise au net*.

En el caso de la publicación hispanoamericana, la selección de textos corresponde a un objetivo amplio que se formula en la introducción: comenzar a delimitar un campo y plantear los principales desafíos de la semiótica ante la emergencia de un nuevo tipo de objetos, cuyos rasgos formales, condiciones de producción, circulación y de recepción reclamaban nuevas estrategias de exploración. En el texto introductorio, Scolari y del Villar (2004:19) sintetizaban, a la vez, el recorrido propuesto en el volumen y los desafíos de la disciplina ante el nuevo horizonte de problemas:

⁵⁶ La necesidad de circunscribir el problema hace que me limite aquí a los trabajos específicamente orientados a la problemática del discurso en internet. El campo del análisis del discurso político rebasa ampliamente esa categoría. En nuestro país, los estudios del discurso tienen una enorme vitalidad y articulan los trabajos de investigadores provenientes de las ciencias del lenguaje, las ciencias sociales y la semiótica. Sin duda, el trabajo que desarrollo en estas páginas dialoga con esas corrientes.

“La semiótica pone a prueba sus métodos y categorías de análisis, a la vez que cumple la función de sintetizar saberes ya adquiridos. En un territorio explorado especialmente por la ciencias cognitivas, el desarrollo de una mirada semiótica sobre las interfaces y los procesos de interacción ha significado rehacer los mapas intelectivos sobre el problema, definiendo nuevos contornos y regiones”

Por su parte, la publicación francesa recorta una problemática más específicamente vinculada al objeto de esta tesis y aborda tres ejes temáticos: las renovación de estrategias discursivas de los partidos políticos al incursionar en los formatos digitales, el problema de la proliferación de discursos racistas amparados en la relativa impunidad que ofrece la web y el análisis de prácticas participativas. Si bien el escenario de los géneros en boga ha cambiado desde la publicación y los blogs o los foros han cedido protagonismo frente a otros géneros, los aportes de varios artículos siguen vigentes ya que ofrecen herramientas adecuadas para reflexionar sobre textos multimodales como Facebook y Twitter.

Tal es el caso del trabajo de Bonhomme y Stalder (2006), por ejemplo, acerca de las páginas de inicio de los partidos políticos suizos. Los autores caracterizan las páginas de inicio como micro géneros cuya materia está constituida por iconotextos, es decir, por un ensamble en el que la palabra, la imagen y el paratexto significan a través de un conjunto de remisiones mutuas. Analizan, asimismo, las estrategias destinadas a implicar al lector y retenerlo, en un escenario que es, por definición, fugaz. Encuestas, foros, casillas de e-mail son algunos de los espacios en los que el internauta puede tomar la palabra; interpelaciones que orientan la navegación, solicitan algún tipo de adhesión –afiliación, donaciones, firmas- o proponen consignas que orientan la interpretación de la coyuntura política. El dispositivo que permite y orienta la navegación está, por lo tanto, fuertemente anclado en el orden del contacto⁵⁷: a través de la barra de menús o de recuadros, íconos, variaciones de color o recursos tipográficos, que ordenan los temas, solicitan acciones, o remiten a distintos niveles de la vida partidaria. La presencia de las marcas identitarias (colores del partido presentes en fondos, fotografías, tipografía, menús laterales, etc.) suele seguir parámetros relativamente homogéneos que “iconizan” el conjunto generando un efecto unificador.

⁵⁷ Este tipo de recursos han sido abundantemente analizados en los medios gráficos y la TV: “Desde el punto de vista del sujeto, la materia privilegiada del orden indicial es el cuerpo: alto/bajo, delante/detrás, fuera/dentro, aquí/ allá son reenvíos indiciales. El cuerpo significante se constituye en una serie de reenvíos metonímicos.” (Verón, 1985 b:18).

En el mismo número de la revista, el trabajo de Viviane Sefarty (2006), referido a los blogs políticos en las campaña estadounidense de 2005 ofrece observaciones productivas acerca de las particularidades que adquiere la trama intertextual en los discursos políticos online. En efecto, los enlaces hipertextuales, afirma Sefarty, introducen un elemento de discontinuidad y heterogeneidad que instala una relación antagónica en el corazón del dispositivo. Los enlaces y los comentarios de los lectores hacen que cualquier “unidad de tono” se vea resquebrajada y tensionada por otras voces⁵⁸. Si esto no es en absoluto privativo de los discursos políticos, es evidente que en estos espacios adquiere otro valor –en particular, en el marco de una campaña electoral, cuando el control sobre los mensajes que se emiten es una preocupación central de los estrategas.⁵⁹

Finalmente, el volumen incluye un trabajo de Michel Marcoccia sobre los foros políticos en las páginas de los partidos políticos franceses, en el que se analiza cómo los modos de encuadrar el debate, el formato de participación y el estilo propuestos reenvían a diferentes modelos de discusión política y contribuyen a la construcción del perfil de cada fuerza política según se ponga el acento en la diversidad (*Union pour un Mouvement Populaire-UMP*), en la construcción participativa (*Union pour la démocratie française-UDF*) o en la coherencia cultural (*Jeunes Militants Verts- JV*).

Más recientemente, han aparecido artículos de Dominique Maingueneau (2010 y 2013), en los que el autor articula su visión de los géneros discursivos con los rasgos de los géneros propios de la web. Algunos de los aspectos centrales de su propuesta serán tratados más adelante.

⁵⁸ Los conceptos de polifonía e intertexto serán recurrentes a lo largo de esta tesis. Como es sabido, ambos corresponden a la tradición bajtiniana, si bien el segundo término fue acuñado por Julia Kristeva, en su trabajo de difusión de la obra del grupo. La productividad de estas nociones hace que sean retomadas desde líneas teóricas variadas. Norman Fairclough (1992), uno de los referentes del análisis crítico del discurso, los emplea para desarrollar una hipótesis interesante acerca del tratamiento que dan los medios a textos y figuras públicas. El autor británico postula que los medios – y considero que esta tendencia se exagera en Internet- realizan operaciones de “traducción” de los discursos y la retórica oficiales y del lenguaje público a versiones del habla popular. Tales operaciones forman parte de un proceso más amplio, que traduce el habla pública al lenguaje privado y que se integra a la tendencia que lleva a dar carácter público a eventos privados de personas “comunes” e, inversamente, a describir a figuras públicas en términos propios de la vida privada.

⁵⁹ Como prueba de la vigencia del problema en términos de estrategia comunicativa, cabe señalar que, tanto Ana Doria, una de las responsables de comunicación del GEN, como Sol Tichik, de Peronismo Digital, se refirieron en las entrevistas que mantuve con ellas a las complejidades que implica el surgimiento del ciberactivismo: factor enriquecedor y dinamizador de las campañas, por un lado, y eventual generador de ruidos en la comunicación partidaria, por otro.

Por otra parte, en el volumen colectivo dirigido por Christine Barats (2013) se analizan diversos aspectos de la web desde la perspectiva de las ciencias sociales. Varios de los artículos allí incluidos se refieren al aporte de las metodologías cuantitativas para procesar y sistematizar corpora extensos, propios de la proliferación permanente que caracteriza a la web. Más cerca del enfoque que utilizo en esta tesis, me resultó de interés el texto de Monnoyer-Smith que revisa las distintas dimensiones de la noción foucaultiana de dispositivo, en particular, en la reformulación que propone Gilles Deleuze, para dar cuenta de la complejidad de la web y la diversidad de relaciones que los actores mantienen con la tecnología, analizables a través de “las prácticas individuales de desvío, recodificación, reinención y reordenamiento como formas de instauración simbólica” (Monnoyer-Smith, 2013:27). En el mismo volumen, el trabajo de Julia Bonaccorsi (2013) ofrece algunas herramientas que me resultaron de utilidad para considerar los géneros analizados y algunos de sus rasgos distintivos, como la noción de “escritos de pantalla” (“*écrits d’écran*”), empleado para referirse al tipo de discursos que produce la web y la de “signos de pasaje” (*signes passeur*), que designa aquellos elementos que abren el recorrido a la red hipertextual, con lo cual su uso modifica materialmente el texto. Tales signos de pasaje pueden ser icónicos (como la lupa), verbales (destacados en azul) o editoriales (por lo general, compuestos de una manera redundante (un texto que refuerza y explicita la función). También en el campo francófono, merece ser mencionada la revista *Argumentation et Analyse du discours*, orientada al análisis de la argumentación desde la perspectiva del análisis del discurso. La publicación, cuyas principales responsables son Ruth Amossy y Rocelyne Koren, nuclea a un grupo de investigadores de las universidades de Tel Aviv y Bar Ilan. Entre otros materiales de interés para esta investigación, la publicación ha dedicado el número 8 al tema del insulto y la violencia verbal: este tema constituye un factor relevante para analizar de las intervenciones de los usuarios “anónimos⁶⁰” en la red. (Cfr. Capítulo II.3.4). Entre los materiales incluidos en ese volumen, me resultó de particular interés el trabajo de Claudine Moïse (2012) sobre la violencia verbal fulgurante. Si bien la autora estudia los fenómenos de escalada de agresiones verbales en otros géneros (diálogos producidos en

⁶⁰ Nadie es, claro está, “anónimo”. Uso esta expresión para recuperar el tratamiento que los medios suelen dar a aquellas personas que no tienen notoriedad pública.

encuentros callejeros o en el transporte público) sus aportes resultan pertinentes para el análisis de las agresiones verbales en la red.

Amossy (2010 y 2011), por su parte, ha estudiado el tema del *flaming* en trabajos publicados en otros espacios, como la revista *Semen* y en los encuentros *ISSA* (*International Society for the Study of Argumentation*). Asimismo, su libro *Dans le discours politique* (2000) es una obra de referencia ampliamente reconocida debido a su valiosa revisión de conceptos de la retórica clásica (por ejemplo, sus trabajos acerca de las nociones de *ethos* y *pathos* aplicadas al campo de discurso político).

En el ámbito de la tradición semiótica italiana, cabe destacar el trabajo de la semióloga Giovanna Cosenza (2008) que busca ofrecer herramientas metodológicas para abordar los textos producidos en el ámbito de los nuevos medios. La autora enfatiza la necesidad de considerar la coherencia existente en los diferentes niveles textuales y las diversas materias significantes que se entrelazan en los sitios web, los recursos que hacen a la “usabilidad” de las interfaces (es decir, recursos gráficos y técnicos que hacen atractivo un soporte y facilitan la navegación). Asimismo, estudia los recursos de interactividad (tanto en el plano en que el soporte interpela a los usuarios como las formas de intercambio de los usuarios entre sí) y propone estrategias para adecuar el análisis de los dispositivos de enunciación a los discursos de la web, en particular, considerando los indicios espaciotemporales y la intertextualidad. Cosenza ha publicado más recientemente trabajos sobre la comunicación política en Internet (2010, 2013) en los que confronta la experiencia estadounidense –en particular, la utilización que ha hecho Barack Obama de las redes sociales o la plataforma Youtube– con la actividad *online* de los políticos italianos. Desde su blog (*Dis.amb.iguando*), la académica italiana también interviene en los debates sobre la comunicación política online con breves y agudos ensayos.

Con un recorte más específico, la tesis de Daniela Ghidoli (2010) presentada en la Universidad de Bolonia, explora las características de Facebook utilizando una combinación de herramientas antropológicas, sociológicas y semióticas. Entre otros aspectos interesantes de su trabajo, Ghidoli articula las teorías de las redes sociales con las distintas concepciones que se tiene de la red según se asuma la perspectiva de la empresa en comunicación con los anunciantes o la perspectiva de los usuarios comunicándose entre sí. Asimismo, dedica un amplio espacio al análisis de las estrategias de construcción del yo y de tratamiento de la privacidad, utilizando como

insumo un extenso corpus de entrevistas a usuarios, en su mayoría procedentes de estudios de mercado realizados en Estados Unidos.

En el ámbito anglosajón, además de los trabajos de Susan Herring ya mencionados en la introducción, encontré especialmente estimulante la exploración de los dispositivos enunciativos de los blogs hecha por el lingüista británico Greg Myers (2010), quien hace un análisis detallado de los recursos innovadores de marcación espaciotemporal, las estrategias de interpelación de la audiencia, y los usos de la modalidad en las entradas y comentarios de una serie de blogs seleccionados.

Desde una perspectiva similar, la australiana Michelle Zappavigna (2012), investigadora de la Universidad de Sidney, ha desarrollado un profundo análisis de Twitter, a través del corpus Hermes y sistemas informáticos que le permitieron analizar 7 millones de tuits. Zappavigna subraya el valor del *hashtag* (#) y otras herramientas dialógicas (RT; @usuario), incorporadas por la plataforma a partir de las prácticas de los usuarios para crear ambientes de afinidad (“*ambient affiliation*”). Si bien Zappavigna dedica un capítulo a los usos políticos de Twitter, el foco central está puesto en el comentario de usuarios “anónimos” que comentan episodios políticos del momento en que tuitean – en particular, el triunfo de Barack Obama en las elecciones presidenciales de 2008-.

También resultan de interés los trabajos de Lev Manovich (2015) sobre las imágenes de sí (*selfies*) que comparten los internautas en las redes sociales. Su equipo de trabajo analiza a través de sistemas informáticos grandes cantidades de imágenes compartidas por usuarios de diferentes ciudades (New York, Berlin, Tokio, San Pablo y Bangkok). De este modo, obtienen información acerca de las variantes del tratamiento de la propia imagen y las emociones y actitudes que se privilegian, los vínculos que se establecen entre la imagen del usuario y el espacio urbano. Todas estas características se ponderan según distintos grupos etarios, de género y referencia geográfica. Así los investigadores pueden establecer tendencias cuantitativas y esbozar respuestas a interrogantes referidos a los cambios en la cultura visual contemporánea⁶¹. Este tipo de investigaciones revela hasta qué punto

⁶¹ Un ejemplo del tipo de hallazgos que Manovich presenta es el siguiente enunciado: “El análisis computacional de los rostros revela que hay cantidades de caras sonrientes en Bangkok (0.68 en promedio) y Sao Paulo (el 0.64). La gente que toma *selfies* en Moscú es la que sonríe menos (sólo el 0.53 en la escala utilizada)”.

el impacto de las nuevas tecnologías ha ampliado el tipo de objetos y problemas abiertos a la indagación desde la semiótica y el análisis del discurso. No sólo porque se producen objetos nuevos y de diferente manera sino porque surgen nuevas herramientas y métodos de recolección y análisis de esos objetos.

Finalmente, destaco un espacio teórico y metodológicamente productivo, como es el blog denominado *Into the blogosphere* de la Universidad de Minnesota, que publica sistemáticamente trabajos académicos de diversos autores referidos a la problemática de los blogs. Las perspectivas abordan un amplio abanico que incluye aspectos educativos, literarios, estudios de género, construcción de identidades, problemas relativos a la privacidad, retóricas, nuevos estilos de escritura, etc.

En el ámbito hispanoamericano, Ana Mancera Rueda y Anna Pano Alamán (2009, 2013a, 2013b, 2015), investigadoras de las Universidades de Sevilla y Bolonia, han dedicado varios trabajos al análisis de los tuits políticos en España. Las autoras hacen una revisión de los rasgos generales del género y dedican especial atención a la comparación de los modos de usar los recursos que ofrece la plataforma a fin de interactuar con los destinatarios. En este sentido señalan (como lo hace Cosenza en Italia) la escasez de respuestas a los usuarios por parte de los dirigentes y las marcas que revelan un uso derivado y no personal de estos géneros. En otros trabajos, Mancera y Pano (2013c) han estudiado los rasgos del español coloquial en las redes: por ejemplo, lo que denominan “antiortografía y “heterografías”, la imitación de sociolectos “bajos”, etc.

Laura Menna (2012), por su parte, en su tesis presentada en la Universidad de Barcelona, ha trabajado acerca del valor organizativo que tuvieron los *hashtags*⁶² en el Movimiento del #15M en España. La autora subraya el papel que estas herramientas cumplieron en la construcción de identidades en el curso de la convocatoria así como su utilidad para facilitar el seguimiento de diversos temas y difundir consignas y líneas de acción entre los manifestantes.

En cuanto al estudio del discurso y los modos de relación e intercambio que caracterizan los foros se destaca el trabajo de Silvia Tabachnik (2012), quien propone un extenso y rico análisis de los recursos expresivos (icónicos y verbales) y

⁶² “Este signo ‘#’ más la secuencia de caracteres que le sigue, indica ‘tema abierto’ al que cualquier usuario puede referir o realizar una aportación incluyendo la etiqueta en su tuit. Una vez creadas (por los mismos usuarios), las etiquetas se transforman en hipervínculos que permite hacer búsquedas temáticas en Twitter en las cuales aparecerán todos los tuits que contengan dicha etiqueta y que por lo tanto sigan ese tema en particular.” (Menna, 2012:4)

estrategias conversacionales en las comunidades virtuales “de amistad”. Si bien se trata de otro tipo de género discursivo, considero de utilidad muchas de sus observaciones sobre los intercambios virtuales: por ejemplo, la relevancia que adquiere “la voz del dispositivo”, es decir el conjunto de indicaciones que orientan la navegación, el régimen particular de temporalidad que rige los intercambios, los usos de la doxa, las retóricas de la injuria y el humor.

En nuestro país, la Universidad de Rosario nuclea, en el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, a un equipo transdisciplinario dedicado a estudiar los lenguajes que se despliegan en distintos niveles mediáticos con especial acento en los nuevos desafíos nacidos al calor del desarrollo de las nuevas tecnologías. Los *Cuadernos de CIM* y la Revista *La trama* reúnen una valiosa selección de los trabajos del grupo. Entre ellos destaco el artículo de Raymondo Anselmino y Reviglio (2014) en el que exploran la idea de que, además de ser una herramienta de convocatoria y organización de la protesta social que se concreta en el espacio público clásico (marchas, manifestaciones, etc.), las redes sociales son en sí mismas un espacio de configuración de las “indignaciones sociales” ya que es allí donde adquieren visibilidad y difusión. Desde este punto de vista, las redes sociales constituirían un nuevo tipo de espacio público.

Marcelo Carlón (2011), por su parte, ha reunido una serie de trabajos que analizan distintos aspectos del discurso político en Internet. Además del prólogo de Verón - que ofrece valiosas reflexiones generales sobre la web parcialmente reseñadas en el primer capítulo-, se incluyen dos textos referidos a Facebook. En el primero de ellos Slimovich compara las estrategias de Cristina Kirchner y Mauricio Macri a partir de un corpus recogido en abril de 2011. Allí, Slimovich esboza una descripción del género y analiza los recursos de construcción de la figura público/privada de ambos dirigentes y los recursos a través de los cuales presentan los logros de sus respectivas gestiones.

Asimismo, Federico Navarro y Aniela Ventura han venido investigando los usos electorales de las redes sociales. Navarro (2013) ha analizado desde una perspectiva sistémico funcional los usos de Twitter en la campaña electoral de 2011 en Argentina, poniendo especial énfasis en la comparación de las estrategias de Cristina Fernández de Kirchner y Ricardo Alfonsín. Asimismo, ha trabajado sobre los relatos producidos en ese contexto. Ventura (2013 a y b), por su parte, investiga -desde la perspectiva del análisis crítico del discurso- las estrategias discursivas de

la construcción de la imagen de los candidatos presidenciales en esa misma campaña presidencial y ha publicado diversos artículos sobre el tema.

Finalmente, es necesario subrayar el interés que ha despertado recientemente en diferentes ámbitos académicos el estudio de las formas de cortesía y descortesía en diversos géneros web. En su mayoría estos trabajos retoman aportes teóricos y metodológicos de la pragmática lingüística, así como la teoría sociológica de Irving Goffman sobre la presentación de sí en la vida cotidiana. Entre los artículos que transitan esta vertiente han tenido especial repercusión en el ámbito hispanoamericano los artículos de Kaul de Marlangeon (2008:729). En su análisis dedicado a la descortesía en discusiones políticas, la autora introduce dos conceptos muy productivos: la *DILODFLYQH[DFHUE* definida como verse y ser visto como *adepo* al grupo, a tal punto de escoger la descortesía en su defensa” y la *refractariedad*, “definida como la autonomía exacerbada de verse y ser visto como *opositor* al grupo”. Ambas condiciones favorecen la utilización de diferentes grados de descortesía como instrumentos de reafirmación de las identidades políticas.

Mancera (2014), por su parte, ha abordado el tema de las formas de descortesía en los intercambios entre periodistas y prosumidores en Twitter. Según la autora, los blancos de la descortesía en este ámbito son tanto los referentes de la información (figuras públicas) como el medio responsable de la publicación o el periodista responsable. El tipo de confrontación que se establece, añade Mancera, hace que los comentarios asuman formas de confrontación propias del discurso político.

Más recientemente, Vivas Márquez y Ridao Rodrigo (2015) han hecho un interesante trabajo comparativo de las estrategias de descortesía en Twitter y Facebook. Las autoras esbozan allí un intento de análisis cuantitativo de los resultados. Sin embargo, considero que la muestra es muy pequeña y corresponde a un contexto sumamente específico como para evaluar los hallazgos presentados como tendencias verificables en las plataformas mencionadas. Por último, cabe mencionar el reciente aporte de Pano (2016) que ensaya una periodización de los trabajos académicos dedicados a los discursos producidos en la red en lengua española. La autora subraya –tal vez algo ccentrada en su propio ámbito de referencia- el mencionado auge que han adquirido en los últimos años los estudios que analizan las formas de cortesía/ descortesía en los géneros web.

Esta línea de trabajos será retomada en el capítulo 5, al analizar las formas de la adhesión y la agresión en los comentarios de los lectores.

I. 1.4. Aportes ligados a la coyuntura analizada

Poner en contexto el debate sobre la estatización parcial de las acciones de YPF exige revisar la bibliografía referida a la historia de las políticas hidrocarburíferas en el país ya que ese devenir histórico fue objeto de homenajes, recordatorios y debates en el periodo en que se produjeron los textos analizados. El material, por supuesto, es sumamente abundante y para los objetivos de este trabajo decidí privilegiar aquellos trabajos que ofrecen un panorama de las cuestiones más pertinentes para el análisis, en particular, aquellos que permiten arrojar luz sobre las referencias históricas que aparecen en el corpus.

Desde ese punto de vista, como ya he señalado en la Introducción, sobresalen los trabajos de Nicolás Gadano, especialmente su *Historia del Petróleo en Argentina* (1907- 1955) que permite comprender la gestación y evolución de lo que el autor denomina el “nacionalismo petrolero”. Asimismo, Gadano ha publicado artículos más breves sobre algunos equívocos habituales en la evocación de la historia de la explotación petrolera en el país, sobre los vaivenes del proceso de privatización de la petrolera argentina (Gadano, 2012a) y sobre la coyuntura específica de la estatización parcial del paquete accionario en 2012 (Gadano, 2012 b).

Por otra parte, el trabajo de Federico Bernal (2005) cobró importancia en el periodo analizado al ser citado en reiteradas ocasiones por figuras prominentes del campo político como texto de referencia en la materia. Se trata de un texto de corte periodístico-político, que asume un tono mucho más polémico y vehemente que los trabajos de corte académico anteriormente mencionados. Bernal ha publicado también textos breves de corte propagandístico en el marco de la coyuntura que analizó en la tesis.

Finalmente, resultó de gran utilidad un breve artículo del historiador Gabriel Carrizo (2012) dedicado a analizar las variaciones en el tratamiento y la evaluación de la figura del General Mosconi, desde los tiempos fundacionales de YPF hasta 2012.

Creo oportuno detenerme más largamente en este trabajo debido a la importancia que adquirió la reivindicación del General Mosconi en el periodo analizado⁶³ exige

⁶³ “El nombre de Mosconi apareció en este contexto de diversas maneras: se denominó ‘Informe Mosconi’ al documento presentado por el Poder Ejecutivo en relación a la situación de Repsol YPF, una organización de ex trabajadores de YPF de Comodoro Rivadavia adoptó el nombre de

considerar el proceso de su consagración como prohombre del nacionalismo petrolero, a fin de analizar las referencias al héroe que funcionaría, alternativamente, como prenda de unidad y como objeto de disputa.

La llegada de Mosconi a YPF, en 1922, corresponde a un momento en que se articulan en el plano político nacional y en el seno de las fuerzas armadas dos cuestiones que definirán las luces y sombras de su gestión en la empresa. En primer lugar, la decisión de establecer una política de control de los hidrocarburos inscrita en una “estrategia general de progreso de la industria nacional, de autonomía de los productos energéticos y secundarios del exterior y, por ende, de eficacia en el ámbito de la organización de la defensa del país” (Forte, 2003, apud Carrizo, op.cit.:21). En segundo término, la búsqueda de control sobre un incipiente movimiento obrero llevó a establecer una férrea disciplina interna⁶⁴ que derivó en un largo enfrentamiento con la prensa regional y los sectores políticos que abogaban por los derechos gremiales de los trabajadores.

Es sólo a partir de su muerte, ocurrida en 1940, que su postura antisindical comienza a quedar eclipsada para privilegiar su aporte al desarrollo de la explotación petrolera. Esto se vincula con el hecho de que, por esos años, dirigentes e

‘Asociación General Mosconi’, y se recordó al ex Director de YPF en otras localidades de la región, como por ejemplo, en Cañadón Seco, provincia de Santa Cruz”. (Carrizo, op.cit.:31)

Una pieza notable que enlaza con esta serie es la “entrevista a Mosconi” que publicó Federico Bernal. Bernal es bisnieto de Hermitte, geólogo que trabajó en la etapa fundacional de YPF. Su familia regaló a la Nación una probeta que contiene una pequeña muestra de petróleo de esa época y que fue exhibida durante la presentación del proyecto. La nota a la que me refiero aquí es un texto menor, de corte propagandístico. El artículo consiste en una serie de “preguntas” referidas a la actualidad y la iniciativa de expropiar parte del paquete accionario de Repsol que son “respondidas” a través de fragmentos tomados del libro de Mosconi titulado *El petróleo argentino (1922-1930)*. La introducción es un indicio ilustrativo de las características del texto a las que me referido: “El modelo de país trunco en 1955 pero reiniciado en 2003 y en su fase superior desde 2008, ha dado con la recuperación de YPF un salto cualitativo inconmensurable hacia su definitiva victoria. Mosconi, desde la propia experiencia histórica no puede estar más que de acuerdo”. (Bernal, 2012) El cuestionario incluye preguntas tan variadas como la opinión del General sobre la medida presidencial, la gestión de Repsol o “la sintonía fina” (metáfora usada por Cristina Fernández de Kirchner durante la campaña electoral de 2011, cuyo sentido fue interpretado de muy diversos modos). Bernal se desempeñó también como asesor experto para la realización de un opúsculo publicado por el Ministerio de Educación (2012) titulado *Reviví la historia, conocé el futuro. YPF sos vos*.

⁶⁴ Las prácticas de disciplinamiento contemplaban el control de la circulación de textos impresos, el espionaje a grupos sindicales y también “el control del tiempo fabril y los espacios de trabajo, que perseguían desarticular las posibilidades de cristalización de grupos contestatarios (...) y el despliegue de todo un dispositivo de sanciones buscaba hacer respetar los códigos establecidos al interior de la explotación. La desarticulación de las prácticas contestatarias se realizaba por medio de la Policía, y a medida que los conflictos se agravaron se acudió a tropas de la Marina de Guerra, lo cual imprimió tempranamente a la administración de YPF un definido carácter militar.” (Carrizo, 2012:20).

intelectuales del Partido Socialista como Alfredo Palacios y Francisco Romero enfatizaban la necesidad de:

“...contar con un desarrollo energético que permitiera el autoabastecimiento de combustibles a costos reducidos para las empresas, emancipara al país de la necesidad de su importación y eliminara la competencia de las empresas extranjeras mediante el desarrollo de empresas estatales de explotación y distribución (como Yacimientos Petrolíferos Fiscales), garantizando la independencia económica del país.” (Carrizo, op.cit.:25)

Para 1947 – al celebrarse los 40 años del descubrimiento del petróleo en Comodoro Rivadavia, el perfil antisindical de Mosconi estaba definitivamente olvidado, al punto que dirigentes del sindicato de petroleros formaron parte del homenaje. En sus discursos, la política social desarrollada por Mosconi en YPF era saludada como una prefiguración de las políticas sociales del peronismo. Consagrado – e idealizado- como héroe moralizador y austero, custodio de los intereses nacionales, militar respetuoso de las instituciones democráticas, paladín de la resistencia a los abusos del capital extranjero y promotor de la producción industrial autónoma, Mosconi ocupará un lugar central en las celebraciones del Día del Petróleo hasta los años ´90. (Carrizo, op. cit.). A partir de esos años, en los que el auge de las políticas privatizadoras y las alianzas con empresas multinacionales desguzaron la petrolera nacional, las menciones a Mosconi comienzan a ralear en los actos oficiales mientras que aparece reivindicado por sectores de la oposición o por ex trabajadores petroleros⁶⁵.

Sin embargo, como señala Carrizo “cuando nuevos actores o nuevas circunstancias se presentan en el escenario, el pasado es resignificado y, a menudo, cobra una importancia pública inesperada.” En efecto, en el escenario de abril de

⁶⁵ Por ejemplo, la siguiente nota da cuenta de un acto celebrado en 2007 como forma de rechazo a la conmemoración oficial del Día del Petróleo: “Representantes de distintos sectores políticos y sociales cuestionaron ayer, en la plaza de la escuela 83, la política de entrega del kirchnerismo y el dasnevismo y reclamaron la renacionalización de los hidrocarburos y todas las fuentes de producción de energía. En el acto hablaron referentes de la Corriente Clasista y Combativa, del ARI, del Nuevo Proyecto Energético Latinoamericano y la ex candidata a la presidencia por el Movimiento Socialista de los Trabajadores, Vilma Ripoll pidió volver al camino de Mosconi, los pioneros, los luchadores petroleros y los pueblos hermanos de Bolivia, Venezuela y Ecuador y fustigó duramente el convenio de renegociación con Pan American...” (*Crónica*, 14 de diciembre de 2007, p. 6 citado en Carrizo, op. cit.).

2012 Mosconi reaparece como figura potencialmente capaz de interpelar a sectores políticos heterogéneos⁶⁶ y convertirse así en la insignia del momento patriótico.

Como parte de los actos de reivindicación y reinstalación del héroe olvidado se desarrolló una estrategia pedagógica transmedia que abarcó todos los formatos: del innovador tuit al venerable bronce⁶⁷, pasando por artículos periodísticos⁶⁸, videos de Youtube⁶⁹ y programas de televisión⁷⁰.

Finalmente, otros trabajos referidos a la historia reciente ayudan a comprender mejor el alto impacto que tuvo el giro en la política hidrocarburíferas en 2012. Como señala Bohoslavsky (2008) en la Patagonia (pero no sólo allí) el desarrollo de YPF estuvo ligado a las ideas de soberanía y defensa territorial⁷¹ y operó en las zonas petroleras como el principal organizador de la vida social en diversos niveles:

“YPF era la principal empleadora directa o indirecta por su demanda de servicios de exploración, de reparación de maquinaria, de venta de repuestos e insumos químicos, de transporte de personal, bienes y equipos, de provisión de comida, alojamiento y ropa de trabajo. Pero también era la encargada de proveer servicios de salud, educación, deportes, cultura, vivienda y seguridad, ámbitos de sociabilidad y entretenimiento a la ‘familia ypefiana’”. (Bohoslavsky. 2008:23)

Evidentemente, el impacto social y económico que produjo la decadencia y posterior privatización de la empresa fue devastador, en particular en las provincias

⁶⁶ “En el caso de Mosconi, el kirchnerismo lo coloca en la disputa contra las corporaciones; tanto sectores nacionalistas como de izquierda lo reivindican como un luchador contra el capital extranjero, y el radicalismo lo reconoce como parte del proyecto político del yrigoyenismo.” (Carrizo, op. cit.:32).

⁶⁷ Se reinstaló el busto del general –que habría estado en peligro de ser fundido- en el edificio de YPF en Km 3 (Comodoro Rivadavia) y el gobierno chubutense organizó un acto de desagravio.

⁶⁸ Por ejemplo en “Lo que nos pertenece” nota de Mario Rapaport, publicada en *Página 12* el 17 de abril de 2012 se afirma: “Mosconi se dio cuenta de que las compañías norteamericanas e inglesas que dominaban el mercado, unas más brutalmente y otras con mayor suavidad, terminaban ahogando al país con sus cuerdas como las viudas negras a sus amantes de turno. Negras de ese líquido tan precioso como el petróleo.”

⁶⁹ Video institucional *YPF, 90 años* en el canal de Youtube de la casa Rosada: <https://www.youtube.com/watch?v=s4RIqA3OnbA>. En un fragmento del video el locutor en off dice: “Hoy tendemos un puente entre el pasado y el porvenir. Hoy revalorizamos una empresa con sentido nacional.”

⁷⁰ El programa Bio.ar de Canal Encuentro dedicó dos emisiones a la vida de Mosconi. <https://www.youtube.com/watch?v=yCdO7wS1S2w>

⁷¹ “Comodoro Rivadavia, El Chocón, Río Turbio, Cutral-Có, Catriel, Loma de La Lata, Sierra Grande,: todos ellos eran puntos clave de un mapa en el que simultáneamente se representaban las fuentes productoras de energía y de soberanía”. (Bohoslavsky. 2008:24).

productoras de hidrocarburos y, por lo tanto, ese pasado pujante quedó aureolado de una enorme nostalgia.

Todos estos procesos resuenan intensamente en los textos que configuran el corpus estudiado. En el capítulo II. 1 analizaré cómo el recurso a la historia constituye una de las estrategias argumentativas fundamentales a lo largo del debate sobre la política de hidrocarburos.

I. 1. 5. Conclusiones del capítulo

A lo largo de este capítulo he discutido los aportes de cuatro líneas de trabajo que, considero imprescindibles para pensar las diferentes facetas del problema que analizo en esta tesis. El ordenamiento de esas líneas va de lo más general –el área de los estudios de la comunicación- a lo más específico: los aportes referidos al tema en torno al cual giró el debate que enmarca el corpus analizado-.

En primer lugar, me he referido a las líneas centrales del debate actual sobre las tensiones que caracterizan la relación entre las tecnologías de la comunicación y el mundo de la política, desde una perspectiva “socio-comunicativa”. En ese recorrido, he tratado de mostrar la profusión y los límites de las posturas tecnocéntricas, que auguran el advenimiento de una sociedad diferente – mejor o peor que la actual- derivada del cambio tecnológico. Recupero, en cambio, perspectivas que toman una distancia crítica frente a esos augurios y defienden posturas más matizadas y analíticas.

En esa línea, he destacado el legado de Raymond Williams que cuyos análisis demuestran que son los procesos sociales e históricos los que determinan el desarrollo y los modos de aprovechamiento de los avances técnicos. Asimismo, más recientemente, los trabajos del sociólogo Manuel Castells o los de Carlos Scolari alertan sobre las debilidades de la “descendencia digital” de los apocalípticos e integrados y proponen acercamientos rigurosos desde la sociología y la semiótica.

Considero que, en los últimos años, se está dando un saludable retroceso de los ensayos proféticos y un avance correlativo de trabajos analíticos y comparativos centrados en el estudio de casos y problemas específicos. Seguramente, una de las causas de ese corrimiento está en el mismo desarrollo de los usos de Internet que ofrece a esta altura un campo de tendencias dinámicas y contradictorias no ratifican que obligan a repensar los pronósticos generalistas.

En segundo lugar, he abordado una serie de trabajos que, desde los estudios políticos, analizan la compleja trama en que se articulan la crisis y redefinición de las tradiciones e identidades políticas con el creciente protagonismo de los medios de comunicación. En este rubro, he incluido estudios representativos del campo internacional y del ámbito nacional. Esto permite ver, por un lado, el paralelismo de los procesos que se dan en sociedades diversas y, de ese modo, provee un marco general para pensar los procesos nacionales.

Por otra parte, la referencia a trabajos referidos a esos procesos en Argentina, permite ver los rasgos, causas y condiciones específicas que tales fenómenos han tenido en el país. En ambos casos, he privilegiado aquellos textos que evitan explicaciones ancladas en una causalidad unidireccional y analizan los cambios contemporáneos considerando procesos plurales de más largo plazo. Estas perspectivas, a mi juicio, permiten comprender mejor la compleja trama de interconexiones entre aspectos políticos, sociales y económicos y tecnológicos. Asimismo, los ejemplos presentados me han servido para mostrar cómo resuenan los ecos de estos debates en la perspectiva de los actores políticos. El análisis que desarrollaré en los próximos capítulos permitirá contrastar estos puntos de vista con las formas de interacción que los dirigentes despliegan en las redes.

La tercera perspectiva ofrece un panorama de los desarrollos que desde el análisis del discurso analizan los problemas que plantean los géneros web. El tratamiento de este ítem es más extenso y pormenorizado, ya que en esa línea se sitúa el eje teórico y metodológico de esta tesis.

Dado que se trata de un campo en plena expansión, he presentado una selección que ofrece un panorama actualizado y lo suficientemente amplio como para mostrar la diversidad de enfoques y tradiciones académicas desde las que se están estudiando estos problemas. Aún así, considero que se deben destacar algunas líneas que atraviesan el conjunto: la preocupación por caracterizar nuevos géneros y formatos, la necesidad de describir el funcionamiento de nuevos recursos expresivos y sus efectos de sentido; y el interés por analizar los usos retóricos y argumentativos que se generan en los debates online. Los tres aspectos han constituido insumos fundamentales para el análisis desarrollado.

Por último, en el cuarto ítem, he sintetizado algunos de los trabajos que ayudan a situar en una perspectiva histórica y política el debate sobre el tema de los hidrocarburos. Tales aportes me resultaron sumamente útiles para conocer la

tradicción y características del discurso del nacionalismo petrolero, que ha estado presente en los debates nacionales desde principios del siglo XIX. Como se verá en la segunda parte de la tesis, la disputa por el legado de esa tradición tuvo un lugar central en la discusión sobre YPF que tuvo lugar en 2012.

El itinerario aquí desplegado permite ver la vitalidad y la complejidad de una problemática inserta en un punto de cruce de disciplinas diversas y que tiene, además, por objeto un terreno en plena transformación. Como se puede apreciar he preferido destacar esa riqueza y vitalidad, por encima de la búsqueda de una improbable exhaustividad.

Para finalizar, considero oportuno señalar que -aún en ese campo tan rico y variado- no ha habido, hasta el momento, trabajos que estudien, desde la perspectiva del análisis del discurso, el objeto que aquí propongo. Además de constituir un área no explorada, el debate desencadenado en Internet en 2012, a raíz de la expropiación parcial de las acciones de REPSOL- YPF, proporciona un punto de observación privilegiado no sólo para estudiar las características del discurso político en las llamadas redes sociales, sino que también resulta un punto de condensación adecuado para analizar tendencias del discurso político nacional en los últimos años.

Capítulo I. 2 El discurso político y la emergencia de la política 2.0

“no tiene principio, es reversible; podemos acceder a ella por distintas vías; los códigos que moviliza se extienden hasta donde alcance la vista”

(Roland Barthes, *S/Z*, 1970)

Introducción

Encarar un trabajo sobre los cambios e innovaciones que atraviesan el discurso político en la red supone revisar críticamente la larga tradición de trabajos que han buscado delimitar los contornos de la palabra política y fijar algún tipo de especificidad que permita distinguirla de otros tipos de discurso.

En este capítulo sintetizaré esas búsquedas, considerando los criterios desde los cuales han sido formuladas. El objetivo es discernir de qué modo se articulan las tradiciones de la palabra política con los géneros y formatos que propone la red. Para ello, plantearé los problemas que surgen al confrontar tales definiciones con los fenómenos característicos de la política mediatizada.

En segundo lugar, presentaré las principales líneas de trabajo referidas al análisis de la palabra política en la *web*. Para ello, introduciré en primer lugar el concepto de política 2.0, que enmarca una vasta serie de fenómenos considerando los usos que se les da en el marco de la comunicación política.

1.2.1. El discurso político: tradiciones y rupturas

La irrupción de los medios masivos en la segunda mitad del siglo XX produjo una renovación del discurso político; actualmente las nuevas tecnologías de la comunicación traen consigo una reconfiguración de los géneros preexistentes en el campo de la política y la creación de otros nuevos como los que me propongo analizar en esta tesis.

Por eso, el punto de partida es revisar el problema del status del discurso político para poder luego analizar su relación con los diversos soportes en los que se materializa y con los “pactos de lectura” (Verón, 1985) que se postulan: cada género favorece o limita modos específicos de interpelar a los destinatarios y, por lo

tanto, condiciona el tipo de vínculos que se establecen entre enunciador y destinatario. Por lo tanto, una alteración en este nivel está asociada a cambios en la trama política y social que los discursos políticos postulan.

Un repaso de los criterios con los cuales se ha intentado definir la especificidad del discurso político, permite ver que los autores de referencia han acentuado, alternativamente, una serie de facetas que considero complementarias e interrelacionadas. Cada una de ellas prioriza un nivel del texto y, en cada caso, el proceso de reconfiguración que se produce en los géneros analizados, invita a poner en cuestión tradiciones discursivas y teóricas.

Por empezar entonces, cabe preguntarse: ¿con qué criterios se ha definido el discurso político? ¿Cuáles son las limitaciones que esos criterios imponen a la hora de considerar los discursos realmente existentes y los procesos de transformación que sufren?

Criterio temático: En una primera aproximación, que asume una perspectiva cercana al sentido común, el discurso político tiene como rasgo más evidente la incumbencia sobre un campo temático específico.

“Calificamos de políticos aquellos discursos cuyo ‘contenido’ se refiere de manera explícita al funcionamiento, la estructura y el poder del Estado, a la relación entre el Estado y los partidos y a la relación entre los movimientos sociales, los partidos y el Estado.” (Emilio de Ipola, 1979. Mimeo)

Sin duda, considerar el nivel temático resulta un gesto pertinente aunque, analizado más de cerca revela rápidamente sus límites. En primer lugar, porque no resulta suficiente para definir la especificidad de estos discursos. Los mismos temas se encuentran en otros tipos de textos (por ejemplo, manuales o ensayos de filosofía política). Por otra parte, como es sabido, este recorte resulta estrecho en un escenario en el que las declaraciones de figuras políticas sobre cuestiones cotidianas o sobre su historia personal tienen un alto peso en la comunicación política contemporánea. Los discursos políticos, no sólo “hablan de política” sino que “hacen política” y, en ese hacer, a menudo recurren a los temas más diversos. En las sociedades mediatizadas, son frecuentes las participaciones de políticos en programas de entretenimiento en los que los temas políticos están ausentes o se presentan de modo paródico (Landi,1992) . El hecho de que estas apariciones

resulten problemáticas y generen debates es, a mi juicio, un síntoma del proceso de transformaciones descrito en el capítulo anterior, al que Internet añade un eslabón más. Tanto en Twitter como en Facebook abundan las publicaciones de dirigentes políticos ajenas a la temática específica. En las entrevistas que mantuve con dirigentes, pude verificar que la pregunta por la pertinencia temática resulta relevante en su reflexión sobre los usos de las redes sociales. Por ejemplo:

“...las redes sociales las uso exclusivamente con sentido político, no cuento adónde me voy de vacaciones, ni que esta mañana el mate estaba amargo. (...) Hay gente a la que le gusta tuitear y contar sus cosas. Sobre todo los políticos más jóvenes(...). Si me pedís una opinión, me parece que es para estar en una onda, para formar parte de un colectivo que se comunica de una determinada forma, me parece que es más por un sentido etario, para ser consecuente con un código generacional.” (entrevista a Facundo Suárez Lastra, ver apéndice 1)

Sin embargo, el hecho de que muchos dirigentes se abstengan de transitar estos carriles y cuestionen tal tendencia no minimiza su peso social y político. A ello se añade, como se verá a lo largo del análisis, la creciente importancia de las imágenes en la comunicación política, que añade complejidad al recorte temático: fotos domésticas, familiares o deportivas son el pan de cada día de la comunicación política y analizar sus funciones exige una perspectiva más amplia.

Criterio situacional: Del mismo modo, Verón elige partir de una definición que recupera otro aspecto de la perspectiva de la doxa. El semiólogo parte de una definición casi tautológica, al decir que los discursos políticos son, al menos prioritariamente, discursos pronunciados por políticos. También Roselyn Koren (2013) -en un trabajo dedicado al análisis de blogs dedicados a favorecer circuitos de información alternativos a los medios tradicionales- propone una definición de discurso político, centrada en el rol social de los enunciadores, el carácter público de los enunciados y el tipo de función que éstos cumplen:

“La noción de discurso político refiere inicialmente a las palabras pronunciadas en público por los responsables políticos en el marco de su función”.(Koren, op. cit.:1)

Sin embargo, la propia autora cuestiona esta definición, en la medida en que los materiales que estudia –discursos del activismo online- se caracterizan por la búsqueda de nuevos formatos argumentativos y nuevos géneros que favorezcan la

participación “horizontal” en el espacio público. Siguiendo este razonamiento, Koren concluye que la vitalidad del discurso de los activistas en la web favorece el florecimiento de nuevas formas de discurso político que desbordan – y polemizan con- la definición inicialmente postulada.

En efecto, si nos ciñéramos al criterio de que los enunciadores son políticos profesionales, dejaríamos de lado objetos relevantes como los enunciados producidos por ocasionales voceros de determinadas demandas, la participación ciudadana en debates *online*, o las convocatorias de alto impacto político que se lanzan a través de las redes sociales.

Ambos criterios, el temático y el situacional se refieren a formas clásicas de la palabra política pero resultan insuficientes para dar cuenta de la compleja trama de innovaciones e hibridaciones que caracterizan el discurso político contemporáneo. Evidentemente, se trata de un gesto deliberado por parte de los tres autores antes presentados, que eligen partir de definiciones estrechas a fin de problematizar sus límites y fundamentar la necesidad de definir la palabra política considerando otros niveles de análisis.

Por su parte, Patrick Chareau también enfatiza el peso de lo situacional pero desde otra perspectiva. A su juicio, el carácter político de un discurso no estaría dado por rasgos textuales, sino que se gesta en la relación del texto con la situación en que se produce.

“Cualquier enunciado, por más inocente que sea, puede tener un sentido político a partir del momento en que la situación lo autoriza. Es igualmente verdad, sin embargo, que un enunciado aparentemente político puede, según las circunstancias, servir sólo de pretexto para decir otra cosa que no es política, al punto de neutralizar su sentido. No es, por tanto, el discurso el que es político, sino que la situación de comunicación así lo torna. No es el contenido del discurso el que lo politiza, sino la situación” (Charaudeau, 2005, apud Bermúdez, 2012:152).

Esta mirada de lo situacional resulta más productiva en tanto evita cerrar el campo sobre un tipo específico de condiciones de producción o sobre un perfil particular de enunciadores. El planteo coincide con la perspectiva de la semiosis social de Verón (1987 a) según el cual el texto es “un punto de pasaje del sentido”. Para ambos autores el sentido (ya sea político, comercial o filosófico) no es un atributo inmanente de los textos sino que se construye en la circulación social.

Criterio pragmático: Otros autores, como Oscar Landi (1983), privilegian el nivel pragmático como el rasgo definitorio de la palabra política, es decir, que se trata de una palabra fundamentalmente orientada a producir y/o transformar las relaciones intersubjetivas:

“Lo que definirá para nosotros el carácter político de un discurso no será solamente, ni siquiera prioritariamente, el hecho de que ‘hable de política’ (criterio semántico), sino el que realiza ciertos tipos de actos transformadores de relaciones intersubjetivas (criterio sintáctico y/o pragmático): él otorga un lugar a los sujetos ‘autorizados’ (con ‘derecho a la palabra’), instauro ‘deberes’, constituye las ‘esperas’, genera la ‘confianza’.” (Landi, 1983:18)

Esta definición complementa y relativiza la perspectiva temática al subrayar la función que cumplen los discursos en la conformación y transformación de las identidades colectivas y la consolidación de los lazos sociales. Desde una perspectiva similar, Fabbri y Macarino (1985) señalan que se trata de “un discurso destinado a llamar y a responder, a disuadir y a convencer; un discurso de hombres para transformar hombres y relaciones entre los hombres”. Este punto de vista añade otro nivel de complejidad y tiene la ventaja de resultar útil para pensar ciertas intervenciones públicas que, pese a su banalidad, resultan políticamente pertinentes desde el punto de vista del contacto. En efecto, abundan en todos los medios las piezas comunicativas con cierta capacidad – o “vocación”- de fortalecer lazos emocionales entre el enunciador y los destinatarios. En este sentido, Landi (1992) ha señalado que ciertos enunciados son relevantes en tanto admiten ser leídos como indicios, ya sea de las aptitudes personales de cada dirigente o bien del tipo de vínculo que aspira a establecer con los destinatarios.

Criterio argumentativo: La tercera faceta que se suele considerar a la hora de caracterizar este tipo de discursos es su carácter argumentativo. Desde esta perspectiva, la palabra política está esencialmente orientada a la persuasión y la polémica:

“La característica formal más evidente del discurso de la política es, a nuestro modo de ver, el predominio casi hasta la hipertrofia de la *función argumentativa* que, como hemos visto, es una función inherente a todo discurso. El discurso de la política es ante todo un *discurso argumentado* que se presenta como un tejido de tesis, argumentos y pruebas destinados a esquematizar y ‘teatralizar’ de un modo determinado el ser y el deber ser políticos ante un ‘público’ determinado y en vista de una intervención sobre este público.” (Giménez, 1981:62)

Sin embargo, también este criterio clásico debe ser revisado a la luz de los fenómenos mediáticos. Si la televisión había abreviado considerablemente los tiempos disponibles para el desarrollo argumentativo, la red abre nuevos problemas que hacen más compleja la tarea de fijar las fronteras del discurso político:

“Se trata entonces de persuadir al auditorio para conservar o conquistar el poder. Por lo tanto, el objeto que nos proponemos analizar aquí - la crítica del discurso y la retórica de los medios escritos tradicionales en la red - no corresponde a esta definición. Se trata en una primera aproximación a un conflicto de legitimidades en el campo de los medios más que de espacios de deliberación política.” (Koren, 2013: ibídem)

También Marcin Lewinski (2010) puntualiza que:

(La pragmadialéctica) “...en sintonía con los desarrollos actuales de la teoría política, identifica el género primario de la comunicación política como ‘deliberación’ y define su objetivo institucional como ‘la preservación de la cultura política democrática a través de la deliberación’ (van Eemeren, 2010: Ch. 5). Esta meta, definida de manera amplia, es, en la práctica del ‘sistema deliberativo’ (Mansbridge, 1999), concretada a través de muchas actividades específicas que se caracterizan por tener ‘metas institucionales’ más concretas y convenciones institucionales específicas.”

Cabe objetar, sin embargo, que las formas argumentativas y deliberativas tienden a encontrar un espacio cada vez más reducido en la política y más aún en el caso de los discursos que circulan en Internet. Los textos argumentativos en un sentido clásico han perdido poder relativo en sociedades caracterizadas por la entronización de las formas breves. Por otra parte, circunscribir el objetivo a “la preservación de la cultura política democrática a través de la deliberación” deja fuera los discursos rupturistas o aquellos discursos totalitarios del pasado y el presente que nada tienen que ver con la preservación de los valores democráticos pero no dejan por ello de ser discursos políticos.

En cuanto a la relación de esta perspectiva con los testimonios de los dirigentes entrevistados resulta recurrente la idea de que Twitter y, en menor medida, Facebook impiden el desarrollo de argumentos relativamente complejos. Por ejemplo, el dirigente radical Jesús Rodríguez señalaba, en la entrevista que mantuvimos:

“Las adaptaciones derivadas del formato no son menores: al limitarte a 140 caracteres lo que se sacrifica es sustancia. Argumentar, explorar hipótesis exige un

espacio y un tiempo que no se consigue en estos formatos.” (Entrevista a Jesús Rodríguez).

Por mi parte, estimo que la crisis o metamorfosis de la argumentación política está sobredeterminada por una serie de factores políticos, técnicos y culturales que he tratado de sintetizar en el punto 1.1.3. Entre ellos, la emergencia de nuevos géneros no es un factor menor, dado que las lógicas internas de los soportes y los modos en que se usan contribuyen a expresar y profundizar una tendencia de la cultura política contemporánea.

En este sentido, es relevante el aporte de Patrick Chareaudeau (2002:12) que reflexiona acerca del vínculo de la palabra política y la argumentación desde una mirada más atenta a la producción contemporánea realmente existente.

“esos discursos no hacen referencia sólo a una argumentación lógica, sino más bien a una puesta en escena persuasiva en la que, con imaginarios de verdad en el fondo, *ethos* y *pathos* obtienen la mejor parte, dejándole al *logos* la peor. De hecho, los hablantes cuyo objetivo es incitar a sus interlocutores a hacer, a decir o a pensar, están más preocupados por el impacto de su discurso que por el rigor de su razonamiento. Podemos decir que esto ocurre cada vez que el sujeto no está en posición de autoridad absoluta frente a su interlocutor y no puede permitirse obligar al otro a ejecutar una orden o a pensar de una manera determinada.”

Considerando esos factores, el autor aboga por una concepción de la argumentación amplia que, considere el valor persuasivo de lo pasional y que estudie la fuerza persuasiva de los discursos teniendo en cuenta “la situación de comunicación en la cual están implicados los participantes de un intercambio lingüístico”.

Criterio enunciativo: Una de las definiciones más citadas en nuestro medio es la que propone Verón quien considera que es en el plano enunciativo y, en particular, en el rasgo de la “doble destinación”, donde se establece cierta especificidad de los discursos políticos:

“Enunciar una palabra política consiste entonces en situarse a sí mismo y en situar tres tipos de destinatarios diferentes, por medio de constataciones, explicaciones, prescripciones y promesas, respecto de las entidades del imaginario: por un lado, respecto de aquellas entidades con las cuales el enunciador busca construir una relación –los metacolectivos– y, por otro, respecto de la entidad que funda la legitimidad de la toma de palabra, el colectivo de identificación.” (Verón, 1987 c:23)

Esta definición de carácter más formal tiene la ventaja de ser más abierta y, por lo tanto, de centrar la cuestión en los diversos modos en que se llenan las categorías propuestas y en la preeminencia que se da a unas y otras, cómo se articulan entre sí, etc. Por otra parte, no excluye los criterios considerados anteriormente, sino que ofrece un grilla básica para considerar los modos en que se enlazan con las entidades enunciativas sin caer en ningún tipo de reduccionismo.

En sintonía con esta perspectiva, de Ípola postula una definición que ensaya una integración de las diferentes perspectivas previamente presentadas a la que añade un factor importante la idea del cálculo, de la proyección de los posibles efectos que cada enunciado pueda producir:

“las características típicas de todo discurso político, esto es: a) su temática estaba centrada explícitamente en el problema del control de las estructuras institucionales del estado y del poder; b) se presentaba, de manera no menos explícita, como un discurso *polémico*, es decir, como un discurso que se propone, entre otros, el objetivo expreso de refutar y descalificar al discurso opositor, y c) incluía, entre sus condiciones de producción, un cierto cálculo, una cierta evaluación de sus efectos ideológicos y políticos *inmediatos*.” (de Ípola, 1983)

En efecto, tal cálculo es inseparable de la idea de estrategia discursiva que los análisis tratan de establecer. En una producción medianamente ordenada, tales estrategias atraviesan los géneros y son fundamentales para caracterizar conjuntos amplios de discursos.

Ahora bien, las definiciones previamente presentadas postulan una definición del discurso político en términos generales, independientemente de los géneros en los que se encarna⁷². Sin embargo, en su mayoría, parecerían privilegiar, de modo implícito, formas “clásicas” del discurso político (como el discurso de tribuna, el discurso parlamentario, o el escrito político), por encima de las formas mediáticas en las que, a partir de la hibridación con otros formatos, las características tradicionales se desdibujan.

En el próximo apartado me ocuparé de considerar los modos en el que la mediatización añade otros niveles de complejidad al estudio de la palabra política así como las reflexiones teóricas y críticas desde las que se ha abordado esta temática.

⁷² Para un recorrido más amplio de los debates acerca del concepto de discurso político ver Bermúdez, N. (2012).

I. 2.2. El escenario de la mediatización

En las últimas décadas del siglo XX, han surgido, tanto en el campo político como en el campo académico, debates intensos acerca del efecto político de la mediatización. El renacer de la palabra política que marcó los primeros años de vida democrática se parecía poco a la discursividad que había caracterizado la primera mitad de los años '70, no sólo por motivos políticos, sino también porque el peso sociocultural de la TV proponía formatos diferentes: la entrevista televisiva adquiriría un protagonismo indiscutible y el núcleo de la discusión giraba en torno al surgimiento de discursos híbridos asociados a la publicidad y el entretenimiento que establecieron nuevas formas de visibilidad de la dirigencia (Muraro, 1991, Landi 1992, Sarlo, 1992 y 1995)⁷³. La presencia de la televisión contribuyó a modificar el modo en que los discursos políticos se producen, circulan y son recibidos; paralelamente, permitía a dirigentes individuales llegar a audiencias masivas, sorteando los límites y necesidades de las estructuras partidarias. En ese contexto, se acuñó el término “telepolítica” para designar, peyorativamente, intervenciones televisivas de figuras públicas que privilegian el acercamiento emocional sobre la persuasión racional, la degradación del debate ideológico en favor de la búsqueda de impacto, la exacerbación del personalismo, y la mimetización de los dirigentes con la lógica del espectáculo, la publicidad y el marketing⁷⁴.

La cuestión de los géneros discursivos se ubica, pues, en el centro de la discusión sobre el discurso político, en particular, desde los años 80.

“...en épocas de crisis social, de debilitamiento de la representación y la credibilidad partidaria, cuando el candidato debe enviar el mensaje de estar situado por fuera del sistema y la clase dirigente, la TV captura la política desde sus géneros propios como medio: el humor, el melodrama, la historia del héroe deportivo, la

⁷³ La diversa valoración y el tipo de consecuencias inferidas de las novedades en curso dieron lugar a encendidas polémicas, un ejemplo interesante, por la relevancia de las figuras que allí participaron, es el seminario organizado en Córdoba en 1991 y recogido en Schmucler y Matta (1992). Al analizar la campaña presidencial de Perú, en la que se enfrentaron como principales candidatos Alberto Fujimori y Mario Vargas Llosa, Beatriz Sarlo señala: Desde una evaluación más crítica de los efectos de los mass media sobre la política: “Los emblemas de la política han cambiado y, si nunca fueron del todo ‘emblemas de la razón’, los ejemplos latinoamericanos últimos (...) permiten adivinar los progresos del simulacro sobre otras modalidades de la simbolización. Se reemplazan los símbolos de esfera pública y sus géneros discursivos por una escenografía que ya no es escena, sino artificio de escena (...), espectáculo que no se monta para ser visto directamente, sino para ser grabado, fotografiado, televisado.” (Sarlo, 1995:312)

⁷⁴ En un volumen dedicado al análisis del léxico político he tratado con más detenimiento este tema (Cfr. Qués, 2014).

parodia, el cuerpo explícito, las imitaciones, diversos saberes, habilidades y astucias. La política se apoya entonces en viejas complicidades y pactos narrativos de los medios con sus diversos públicos.” (Landi, 1992:96)

Como señalé en el capítulo anterior, no se trata de un fenómeno local, ni tampoco coyuntural. En el texto citado, Landi asociaba los cambios descritos a la crisis posterior a la hiperinflación. Más de veinte años más tarde, sin embargo, el resquebrajamiento del discurso político tradicional no ha hecho sino profundizarse y los géneros tradicionales como el discurso de tribuna o el debate parlamentario se han desplazado a posiciones aún más marginales, menos investidas de poder, en el sentido que le asigna a este término Verón (1987)⁷⁵ y el espectro de géneros mediáticos ha seguido diversificándose desde entonces. En palabras de Courtine (1990:2):

“Una forma de palabra pública, constituida con la Revolución Francesa, fundada sobre los antiguos oradores, concebida sobre el modelo del teatro y que hasta hace poco tiempo formaba el vínculo entre el hombre político y el ciudadano, acabó por apagarse ante nuestros ojos, no sin nostalgia y desequilibrio.”

El mismo autor subraya la conexión de este ocaso del discurso político de tribuna con procesos de fragmentación social que suponen nuevas formas de recepción y, por lo tanto, exigen modelos de interpelación diferentes:

“La masa política se dispersó, se fragmentó y se compartimentó en la intimidad de las entrevistas, en la intimidad de los debates. Esas formas de *living-room politics* transformaron radicalmente el estilo de elocuencia pública. La dislocaron, La implantaron en un lugar, que ya no es el de la reunión popular, sino el de la tecnología audio-visual en que las únicas amenazas físicas son de orden técnico – luz, sonido, transmisión-. Estas formas desgarran el dispositivo enunciativo que desde el origen había dado forma a la interlocución política: la masa desapareció, es evocada apenas como reminiscencia que se resume en dos hileras de espectadores prudentemente alineados sobre unas gradas del estudio.” (Courtine, 1990:6)”

Con la llegada de Internet y el surgimiento de nuevos medios, el problema cobra nueva vida y revitaliza los debates⁷⁶. Si bien el proceso de transformación de la

⁷⁵ “Llamo *poder* al sistema de relaciones de un discurso con sus efectos, cuando las condiciones de reconocimiento conciernen a los mecanismos de base de funcionamiento de una sociedad” (Verón, 1987).

⁷⁶ En el nivel textual, la transformación se manifiesta bajo dos aspectos esenciales :

palabra política es, como vemos, continuo, la confluencia con Internet abre un campo de problemas específicos, que constituyen, a mi juicio, uno de los espacios de reflexión más dinámicos de la disciplina en la actualidad.

Un indicio de ese dinamismo es la inestabilidad terminológica a la hora de referirse a la Web, tanto en los textos periodísticos como los discursos académicos ¿Es un medio, un soporte, un metamedio? ¿Los formatos que allí se encuentran son asimilables a nociones de género pensadas para otros campos propios de la tradición letrada?⁷⁷ Este contexto de inestabilidad hace necesario precisar qué posición he fijado al respecto en este trabajo.

Diferentes autores han explorado los problemas teóricos y metodológicos que entraña el cruce entre diferentes modos de “genericidad” en el seno de la mediatización. Retomando la distinción entre géneros P (productos comerciales) y los géneros “géneros L” (productos “discursivos”) que propone Verón (2004), cabe señalar que los géneros que aquí se analizan constituyen un subgrupo de los géneros P que se intersecta con otro conjunto vasto, el de los géneros Web, cuyas características específicas están determinadas por el soporte tecnológico y los hábitos desarrollados por los usuarios. En estos géneros la escritura está condicionada por herramientas técnicas que prevén su formato de publicación y, por lo tanto, la modelizan según un “balizaje social y cultural” (Bonaccorsi, 2013). Tales herramientas remiten a la “enunciación editorial”, que provee un paratexto homogeneizador. El discurso depende de las condiciones de inscripción específicas que el género en cuestión ofrece u obtura.

a) el recurso a operaciones lingüísticas que no remiten al discurso político especializado, sino preferentemente a usos conversacionales ordinarios (en particular en el nivel del léxico).

b) La borradura de los textos estructurados, argumentativos, en beneficio de la expresión fragmentaria de opiniones. (Dominique Maingueneau, entrevista personal, ver apéndice 1)

⁷⁷ Dominique Maingueneau (2010) propone la noción de “hipergénero” para referirse a Facebook o Twitter: el autor considera que a diferencia de los géneros tradicionales, estos formatos ofrecen marcos idénticos a situaciones comunicacionales muy diferentes (« en Internet todas las unidades de comunicación son del mismo tipo (son “websites”) sujetas a un amplio espectro de determinaciones técnicas y la necesidad de circular de sitio en sitio refuerza la homogeneización. Los hipergéneros no están socio-históricamente determinados: solo “enmarcan” un amplio abanico de textos y pueden ser usados durante largos períodos en muchos países”. Tanto en términos teóricos- dado que la idea de un tipo de materia significativa exento de determinaciones socio-históricas me resulta sumamente problemática- como operativos, encuentro más consistente con el marco teórico elegido la propuesta de Verón. Sin embargo, usaré otros planteos de Maingueneau y considero muy pertinente su observación sobre la homogeneización que se observa en Internet y los motivos técnicos -y, añadido, comerciales- asociados a ella.

Maingueneau enfatiza las consecuencias que esta homogenización tiene sobre la palabra política en los géneros Web al afirmar que:

³El discurso político no existe independientemente de los géneros del discurso político. La intervención de Facebook y de Twitter transforma la manera en la que lo político se pone en escena: el profesional de la política se presenta como lo hacen los actores, los periodistas o los deportistas célebres, ya no ponen su especificidad en evidencia. Uno puede considerar que esta tendencia no es totalmente nueva, sino que radicaliza un fenómeno antiguo. Con la aparición de la radio y luego de la televisión, el destinatario del discurso político ha sido cada vez menos interpelado como ciudadano y cada vez más como una persona a quien uno se dirige en el seno de su esfera privada.” (Entrevista a Dominique Maingueneau)

En este escenario, resulta pertinente recuperar la idea de «escena englobante» propuesta por este autor (Maingueneau, 2010) para designar el campo sociocultural en que se sitúan los discursos (la educación, la publicidad, o en este caso, la política). En muchos casos, sólo en el plano de la escena englobante podemos establecer que determinados enunciados remiten a la escena política.

Por otra parte, la noción de escenografía que propone permite dar cuenta de estrategias conversacionales, propias de Twitter, por ejemplo, que no siempre remiten a intercambios con otros usuarios sino que sólo se ofrecen al lector como indicios de cercanía o una puesta en escena dialógica y suponen una adecuación al género como modelo de escritura y horizonte de expectativas.

“La elección de una escenografía es siempre significativa, ya que implica transformaciones sociales. Al definir una escenografía, el productor puede imponer el marco de la comunicación: el significado de su propia actividad semiótica, la imagen de sus interlocutores, la relación que existe entre ellos y demás.”(Maingueneau, 2010:36)

En efecto, un enunciado encuadrable según los rasgos de la consigna, o el informe de gestión, puede asumir formas escenográficas de la conversación, la broma, el consejo. Este marco impone un alto nivel de presupuestos para su decodificación y, por lo tanto, un umbral de autonomía bajo de los textos. Hasta no hace mucho, los grandes discursos de tribuna, la oratoria parlamentaria o los escritos políticos, se suponían legibles de manera autónoma y destinados a tener cierta permanencia. Los enunciados que se transmiten por Facebook o Twitter son fugaces y se resignifican a través de un sistema de reenvíos recíprocos que atraviesa el sistema de medios y opera en diferentes escalas (local, nacional, global). La comunicación política contemporánea mantiene los géneros clásicos pero éstos se inscriben en una red mucho más amplia y vertiginosa. Por eso, el

valor – en términos saussureanos- de los géneros de la política se ha transformado. El carácter fragmentario y fugaz de los comentarios, declaraciones, críticas y elogios que circulan en Facebook y Twitter suponen un lector familiarizado con el itinerario y los ritmos de ese vasto conjunto de enunciados.

Se modifica, asimismo, el lectorado: a diferencia de los discursos políticos que circulan en los medios tradicionales, los géneros Web no interpelan a lectores “casuales” como los que hojean el periódico o hacen zapping. Quien lee los tuits o las entradas de Facebook de un dirigente es quien ya se ha sentido de antemano interpelado, es decir, un lector que, si no es necesariamente un simpatizante, es alguien lo suficientemente interesado en el debate político como para rastrearlo en la Web, convertirse en “seguidor” o “amigo/a” del responsable de una página. Este es uno de los motivos que favorecen el uso de informaciones y argumentos fragmentarios, elípticos que exigen un lector capaz de completar esas lagunas y al que, posiblemente, le resulte estimulante hacerlo.

I. 2.3. La emergencia de la “política 2.0”

Como anticipé en el punto I.1.1, con el nuevo milenio, una serie de transformaciones técnicas que se operaron en Internet inauguraron lo que se dio en llamar Web 2.0 (Cfr. nota 39). Rápidamente el agregado “2.0” pasó a usarse para calificar toda suerte de fenómenos afectados por la transformación tecnológica y cultural (gobierno 2.0, cultura 2.0, empresas, 2.0, educación 2.0). Por cierto, en esa constelación, la noción de “política 2.0” no tardó en hacer su aparición y en difundirse de manera especialmente exitosa en los espacios ligados a la consultoría y el marketing políticos. Roc Fages Ramió propone una definición que contempla dos puntos de vista:

“En clave de políticos, y de sus partidos, la política 2.0 es el uso de las herramientas 2.0 para potenciar su capacidad de abrirse, de hablar con la ciudadanía y de escucharla y compartir sus opiniones. En clave de ciudadanos, la política 2.0 es su capacidad de organizarse en redes a través de las herramientas 2.0 para crear grupos de interés que acaben influenciando a los políticos y poderes públicos en sus decisiones. Por lo tanto, la política 2.0 tiene un efecto de más implicación política entre la ciudadanía.” (Fages Ramió, 2008)

Como se aclaró inicialmente, el objeto de esta tesis es abordar un recorte centrado en el primer aspecto de este conjunto de fenómenos: se trata de abordar las formas de reconfiguración del discurso político de los dirigentes en el entorno de

dos géneros cuyo uso ha llegado a constituirse en una especie de “exigencia” de la comunicación política contemporánea.

El fenómeno de los blogs como antecedente

Las primeras manifestaciones de alta repercusión que estos cambios tendrían en el orden de los discursos políticos fueron los blogs, que permitieron a ciudadanos no especializados manifestarse sobre asuntos públicos a muy bajo costo, generando redes de afinidad ocasionalmente numerosas. El movimiento de blogueros tuvo un alto nivel de adhesión en los países que, en el momento de su emergencia, tenían un extendido acceso a conexiones de banda ancha⁷⁸ (de Ugarte, 2005) y a la telefonía celular de tercera generación.

Si bien no me ocuparé específicamente de los blogs, considero pertinente hacer una breve referencia a su origen y sus rasgos fundamentales ya que Twitter, en tanto plataforma de microblogging, mantiene un “aire de familia” con sus antecesores.

Los blogs surgen a mediados de la década del '90 para designar páginas Web dedicadas a reunir “enlaces con comentarios”. Se trata de una secuencia de entradas, generalmente a cargo de un individuo, cuyo rasgo formal más relevante es el orden inverso, es decir que las nuevas entradas aparecen en posición inicial (Blood, 2002)⁷⁹.

⁷⁸ Así describe Fages-Ramió la evolución que el fenómeno tuvo en España: “Cuando hacia el 2003 los blogs eran una realidad muy extendida, los mismos políticos empezaron a integrarse en este fenómeno. De hecho, los primeros que lo hicieron en nuestro país solían ser políticos sin altos cargos. De todas maneras, fuera de Cataluña y España ya había alcaldes que empezaban a tener blogs. Aquellos primeros blogs estaban en toda su pureza, permitiendo los comentarios de los usuarios que accedían a ellos -actualmente, muchos blogs de políticos han dejado de serlo y se han convertido en una página web personal en formato de blog, pero sin los elementos esenciales que permiten intercambio de opiniones como son los comentarios. (...) Hay muchos blogs políticos pero pocos blogs de políticos. Es decir, pocos son los blogs de políticos que aprovechan esta tribuna para hablar con la ciudadanía, y muchos son los blogs de ciudadanos a los que les interesa la política que utilizan esta tribuna para hacer “lobby virtual”. (Fages-Ramió, 2008)

⁷⁹ Como Facebook y Twitter, los blogs forman parte de lo que Herring ha denominado “géneros emergentes”. A partir de la mencionada definición de Rebecca Blood, Greg Myers (2010) puntualiza que la actualización frecuente los diferencia de las antiguas páginas personales, mientras que el hecho de que se organicen en torno a links los distingue de un diario personal. Asimismo, señala, los blogs, por lo general, permiten comentarios sobre las entradas e incluyen listas de blogs que pueden interesar a una misma comunidad de lectores.

La anécdota fundacional atribuye a Jorn Barger el uso de de la expresión “Web log⁸⁰” para designar este formato, mientras que su colega Peter Merholz reformuló la secuencia como “we blog”. En principio, eran simples listas de enlaces que, a falta de motores de búsqueda eficaces, facilitaban la orientación a los cibernautas (Sefarty, 2006). Dos años más tarde, surgieron los primeros programas que facilitaban la creación de blogs para cualquier usuario no especializado⁸¹. La vitalidad del fenómeno que se desató entonces hizo que el neologismo rápidamente se trasladara a otras lenguas y diera origen un verbo, (en español, “bloguear”) y a términos que designan a los autores de estas bitácoras (“bloguero”) o al universo de los blogs (“blogósfera”)⁸².

Las exigencias formales de los blogs son exiguas: en su formato más habitual se trata de una caja central que contiene las entradas (*post*) y menús laterales que facilitan la navegación, conectan con otros blogs afines o permiten ingresar al archivo para ver entradas antiguas. Esta labilidad formal permite que los usuarios los adecuen a los usos más diversos: diarios personales, recetarios, información sobre intereses específicos, periodismo, política, etc... Como señala Myers (2010), los usuarios tienen de antemano una idea sobre el funcionamiento tradicional del género en que se sitúan y de las restricciones y posibilidades que ofrece. Sin embargo, subraya este autor, esos géneros cambian, más o menos sutilmente, al incorporar los recursos del nuevo soporte (enlaces, comentarios de lectores, imágenes, recursos de diseño, sonido, herramientas de actualización y revisión, etc.). Por este motivo, Susan Herring denomina “géneros reconfigurados” a estos géneros preexistentes y considera que los blogs operan como “puentes” entre las formas tradicionales y las emergentes.

⁸⁰ En la acepción que corresponde a este uso, *Log* es traducible como “registro” o “bitácora”. Al referirse a la implantación del término en la lengua española, Pozuelo Olle (2015: 85) remite a la definición del término que aparece en la versión más reciente del Diccionario de la RAE: “blog se define como ‘sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores’ en la vigesimotercera edición del Diccionario de la lengua española (DRAE23), consultable provisionalmente en su versión electrónica”

⁸¹ Una de las plataformas más exitosas, *Blogger*, de la empresa Pyra, fue adquirida en 2003 por Google.

⁸² Inspirados en este término, alrededor de 2007 algunos ciberactivistas ligados al Frente para la Victoria fundaron la “peronósfera”, espacio dedicado a registrar los blogs políticamente afines (Ma. Sol Tischik, entrevista personal).

Finalmente, los blogs contribuyeron a consolidar un tipo de discurso que tiende a constituirse en norma en Internet, caracterizado por la oralización de la escritura y la heterogeneidad (Sefarty, 2006; Mancera Rueda, 2014). Tal heterogeneidad de voces se relaciona con la materialización de los vínculos hipertextuales, que se hacen visibles en los signos de pasaje destacados a través del color azul o a través de íconos (mano, la flecha que indica “play”), que se activan al recorrer un sector del texto con el cursor. De esta manera, hay puntos del texto que tienen, a la vez, un valor semántico y un valor utilitario: a través de ellos el lector puede operar sobre el texto, “en una interacción que es a la vez interpretativa y funcional”. (Bonaccorsi, 2013:130).

La primera campaña electoral en la que se pudo apreciar un uso intensivo de blogs como herramienta proselitista fue la que precedió a las elecciones primarias de 2004 en Estados Unidos. Los candidatos usaban los blogs para difundir sus propuestas, interactuar con sus simpatizantes y recaudar fondos. Quedó entonces en evidencia el potencial de un formato que:

“da lugar a un espacio dialógico que no sólo vincula al actor político con sus partidarios de manera clara, sino que también permite que los militantes se conecten entre sí.” (Sefarty, op.cit:28).

Al margen de los sitios oficiales de los candidatos, florecieron pues los blogs de los simpatizantes, palabras no autorizadas, sin la sanción oficial del partido que operan – no sólo en aquella campaña sino en todas- como un multiplicador eficaz pero también como una amenaza, en tanto esta proliferación de voces autónomas implica una pérdida del control sobre la “gramática ideológica”⁸³ que puede resultar eventualmente conflictiva (Cfr. nota 59).

Es sabido que esta nueva tendencia en la comunicación política cobró un impulso decisivo a partir de 2008, con la campaña presidencial de Barack Obama en Estados Unidos⁸⁴. Sin embargo, los protagonistas ya no eran los blogs sino un nuevo formato que tendría altísimo impacto: las redes sociales. El candidato norteamericano se

⁸³ Tomo este concepto de Verón (1987a:129) quien define las *gramáticas discursivas*: como un modelo de reglas que caracterizan la producción (o la lectura) de cierto conjunto signifiante, “Una gramática de lo ideológico representará, por consiguiente, todo lo que en un discurso, depende de sus relaciones con los mecanismos de base de la sociedad donde fue producido”.

⁸⁴ Numerosísimos trabajos abordaron el fenómeno. Ver, por ejemplo, Gutiérrez Rubí, 2008.

destacó por el uso innovador que dio a las redes sociales que, de alguna manera, funcionaban como un indicio del carácter renovador de la escena política estadounidense que tenía su candidatura⁸⁵. El acople que se producía entre la comunicación innovadora, el ethos del candidato y la promesa electoral fue perfecto.

El impacto internacional de tal estrategia resultó enorme: por sólo citar un ejemplo, en 2011, el PSOE contrató al equipo de asesores de Obama para desarrollar su campaña electoral en Internet. Sin embargo, de las tres condiciones que señalé en el caso de Obama, sólo la primera parece haberse cumplido en este último caso (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013).

El auge de los blogs declinó ante el creciente protagonismo de fenómenos como Facebook y Twitter, cuya fortaleza es la facilidad para desarrollar la dimensión relacional de la Web⁸⁶. Desde la perspectiva de los ciberactivistas, este proceso implicó una recentralización del acceso al espacio público virtual. La crítica que formulan es que estos espacios promueven una cultura de la adhesión, opuesta al clima deliberativo de los blogs. Para quienes asumen esta perspectiva, el éxito de Facebook y Twitter en el campo de los discursos políticos se explica porque éstos ofrecen a los dirigentes un espacio más controlado y menos expuesto a la crítica de las bases que un ámbito descentralizado como la “blogósfera”. Así evalúa la situación el ciberactivista español David de Ugarte:

“Creo que en un principio los políticos entendieron bien lo que de recentralización hay en las estructuras de Facebook y Twitter. A diferencia de los blogs, que sólo tienen sentido en una conversación, estas herramientas impulsan una cultura de la

⁸⁵ “Obama seguía a través de su perfil de Twitter a otras 168.000 cuentas. Es decir, seguía casi al mismo número de personas que leía sus mensajes, un detalle de reciprocidad con el que se lograba transmitir ‘una sensación de proximidad y de igualdad que, en la red, es posible y altamente valorada’ (Gutiérrez-Rubí 2008). De hecho, ninguno de los mensajes enviados por los ciudadanos a los gestores de la campaña en cualquiera de sus plataformas quedaba sin responder. A veces se encargaba de ello el propio Obama, otras Michelle, su mujer, o incluso Hillary Clinton, pero sobre todo lo hacían sus asesores de campaña, ayudados por una gran cantidad de voluntarios. La atención personalizada fue uno de los grandes logros de esta estrategia de comunicación diseñada para hacer que el ciudadano se sintiera escuchado, para hacer que se sintiera especial. A ello contribuyó también el envío de mensajes no intrusivos y redactados en tono personal, que apelaban directamente a cada elector para instarle a la acción o solicitar su voto, pero con una apariencia muy diferente de la propaganda al uso. Gracias a ello daba la impresión de que Obama no hacía publicidad, sino que ‘dialogaba’ con sus electores potenciales.” (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013a). Para una descripción y análisis más amplios de la primera campaña Presidencial de Obama, véase Da Empoli (2008).

⁸⁶ Con respecto a la declinación del protagonismo de los blogs Beatriz Sarlo señala que actualmente “se usan como plataforma de reserva: aquello que es demasiado largo va al blog y después se linkea a Twitter o a Facebook.” (entrevista personal).

adhesión que se adapta al modelo comunicativo clásico de las dirigencias políticas tradicionales. Básicamente al restringir el rol del ciudadano al de 'seguidor', a la expresión de gusto o disgusto, les coloca en un plano superior y les libera del lugar en el que los blogs les colocaban, el de articulador de los relatos sociales." (Entrevista a David de Ugarte)

Esta visión de los blogs es muy difundida. Sin embargo, para matizar esta perspectiva, es conveniente considerar estudios empíricos que revelan otros aspectos. Susan Herring (2005) hace una caracterización del género basada en el análisis de más de doscientos blogs, tomados al azar. La autora señala que su corpus desmiente la idea de que entre los blogs predominan los textos interconectados, interactivos y orientados a eventos externos. Por el contrario, hallaron que en la mayor parte de los casos, se trata de textos en los que predomina la expresión personal, la temática intimista y, frecuentemente, los enlaces externos eran escasos o estaban ausentes.

Este tipo de confrontación entre la percepción difundida de un género Web y sus usos concretos resulta interesante en un escenario que se caracteriza no sólo por un intenso dinamismo sino que también ratifica la idea de que en torno a estos productos novedosos prolifera una cantidad de tópicos más vinculados a prejuicios y expectativas que a experiencias de uso concretas. .

I. 2.3.1 Etapas de los usos políticos de Internet en Argentina

En el plano de la comunicación política local el desarrollo de los usos de Internet permite distinguir dos modalidades sucesivas: en una **primera etapa**, a fines de la década del '90, predominaban los enunciadores institucionales. Los partidos tradicionales abrieron – con mayor o menor fortuna y continuidad- sitios Web destinados a mantener actualizados los canales de comunicación con sus simpatizantes y para agilizar la relación con la prensa (a través de la publicación de gacetillas y documentos institucionales)⁸⁷. En sus orígenes, estos sitios Web - herederos de los periódicos partidarios- tuvieron cierta connotación de transparencia, asociada a un discurso de mayor alcance en torno a la relación entre Internet y el acceso a la información. Una marca de esta tendencia es que los

⁸⁷Estas observaciones derivan de un trabajo de investigación previo dedicado a analizar los sitios web de la UCR y el PJ (Qués, 2013).

partidos publicaban, por ejemplo, una rendición de cuentas de los gastos de campaña u ofrecían la posibilidad de hacer donaciones online para la campaña electoral, en un gesto evidentemente tomado del modelo norteamericano de escasa repercusión a nivel local. El nuevo medio nacía ligado a un nuevo verosímil (o a un viejo verosímil reactualizado), potenciado por otros discursos que instalaban el tópico de Internet como herramienta de la transparencia política e, incluso, como un eventual antídoto contra el secreto y la corrupción. Las formas de accesibilidad que ofrece Internet eran el punto de articulación entre la nueva tecnología y los tópicos recurrentes del discurso político y periodístico finisecular.

Una **segunda etapa**, nacida con la irrupción de los formatos de la Web 2.0 y estimulada por el impacto de la campaña de Obama, comienza a instalarse aproximadamente en 2008⁸⁸, y se caracteriza por desplegar prácticas más interactivas. Esta nueva modalidad se tradujo en la fundación de espacios ligados a candidatos, dirigentes y fórmulas electorales más que a partidos y por la presencia creciente de figuras políticas en las redes sociales y plataformas de microblogging. Inicialmente, el uso de estos géneros se centró en la difusión de propaganda electoral. Cierta superficialidad de la apuesta se verifica en el hecho de que, en la mayoría de los casos, los sitios fueron abandonados después de la elección⁸⁹.

En el contexto electoral, la red tendió a funcionar como metamedio, es decir, un soporte destinado a fortalecer la difusión de materiales diseñados para otros medios

⁸⁸El testimonio obtenido en la entrevista con María Sol Tichik resulta interesante, entre otras cosas, porque ilustra lo acelerado de los cambios: “Me incorporo como tutora en este curso de “Blogs y Política” en el año 2006, y ahí me metí de lleno a militar en ese espacio. Nosotros en el 2006 íbamos, dábamos una capacitación y cuando preguntábamos ‘¿Quién tiene casilla de correo?’ se levantaban pocas manos porque la realidad es que el nivel de conectividad era del 16%, del 22%, estaba por ahí, y hoy tenés a más del 50% de la sociedad (...). Hay una mesa que promueve el PJ Digital que es una mesa nacional. Yo formo parte de esa mesa nacional, seríamos cinco o cuatro personas que estuvimos en ese primer momento. Después sí hay empujones o personas en el ámbito político que entienden más lo que hacemos que otros, entonces le dan otro espacio. Aníbal (Fernández) participó en el primer videochat que nosotros armamos. ¿Qué hicimos? En el año 2009, en el marco de la campaña, Aníbal era Jefe de Gabinete y fuimos con una notebook a su despacho, abrimos un video y un chat. Antes abrimos un espacio para que la gente pudiera hacerle preguntas. Entonces, durante la entrevista, él iba hablando y salía en directo por Internet.”

⁸⁹ Al respecto, Lucas Lanza, responsable de una consultora especializada en marketing 2.0 afirmaba en 2010: “Investigaciones anteriores del Observatorio Permanente muestran cómo esta aprehensión de los políticos argentinos a los nuevos medios durante la campaña no se sostiene una vez que llegan al gobierno. En 2008, solamente el 55% de los legisladores porteños tenían una presencia online. Un estudio del mismo año reflejó que menos del 15 % de los municipios de Argentina contaba con un portal oficial en Internet.” (Lanza, 2010)

(columnas de opinión, spots, afiches). Sólo gradualmente se comenzó a explorar los recursos específicos y a usarlos de manera sistemática y permanente. El afianzamiento de estas prácticas cobró impulso a través de varios fenómenos interconectados: (a) la intervención de figuras políticas del gobierno nacional en polémicas coyunturales a través de estos soportes y (b) la expansión de la conectividad y el uso de celulares de tercera generación y (c) la hostilidad existente, a partir de 2008, entre el gobierno nacional y una parte importante de la prensa tradicional, que abonó la búsqueda de canales de comunicación alternativos⁹⁰.

En el marco de la red 2.0 el uso que se tematiza ya no es tanto la transparencia como la participación, ligada también a otros géneros y a otros canales –Facebook, Twitter, cadenas de mails, blogs-, a otra etapa en el desarrollo de Internet y a otro clima de época en el campo político.

I. 2.3.2. Las redes miradas desde la política

Como he anticipado, uno de los factores que definen Internet es la dimensión relacional. En este sentido, afirma Verón (2013) que “las redes sociales reactivan la pregunta por el vínculo social en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa. Y el interpretante no puede ser otra cosa que *político*”. En efecto, Internet, en general, y Twitter y Facebook, en particular, generan nuevos modos de conexión interpersonal y social y nuevos modelos de vínculos, es decir, impactan sobre la cuestión política por excelencia: el cómo y porqué estamos juntos.

Ya me he referido anteriormente a la fuerza con que se ha instalado la idea de que las redes permiten la comunicación “uno a uno” (*peer to peer* o *p2p*) y, por lo tanto, “aplanan” las jerarquías poniendo en equivalencia voces múltiples. Desde un punto de vista meramente empírico, sin embargo, si se coteja la relación entre la cantidad de seguidores de los dirigentes y la cantidad de usuarios a los que ellos siguen, la desproporción muestra que la idea del “uno a uno” es una posibilidad que la

⁹⁰ Hay que considerar, asimismo, el rápido proceso de legitimación social que se fue construyendo en torno a Twitter. Ventura (2015:7) subraya el rol que los medios tradicionales han tenido en ese proceso: “un fenómeno que ha contribuido fuertemente en ello es el hecho de que las agencias de noticias y los medios masivos de comunicación – portadores de legitimidad- retomen y difundan los tweets de los políticos dándole a esta red social el valor de fuente primaria de acceso a la palabra de los candidatos.”. En efecto, la presencia de “periodistas tuiteros”, el aprovechamiento de los materiales difundidos en Twitter para construir noticias y la reproducción textual de tuits consolidan el espacio de esta plataforma en el sistema de información pública.

tecnología habilita pero que prácticamente no existe como práctica efectiva⁹¹. Al respecto, Beatriz Sarlo (2011:67) plantea que:

“No cualquiera enuncia en Twitter, aunque todos estén en condiciones de tuitear. En este punto se reinscriben algunas de las valencias que organizaban y todavía organizan otras esferas. A un animador de televisión o de radio le resulta infinitamente más sencillo conseguir seguidores que a un participante anónimo. El nombre propio todavía garantiza un piso de seguidores y, en la lógica del encadenado, los seguidores tienden a traer seguidores. Los prestigios exteriores a la Web tienen un peso, aunque la Web puede consagrar a completos desconocidos que sean particularmente astutos para manejar sus normas.”

Por su parte, los dirigentes entrevistados destacan diversos aspectos en el uso de las redes. Por un lado, consideran que favorece la accesibilidad frente a la ciudadanía: les ofrece un espacio para poner información a disposición de los ciudadanos – y difundir su agenda, sorteando las barreras de acceso a los medios tradicionales- y abre un canal para recibir mensajes o inquietudes:

“Sobre cada actividad que realizo, mi equipo de prensa envía partes a todos los medios de la provincia. Pero puedo ver que no todos los medios los levantan. Entonces para muchas de esas cosas me sirve el Facebook. Pero no sólo para eso: hay personas que sin siquiera ser amigos míos en Facebook, sin conocerme, tienen la oportunidad de mandarme mensajes o pedidos a través del mensaje privado. Yo estoy muy contenta con eso” (entrevista con la diputada Elsa Álvarez)

El segundo aspecto que destacan –asumiendo, en este caso, el rol de usuarios/lectores de otras voces- es que las redes sociales les permiten acceder a una suerte de “voz popular”: la idea reaparece en el discurso de varios entrevistados (J. Rodríguez, E. Salzmán, F. Suárez Lastra, E. López, F. Pinedo, A. Rossi). Algunos de ellos recurren a la metáfora del “termómetro” o a la idea de “feed back”

⁹¹Algunos ejemplos: en febrero de 2014, siendo Presidente de la Nación, Cristina F. de Kirchner tenía 2.580.000 seguidores y seguía a 57 usuarios – todos ellos instituciones o funcionarios del país o extranjeros. Aníbal Fernández, entonces Jefe de Gabinete de Ministros, tenía 461 mil seguidores y seguía a 969; Agustín Rossi, que ejercía el cargo de Ministro de Defensa contaba con 131.000 seguidores y seguía a 664. La brecha era menos profunda –aunque igualmente significativa- en los casos de dirigentes opositores: Margarita Stolbizer tenía 91.800 seguidores y seguía a 1582; Facundo Suárez Lastra, tenía 4.030 seguidores y seguía a 1062; Jesús Rodríguez tenía 260 seguidores y seguía a 370. No se trata de un fenómeno local: Hugo Chávez tenía, al final de su vida, más de 4 millones de seguidores y seguía a 22. Mancera Rueda y Panno Alamán han observado fenómenos similares en España. Ernesto Calvo (2015) explica que la tendencia a seguir a pocos usuarios –por lo general institucionales y de identidad verificable- es un resguardo que toman las figuras públicas para evitar verse accidentalmente envueltos en polémicas o escándalos por “seguir” algún usuario desconocido. Posiblemente, la diferencia con las prácticas de la campaña de Obama deriven de la generalización del uso de la plataforma, de experiencias negativas, aprendizajes y de la influencia de los “community managers”.

para describir la posibilidad de percibir, de manera inmediata, la repercusión de determinados temas, acciones o discursos en las redes sociales. Por ejemplo:

“Ayer hice un buen discurso y donde primero repercutió fue en las redes. En Twitter reconociendo el discurso, en Facebook también. Y, bueno, te vas ubicando. Cuando sentís que hay una posición o alguna decisión política en función de los comentarios, o de la cantidad de comentarios, o de las adhesiones, vas tomando un termómetro.” (Entrevista con el diputado Agustín Rossi)

Todos consideran que el uso de las redes es un complemento necesario en la actividad política cotidiana. La emergencia, por otra parte, de equipos especializados que se ocupan de asesorar a dirigentes políticos en el uso de estas herramientas es un indicio de la relevancia que han comenzado a adquirir y también de las necesidades de adecuación que imponen. Así lo planteaba Agustín Rossi que, en el momento del encuentro, presidía el bloque de diputados del Frente para la Victoria.

“Me parece que es una herramienta más, que tenés que estar, (...) Tengo un blog que se carga automáticamente, pero no hay una generación propia para el blog. Nosotros (el equipo) tenemos una página, tenemos un Twitter, tenemos el Facebook, tenemos un canal de YouTube.” (Entrevista a Agustín Rossi)

Como puede verse, hay una cierta discordancia entre la valoración de la cercanía y el ejercicio delegado y profesional de su uso. Lejos de ser un rasgo privativo de nuestra cultura política, esta brecha ha sido también marcada en estudios realizados en otros países. En Estados Unidos, por ejemplo, se ha señalado que el uso que hacen de Twitter los legisladores de ese país consiste básicamente en autopromocionarse del mismo modo que antes se hacía a través de los comunicados de prensa (Golbeck et al. citado en Zappavigna 2012). El mismo trabajo indica que, en la mayoría de los casos, se delega el uso en *FRPPXQLW managers*⁹². Una situación similar ha sido descrita por Mancera Rueda y Panno Alamán en el caso de España.

Finalmente, desde una perspectiva práctica, los dirigentes, en particular aquellos que militan en la oposición y tienen recursos más limitados, destacan la sencillez y el

⁹² Mientras que los “ghost writers” tienen una larga tradición como redactores de textos para figuras públicas, los “community managers” han nacido al calor de las redes sociales, como conocedores de la lógica de las redes y portadores de los saberes técnicos necesarios para aprovechar los recursos de la red. El uso amateur de las redes entre los dirigentes políticos ha ido retrocediendo a gran velocidad durante el periodo de elaboración de esta tesis.

bajo costo de estas herramientas. Por este motivo, consideran que las redes implican cierta democratización del debate público:

“En términos de la democratización del poder, le permite a una persona con menos recursos estar en lugares que antes requerían un determinado nivel de organización y de costo, que hoy eso no tiene. Digamos, hoy el despliegue, mismo el movimiento que un político como yo hace es costo cero. Hace algunos años, eso era la gacetilla, una moto, tener una persona que la lleve, mandar un taxi...” (Facundo Suárez Lastra, entrevista)

En cuanto a los aspectos negativos, también hay coincidencias generalizadas – aunque mucho más marcadas en el caso de los dirigentes que podrían considerarse “inmigrantes digitales”-. Los entrevistados señalan la pérdida de matices argumentativos que implica la comunicación en las redes, critican la profusión de enunciados anecdóticos y banales y rechazan la agresión escudada en el anonimato.

En síntesis, la transformación comunicativa desencadenada a mediados de la primera década del siglo dio lugar, en el terreno político, en primer término, a una promesa de comunicación interactiva abierta a nuevas formas de participación popular. El momento de auge de los blogs fue tal vez la etapa más intensa de esa promesa. Actualmente, el protagonismo de Facebook y Twitter provee entornos más controlables para los enunciadores políticos: aunque los tópicos que los asocian a una comunicación más abierta y participativa siguen vigentes, en las entrevistas realizadas, la imagen del *feed back* remite más a imágenes de control de los efectos de la palabra propia que a una mayor fluidez en el intercambio con las bases.⁹³

En los próximos capítulos desarrollaré una aproximación a los rasgos formales de esos géneros y sus funciones político-comunicativas.

1.2.4. Conclusiones del capítulo

En este capítulo, he presentado, en primer lugar, una revisión crítica de los criterios empleados para pensar los rasgos y las –tenues- fronteras del discurso político, dado que este concepto es uno de los ejes centrales de la problemática

⁹³Por cierto, esto no implica minimizar importancia del empleo de las redes como herramientas organizativas de colectivos populares en momentos puntuales como se ha señalado en el caso de las protestas de Madrid en 2011 y también en el caso de marchas opositoras realizadas en nuestro país a fines de 2012. Sin embargo, se trata de una vertiente del fenómeno que no abordaré en este trabajo.

que analizaré en la tesis. Tal revisión permite, si bien no delimitar con precisión el campo de la palabra política, explicar por qué es tan complejo tratar de asirlo.

Todas las caracterizaciones presentadas tocan algún aspecto sin duda pertinente, pero los géneros en constante reconfiguración y los límites siempre variables hacen que las definiciones más productivas sean las más abiertas, ya que se pueden adaptar para incluir fenómenos novedosos o marginales. Por otra parte, la mayor parte de las definiciones presentadas, corresponde a los años '80. Me arriesgaría a sostener que esas definiciones no sólo hablan del discurso político sino también de las preocupaciones de la disciplina en aquellos años. En las décadas siguientes se observa una declinación de la búsqueda de herramientas para establecer tipologías y los esfuerzos se orientan más hacia el desarrollo de instrumentos destinadas a analizar los problemas derivados de la mediatización y la superposición de la lógica política con las lógicas de los medios. Esto remite a las líneas de trabajo presentadas en el capítulo 1.

A partir de allí la corriente central de la disciplina ha adoptado perspectivas que privilegian el estudio de los juegos de hibridación, los niveles de significación de objetos configurados por materias significantes diversas u otros aspectos del funcionamiento social de los discursos. En esta línea de trabajos se ubica la investigación que aquí presento.

El segundo aspecto que ha sido tratado en el capítulo corresponde al marco más general de la temática propuesta: analizar los rasgos de la palabra política en Internet torna necesario repasar, en primer lugar, el proceso de surgimiento de la "política 2.0" y las sucesivas etapas en que se fueron delineando los usos políticos de la Web en nuestro país. Tal vez lo más interesante de esa revisión reside en el hecho de que los usos de Internet han sido vistos, sucesivamente, como una herramienta capaz de abrir camino a las demandas y promesas características de distintos momentos políticos, esto es, la transparencia, a fines de los '90; los entornos participativos, en la primera década del nuevo siglo y, -sin hacer futurología-, parece despuntar, en el presente, la visión de Internet como un facilitador de la eficiencia.

Esta perspectiva sociopolítica de las nuevas tecnologías se recupera asimismo al revisar los testimonios de informantes clave. Acceder a la voz de los actores me ha permitido chequear tendencias observadas en el corpus y también interpretar mejor las condiciones de producción de los textos, cotejar las percepciones con la

información sobre el escenario que se da en otros países y percibir las huellas de un proceso de cambio y aprendizaje en el manejo de las redes. Los principales factores comunes que se reiteran en las entrevistas realizadas son:

1. el uso de las redes ha adquirido un carácter “obligatorio” para los dirigentes políticos.

2. las funciones principales son difundir la agenda y permitir un acceso inmediato a la repercusión social de los temas y acciones que marcan cada coyuntura.

3. la recuperación de los tópicos centrales del discurso sobre las redes (cercanía, comunicación “uno a uno”) que entra en tensión con el uso delegado y cada vez más profesionalizado de las redes.

4. la valoración de las redes como una herramienta democratizante, en la medida en que abren un canal alternativo para dirigentes que tienen menos oportunidades de acceder a los medios tradicionales.

5. el rechazo de la banalidad y la agresividad amparada en el anonimato.

6. cierta preocupación por las dificultades de desarrollar argumentos complejos en ese entorno.

7. la calificación de Twitter como un entorno más desafiante que Facebook (tanto por la atmósfera como por las exigencias retóricas).

En los capítulos que siguen retomaré en más de una ocasión estos testimonios, como vía de fundamentación y refuerzo de las interpretaciones propuestas.

Capítulo I. 3. Twitter: me lo contó un pajarito⁹⁴

“Nunca jamás pude con el Twitter. Hashtag!
Déjenme en paz con el hashtag!”

(Comentario de una usuaria en Facebook, 2-2-16)

La presencia de Twitter parece hoy impregnar todas las esferas de la vida social. Todos parecen tener determinada idea o valoración de la plataforma. Sin embargo esta misma cercanía hace que fácilmente se pierda de vista lo novedoso que tiene como objeto. Por eso, creo oportuno partir de preguntas básicas ¿Qué es Twitter? ¿Cómo funciona? ¿Cuáles son sus rasgos distintivos? ¿Quiénes, cómo y para qué lo usan en el campo de la política? Estos interrogantes tienen, a mi criterio, la virtud de devolver la extrañeza al objeto y de invitar a problematizar cada una de sus facetas.

Para esbozar algunas respuestas en este capítulo recapitularé, en primer lugar, información general sobre los orígenes y rasgos de la plataforma y me referiré a algunos de los recursos expresivos y enunciativos que distinguen al género. Por último, presentaré un ordenamiento de los usos político-comunicacionales de los tuits, a partir de lo observado en el corpus.

I.3.1. Orígenes y rasgos

Twitter, la plataforma de microblogging creada por Jack Dorsey en 2006, ha irrumpido en el campo de la comunicación política con inusitada fuerza. Se trata a la vez de un espacio de producción de nuevas formas de discurso político y de un objeto de debate para políticos, académicos, periodistas y usuarios. Algunos datos sobre su evolución ayudan a calibrar la velocidad con que llegó a consolidarse a nivel global:

- -Un año después de su lanzamiento, Twitter contaba con seis millones de usuarios en Estados Unidos. La versión en español se lanzó en 2008 (Rojas, 2012).

⁹⁴Las citas empleadas para ejemplificar los rasgos del género han sido tomadas del corpus. Siempre que resulte posible las citas del corpus se presentarán en el formato original.

- -En la actualidad, Twitter cuenta, a nivel mundial, con 241 millones de usuarios activos por mes y cada día se publican 500 millones de tuits. El 76% por ciento de los usuarios activos usa la plataforma desde teléfonos celulares (Twitter, 2014). Los usuarios son en su mayoría jóvenes (más del 40 % tiene entre 25 y 45 años (Fuente: Ignis View, 2012).
- -En el momento de recolección del corpus, Argentina, con 6 millones de cuentas se ubicaba en el 15° lugar en el mundo. (Ibídem)
- -Las cifras que publicó en 2014 el Ministerio de Justicia a través de la Dirección de protección de datos personales (*Mapa Argentino de las Redes Sociales*) tiene sin embargo severas diferencias con esas cifras: estima la cantidad de usuarios activos de Twitter en el país en 4. 243. 000 (frente a 16 millones de Facebook). La diferencia se debe, seguramente, a que las cifras de Ignis View no discriminan entre usuarios y usuarios activos.

Derivada del auge de los blogs, la idea del microblogging combina la experiencia de los blogs y la de la telefonía celular (SMS). Como los blogs, los perfiles de Twitter son secuencias de entradas, generalmente a cargo de un individuo, presentadas en orden inverso: las nuevas entradas aparecen en posición inicial (Blood, 2002). Zappavigna (2012:27) define el término microblogging como “una forma de comunicación de extensión limitada (por ello ‘micro’) que utiliza un servicio de red”. La empresa, por su parte, definía el servicio como “una red de información en tiempo real que te conecta con la última información acerca de las cosas que te resultan interesantes” (Twitter, 2010. Citado en Zappavigna, 2012:29). La exigencia de brevedad (140 caracteres) está contenida en el nombre de la plataforma: “tweet” es una onomatopeya traducible como “pío”, y la metáfora es reforzada por el pajarito que es ícono de la marca.

En cuanto al modo de funcionamiento, los usuarios abren un perfil y a partir de entonces pueden publicar actualizaciones de estado (cuya secuencia se denomina “timeline” (TL) y suscribirse a las publicaciones de otros usuarios para recibir las actualizaciones de manera automática. El verbo *seguir* se usa para designar estos vínculos de suscripción. Las actualizaciones de estado que hacen los usuarios actúan como disparadores de secuencias de comentarios (Herring, 2012). La

cantidad de seguidores y comentarios obtenidos es un indicio del capital simbólico del titular del perfil.

Las relaciones que se establecen en Twitter son asimétricas, es decir que el vínculo entre usuarios no supone reciprocidad ni afinidad. Un usuario no necesita aceptación para seguir a otro ni debe manifestar aprobación para ser seguido. Cada usuario tiene, sin embargo, la posibilidad de restringir su perfil o bloquear “seguidores”, en caso de que reciba comentarios injuriosos, disruptivos con el tono o la gramática ideológica de su perfil o bien porque sospeche que se trata de un intruso malintencionado (*troll*⁹⁵).

Con respecto al tipo de usuarios, en Twitter predominan los líderes de opinión (de los más diversos campos). Un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Maryland y la empresa NEC (Java, Finin, Song y Tseng, 2007) acerca de las motivaciones de uso de la red de microblogging clasificaba a los usuarios de Twitter en tres categorías:

- las fuentes de información (usuarios con muchos seguidores y actualizaciones frecuentes),

- los “amigos”, que usan la red como refuerzo de vínculos preexistentes

- los buscadores de información, que actualizan escasamente pero siguen a otros usuarios con regularidad.

Actualmente, en Twitter predominan el primer y el tercer perfil, mientras que la función de socialización tiende a ser captada por Facebook. Esta segmentación más precisa del público lo hace particularmente valioso en el campo político⁹⁶, como subrayó Agustín Campero en la entrevista que mantuvimos:

⁹⁵Según la definición de Wikipedia “En la jerga de Internet, un **troll** o **trol** describe a una persona que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea, como un foro de discusión, sala de chat o blog, con la principal intención de molestar o provocar una respuesta emocional en los usuarios y lectores, con fines diversos y de diversión o, de otra manera, alterar la conversación normal en un tema de discusión, logrando que los mismos usuarios se enfaden y se enfrenten entre sí”. en muchos casos, se trata de personajes ostensiblemente satíricos (@CoronelGonorrea, @elcositodelapizza), cuyas intervenciones parodian o ironizan acerca de otros discursos. Para un estudio más detallado véase Herring, S. et al. (2002).

⁹⁶Se ha señalado que, si bien Twitter tiene un cuerpo más variado de productores que los medios tradicionales, los que logran concentrar la atención son menos del 0,5 de los usuarios. Asimismo las redes de usuarios de élite tienen una estructura “homófila”: “Celebridades que siguen a celebridades,

“Twitter es un auditorio mucho más afín para mis objetivos. Por la forma en que se construyen las relaciones y las discusiones; es un auditorio bastante más direccionado a lo que a mí me interesa y que, aparte, también tiene mucho más eco, de pasar afuera de Internet.”

1.3.2. Recursos expresivos característicos del género

Twitter se caracteriza, además, por una serie de convenciones específicas; me referiré, en particular, a tres de ellas, que resultan emblemas del género: los *hashtags* o etiquetas (simbolizados por el signo #), la indicación RT (para indicar que se reenvía el tuit de otro usuario) y lo que llamaré la escenografía dialógica. Estas herramientas, nacidas de las prácticas de los usuarios, resultan relevantes al analizar las características enunciativas de los tuits ya que todas ellas son marcadores de los intercambios entre los usuarios. Por otra parte, estas convenciones exigen que los usuarios manejen ciertos códigos específicos, lo cual plantea un umbral más alto para el ingreso con respecto del que existe en otras plataformas que resultan más amigables para internautas menos avezados.

-Los *hashtags* o el sueño de marcar tendencia

Los *hashtags* o etiquetas son marcadores que vinculan un tuit con determinado tema; se componen del signo # y una secuencia de caracteres sin espacios intermedios: por ejemplo, *#BienvenidaYPFGraciasCristina*. Los usuarios pueden crear etiquetas o suscribirse a determinado tema. La importancia del recurso es, en primer término, el permitir que los temas resulten rastreables:

“Una vez creadas (por los mismos usuarios), las etiquetas se transforman en hipervínculos que permiten hacer búsquedas temáticas en Twitter en las cuales aparecerán todos los tuits que contengan dicha etiqueta y que, por lo tanto, sigan ese tema en particular.” (Menna, 2012:4).

Mancera Rueda y Panno Alamán (2013 y 2015) consideran, además, que las etiquetas son una forma de metadato explícito, integrado a la estructura lingüística, lo cual hace que el usuario adopte estrategias para que la palabra clave forme parte de la estructura sintáctica del tuit.

medios que siguen a medios, bloggers que siguen a bloggers” (Wu et al, 2011. Citado en Zappavigna 2012:9).

Eventualmente, un tema se viraliza y se convierte en tendencia (*trending topic*)⁹⁷; En los días en que se comunicó la estatización parcial del paquete accionario de YPF el tema marcó tendencia en Argentina. Los *hashtags* más utilizados fueron #cadenanacional, #YPF #LAMUDA, #Jefa de Estado, #Eskenazi, #Cristina, #España, #Repsol y #Serviclub⁹⁸.

Zappavigna (op.cit.) subraya el valor de los *hashtags* en la conformación de comunidades virtuales que comparten valores o intereses. Un *hashtag* exitoso, afirma, hace que se generen fugaces “microcelebridades⁹⁹” que, a diferencia de las celebridades clásicas, tienen un campo de influencia limitado al ámbito de afinidades generadas en la red. Al analizar los tuits referidos a la victoria de Obama, la autora señala que son más exitosos los *hashtags* que incluyen algún tipo de valoración y permiten así que los usuarios se agrupen con aquellos que comparten no sólo el interés sino los valores relacionados con un tema: “Twitter es el lugar al que vas para averiguar lo que la gente dice en este momento sobre un tema” (Zappavigna, 2013:95).

En la misma línea, Zires (2014) considera que los *hashtags* conforman “espacios virtuales de interacción pública”, en particular, en los casos en que “se sedimentan y se llegan a constituir en un espacio público estable de referencia común entre los usuarios al cumplir funciones más permanentes de información o comunicación.”

Los *hashtags* son, pues, no sólo una forma de hipertextualidad, sino una forma de sociabilidad específica que, a diferencia de otros tipos de intercambio online, tiene un espectro de efectos que, potencialmente, trascienden el mundo virtual. Así se desprende, por ejemplo, del trabajo de Menna (2012), quien ha analizado el valor organizacional que tuvieron las etiquetas en las protestas madrileñas de mayo de 2011 (por ejemplo, #volvemosalascinco era el *hashtag* que llamaba a los

⁹⁷ En la entrevista que mantuve con el entonces diputado Agustín Rossi, (FPV), señalaba con respecto a su discurso durante el debate sobre la expropiación de acciones de YPF: “Bueno, fue tendencia en Twitter el discurso. Inmediatamente después. A mi me salió un muy buen discurso, había un clima en la cámara particular y era un tema que era mucho más que la nacionalización de una empresa, YPF estaba mucho más adentro de los argentinos que lo que nosotros mismos pensábamos, de lo que yo mismo pensaba.”

⁹⁸ Fuente: *El Universal*, Caracas, 16 de abril de 2012.

⁹⁹ Tal es el caso de #LAMUDA, tópico que hace referencia a la traductora del lenguaje verbal al lenguaje de señas en la TV pública, allí se agrupan tuits humorísticos que juegan con los efectos de sentido que genera la trasposición.

manifestantes a reagruparse luego de haber sido dispersados, a la mañana, por la Guardia Civil)¹⁰⁰.

Para Zires (2014:128) las creencias y valores compartidos hacen posible el éxito de un *hashtag* y, por lo tanto, tales valores suelen explicitarse

“cuando el espacio colectivo es puesto en duda o se percibe vulnerable por intervenciones de nuevos usuarios o participantes en conflicto. (...) A veces, existe una compulsión de algunos usuarios de participar sin tener nada que informar en #verfollow, por una necesidad apremiante de formar parte de los que se comunican entre sí, de compartir, de ser importante para la comunidad o de ganarse ‘la primicia’ noticiosa sin confirmar, ni cuidar lo que se transmite.”

Asimismo, Mancera Rueda y Pano Alamán (2015), al analizar el uso de las etiquetas durante la campaña que precedió las elecciones para el Parlamento Europeo en España, subrayan la orientación persuasiva que adquiere, en ocasiones, este recurso. Los *hashtags*, señalan las autoras, condensan argumentos y consignas de campaña (#Trampa, #puroteatro, #PPmordaza) y por cierto, actos de habla directivos propios del contexto preelectoral (#DifundePodemos, #votaIU).

En suma, las etiquetas, el sistema de valoraciones y los grupos de afinidad refuerzan la polarización en los mensajes políticos de Twitter y sirve como refuerzo de posiciones asumidas previamente más que como una herramienta para reorientar o modificar esas posiciones (Conover et al. 2011, citado en Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013 a; Calvo, 2015). En este sentido, el efecto sería similar al descrito por Paul Lazarsfeld (1953), uno de los pioneros de los estudios sistemáticos de opinión pública, cuando señalaba que el efecto de los medios tradicionales en el contexto de la campaña electoral era, fundamentalmente, el de reforzar y sostener posiciones adoptadas antes de la campaña y sólo un pequeño porcentaje modificaba sus posturas debido a la campaña¹⁰¹.

¹⁰⁰ “Los topónimos cumplen esta función, indican la relación entre lo dicho en el tuit y un lugar concreto en el cual está ocurriendo (#salamanca, #poblesec, #tenerife...). Asimismo, por ejemplo, las etiquetas #marchanorte, #marchasur, #marchaoeste...fueron las utilizadas para tuitear el itinerario que siguieron las diferentes marchas en dirección a Plaza del Sol el día 12/5” (Menna,2012:44)

¹⁰¹ La metodología es, sin embargo muy diferente: tanto Conover et al. como Calvo fundan sus afirmaciones en el relevamiento de un corpus de millones de tuits sobre polarización política, analizados a través de programas específicamente diseñados para detectar estos fenómenos. La técnica de Lazarsfeld fue entrevistar a una misma muestra de ciudadanos en diferentes momentos de la campaña electoral, considerando el tipo de estímulos proveniente de los medios. Los resultados de la investigación mostraron que los ciudadanos tendían a consumir, a prestar más atención y a recordar mejor aquellos mensajes que contribuían a reforzar sus posturas.

El retuit: herramienta de reproducción de los enunciados

RT es la indicación de que el texto que sigue es una republicación del tuit de otra persona y permite compartir rápidamente con los seguidores un enunciado que se considera de interés. Es uno de los modos de intertextualidad predominantes en el género. Para Herring (2012) su importancia radica en que es un marcador de la interacción con otros usuarios. Originalmente, se trató de un recurso creado por los usuarios que podían complementar el enunciado referido con comentarios propios. Esto daba lugar, frecuentemente, a estructuras enunciativas complejas¹⁰². Más recientemente, el retuit se incorporó como función automática provista por el dispositivo. Tal incorporación de la función automática modificó el formato: anteriormente se colocaba en posición inicial el RT@usuario1. A partir de la automatización el tuit se reproduce en el timeline del usuario en su formato original junto a la leyenda “Retuiteado por @usuario2.” De esta manera, ofrece mayor control sobre los enunciados propios, pero tiende a empobrecer la expresividad del recurso ya que implica la pérdida de la posibilidad de combinar retuit y comentario¹⁰³.

El retuit permite recomendar a los seguidores un tuit de otro usuario a fin de dar mayor difusión a lo expresado en el tuit original (Herring, 2012). Por este motivo, es corriente que se pida explícitamente a los seguidores que retuiteen determinada entrada.

¹⁰² El siguiente ejemplo, que Herring toma de Boyd et al (2010) es elocuente “@AndreaJarrell: Via @mStonerblog: RT @zephoria: new blog post ‘Is Facebook for old people?’ *socioecon and race are most interesting here*<http://bit.ly/v0aPS>.” Al analizar el enunciado citado Herring señala: “En este tuit, el usuario dirige a AndreaJarrell un mensaje originalmente recibido de mStonerblog, quien a su vez, retuitea un mensaje de zephoria (nueva entrada en el blog: *DFHERRN HV SDUD JHQWH PDRU* <http://bit.ly/v0aPS>).” Para complicar más las cosas, el usuario inserta un comentario propio antes del vínculo (lo *socioecon y racialson más interesantes acá*’ (Herring, 2012:12).

¹⁰³ Posteriormente, se introdujo un nuevo cambio que permite combinar el retuit literal con un comentario de enunciadador segundo. Esta herramienta no estaba disponible en el momento en que se produjeron los tuits que componen el corpus.



T.1

Este ejemplo resulta interesante porque implica una secuencia: El senador recomendó el discurso del diputado Rossi, pero no incluyó el vínculo. Otro usuario le envía un tuit que repone el enlace y pide un retuit. El enunciado retuiteado aparece en la página del senador con las marcas que permiten reconstruir los intercambios.

En el campo político, el uso más habitual por parte de los dirigentes es la reproducción de tuits de otros referentes de su propio espacio, es decir es una herramienta que, por lo general, remite al colectivo de referencia.

Fortalecer la posición propia a través de voces ajenas es un recurso clásico de argumentación política de todos los tiempos, que se reconfigura a través de las herramientas que provee la web. En este sentido, una innovación que permite el género es la reproducción inmediata y, potencialmente, a gran escala de expresiones de simpatizantes “anónimos” e incluso de personajes de ficción, nacidos en el contexto de las redes, como en el ejemplo que sigue:



T2

Los juegos irónicos corren, en este ejemplo, por cuenta de un troll que publica una suerte de monólogo interior satírico del CEO del grupo *Clarín*, instituido como emblema de la oposición. El tuit es una paródica reflexión sobre las posibles portadas del diario, luego del anuncio de la expropiación parcial de las acciones de

¹⁰⁴ Las citas e imágenes correspondientes a Twitter serán numeradas como T1, T2, etc.

YPF. Las palabras se resignifican y adquieren otra densidad política al ser retuiteadas por el entonces Jefe de Gabinete.

Mancera Rueda y Panno Alamán (2013) consideran que el retuiteo de mensajes de los seguidores contribuye a mostrar a los dirigentes-usuarios como “personas que escuchan y aprecian lo que dicen los demás”. En el caso del ejemplo presentado, el efecto sobre el perfil del enunciador citante es diferente: al tratarse de una cita de un personaje ficticio y paródico el funcionario mitiga la responsabilidad de la enunciación, amplía los límites de lo decible y asume un aura de juvenil informalidad. El tono humorístico facilita, por otra parte, la puesta en equivalencia de dos blancos polémicos autónomos, en un gesto que Brunner (1983) ha llamado “indiferenciación de la no creencia” (por ejemplo, *Clarín* equivale a España, a las multinacionales petroleras, a la monarquía, al sistema virreynal, etc.). Volveré sobre estas cuestiones al desarrollar el análisis del corpus.

El retuit es, en síntesis, una herramienta eficaz para ampliar el alcance de un enunciado, fortalecer climas emocionales en comunidades virtuales afines y eventualmente adquiere un valor organizativo al transmitir información sobre acciones colectivas. Este mecanismo está en la base de la analogía que suele trazarse entre la lógica de Twitter y la del rumor: opiniones, convocatorias, denuncias, datos, bromas, invectivas son retomadas y multiplicadas y se viralizan o se diluyen en el flujo de la red.

“Únete a la conversación”

Otro de los rasgos distintivos de Twitter es que admite establecer intercambios entre los usuarios -a través de la función “Responder”- y, a la vez, cualquier internauta puede acceder al diálogo (a través de la función “Ver conversación”) de modo que el sentido de las réplicas se vuelva inteligible. Hay una serie de factores que han hecho que Twitter se instalara públicamente como la red dialógica por excelencia:

- el carácter abierto de los perfiles (al no exigir reciprocidad, permite que cualquier usuario pueda responder a otro).
- La visibilidad pública que tienen los intercambios (No hace falta ser usuario para acceder a la plataforma).

- el ritmo de los intercambios (la inmediatez de las intervenciones de Twitter hace que pese a ser asincrónico, la temática tiende a seguir el acontecer en lo que se ha dado en llamar “tiempo real”). La temporalidad está centrada en el instante compartido.

Por todo lo antedicho, la importancia de la “conversación” es frecuentemente subrayada en la descripción del género que hacen los dirigentes entrevistados, aunque ya se han señalado los límites que empíricamente tiene esta práctica.

Por otra parte, resulta evidente la distancia existente entre los intercambios que se producen en Twitter y las formas presenciales de conversación. Como subraya Zappavigna, la conversación como género se caracteriza en primer lugar por la oralidad y la copresencia de dos o más enunciadores e implica la distribución de turnos y ciertas regulaciones que organizan la toma de la palabra - por ejemplo, la norma que establece que la “no respuesta” transgrede las normas de cortesía y puede considerarse una agresión-. En el caso de Twitter – como en el de otras formas de CMC (comunicación mediada por computadoras), los intercambios son escritos, asincrónicos y no hay copresencia de los interlocutores. La asimetría de los vínculos hace que la expectativa de respuesta sea baja¹⁰⁵. En tal contexto, el uso del término “conversación” para designar estos intercambios es metafórico.

Con argumentos similares, Ana Mancera Rueda (2014:167) señala:

“Estos intercambios en Twitter, exponentes de una interacción pública de voces que dan lugar a una percepción de entorno compartido, han sido caracterizados como una muestra de ecología conversacional. No en vano, uno de los reclamos principales de esta red social es «únete a la conversación». Sin embargo, los intercambios de tuits difieren considerablemente de los turnos iniciativos y reactivos que podemos encontrar en el diálogo oral sincrónico, pues nos encontramos ante un tipo de comunicación asincrónica, caracterizada por la falta de presencia física, que impide la transmisión de señales no verbales por medio del cuerpo o de la voz.”

Pese a las diferencias evidentes, la escenografía del diálogo se mantiene como rasgo distintivo de Twitter a través de operaciones discursivas involucradas en la generación de ese clima conversacional. Holgado Lage y Recio Diego (2013) han

¹⁰⁵ Al analizar la conversación en los foros de amistad, Tabachnik (2012: 28) analiza extensamente la problemática de la “presencia / ausencia” en estos contextos y señala que “los modos de estar presente se están multiplicando y diversificando vertiginosamente por el impacto dislocatorio de las nuevas tecnologías”

estudiado las formas de oralización en un corpus de chats entre amigos mantenidos a través de Skype, Facebook y WhatsApp y afirman que las principales “desviaciones fonéticas” son la elisión (apócope, como “peli”; aféresis, como “toy” por estoy) y epéntesis (agregación de sonidos al principio - aaaaay-, en el medio - adóóónde- o al final de una palabra –nooooo-). Asimismo, destacan la frecuente representación de onomatopeyas (jje, wow), mientras que en el plano del léxico, subrayan los frecuentes préstamos del inglés (bye, yes), neologismos conversacionales, nuevas formas de interpelación (wapo), eufemismos y disfemismos (mierda), cambios morfosintácticas (elisión o usos heterodoxos de conjunciones y subordinantes).

En el corpus analizado, muchos de estos rasgos se mantienen mientras que otros (como los neologismos informales o los apócope verbales) parecen estar acotados a intercambios entre personas con cierto vínculo de familiaridad existente más allá de la web. Parecería que la palabra política, aun en géneros de un alto nivel de informalidad y pseudo familiaridad (tuteo a desconocidos, tono coloquial) conserva un umbral -por bajo que sea- propio de la palabra pública que proscribía a los dirigentes algunos de estos usos.

Para finalizar, es necesario aclarar que los rasgos señalados no agotan las características del lenguaje de Twitter, pero resultan fundamentales para comprender el modo en que se entrelazan las voces de los usuarios en esta plataforma conformando o reforzando vínculos de afinidad o expresando las tensiones del campo político. Los textos publicados en Twitter se caracterizan, asimismo, por una serie de estrategias de destinadas a lidiar con la restricción de los 140 caracteres y a insertarse en las tradiciones que la escritura online ha ido consolidando: abreviaturas, variaciones ortográficas, emoticones (íconos o combinaciones tipográficas que refieren al estado de ánimo del enunciador o al tipo de valoración de otros enunciados, etc.)¹⁰⁶. Se trata de recursos que no caracterizan exclusivamente a Twitter sino que son comunes a otros “escritos de pantalla”. En el siguiente ejemplo, preposiciones, subordinantes y adverbios sufren variaciones ortográficas con el fin de “ahorrar” caracteres.

¹⁰⁶ Beatriz Sarlo destaca la importancia sociocultural de la irrupción de estas formas de escritura: “Twitter es el reino de la unimembre, el punto suspensivo, de la puntuación expresivista, la onomatopeya. Democratiza algo complicado que es la sintaxis; es difícil escribir una subordinada.” (Entrevista personal)



T3

Por otra parte, este tuit sirve como ejemplo de las estrategias de condensación conceptual propias del género: el espacio “ganado” le permite a Pratt Gay articular varias formas de descalificación: sugiere una relación de subordinación excesiva frente a su jefa política y emplea la metáfora de la “sopa de letras” como indicador de un discurso sin sentido. Asimismo, combina la descalificación intelectual (a través de una referencia intertextual al libro publicado por Fernández) y el diagnóstico negativo de la coyuntura económica.

Estos juegos de lenguaje son parte de la “herencia” de otros géneros como las salas de chat, los blog o los sms- y han sido analizados en trabajos dedicados a los foros, los comentarios online, los blogs, etc. Tabachnik (2012), por ejemplo, ha analizado la importancia que adquieren las imágenes en la construcción de identidades virtuales y en el establecimiento de un régimen de la emoción que fija el tono de los vínculos en los “foros de amistad”.

Myers (2010), por su parte, ha tipificado las funciones de los enlaces (que define informalmente como la “moneda corriente de los blogs”)¹⁰⁸ con criterios que, en líneas generales, se mantienen en Twitter.

El estudio de estos recursos se desplegará en los capítulos siguientes, a medida que el análisis de los textos seleccionados lo requiera.

¹⁰⁷ Este es uno de los pocos casos registrados en el corpus en el que hay un cruce entre pares. Al tuit de Prat Gay, Fernández replica, tomando únicamente el aspecto humorístico del tuit: “Alfonso, seguí tomando la sopa, antes de que te la tome tu jefa”. La “jefa” aludida es Elisa Carrió.

¹⁰⁸ Para responder a la pregunta ¿Qué hace un enlace? Myers (2010:38) enumera las siguientes funciones: “Nos dice más acerca de los que ya sabemos por el texto. – Proporciona evidencia sobre aquello que el texto sostiene.-Asigna créditos. –Resuelve la incógnita planteada por la falta de información en el texto.- Nos dice algo diferente de los que dice el texto original (por ejemplo, en la ironía)”.

I.3.3. La enunciación enmarcada

Como en otras plataformas virtuales, los textos que los usuarios de Twitter ponen en circulación son enunciados visiblemente determinados por lo que otros analistas han denominado “la voz del dispositivo” (Tabachnik, 2012) o “el enunciador editorial” (Bonnaccorsi, 2013).

Tanto Bonnaccorsi como Tabachnik ponen el acento en la fuente de la enunciación, en tanto su objetivo es hacer visibles aspectos de estos géneros a los que la familiaridad tiende a tornar “invisibles”¹⁰⁹. Prefiero, sin embargo, la noción de enunciación enmarcada ya que permite destacar el tipo de vínculo entre dos niveles de enunciación, la que corresponde al modelo estándar del dispositivo y la de las intervenciones de los usuarios. La tipografía, los marcos y el uso de colores facilitan la distinción. Esta perspectiva pone de manifiesto que se trata de una relación de orden jerárquico ya que las posibilidades expresivas de los usuarios dependen de los recursos que la plataforma habilita. Por otra parte, frente a la voz única del dispositivo, las voces múltiples de los usuarios resultan, en principio, equivalentes. Sin embargo, ciertas funciones automáticas, que exponen las relaciones entre los usuarios, operan como calificadores del peso relativo de los discursos y, por lo tanto, funcionan como indicios orientadores de la lectura. Profundizaré estas cuestiones en los puntos siguientes.

I.3.3.1. Características del marco

Me referiré en primer lugar a los rasgos del marco a fin de destacar su relevancia y recuperar su visibilidad. En primer lugar, el marco produce un fuerte efecto homogeneizadora través de recursos gráficos: puesta en página, tipografía, color. Los perfiles de los usuarios tienen, por lo tanto, un formato estandarizado. En segundo término, el marco provee herramientas de identificación del usuario, lo

¹⁰⁹ Bolter y Grusin (2011:30) hacen aportes importantes acerca de “naturalización” de la interface usuario: “La interfaz gráfica ha reemplazado a la interfaz de mandos en el teclado, que era completamente textual. Al introducir objetos gráficos en el esquema de representación, los diseñadores creyeron que estaban haciendo más “transparentes” las interfaces, y por tanto, más “naturales”. (...) De hecho, la interfaz gráfica no solamente se refiere a objetos culturalmente familiares, sino específicamente a medios anteriores, como la pintura, la escritura con máquina, o la escritura manual. Al hacer estas referencias, los diseñadores digitales establecen de hecho un sistema más complejo en el que las formas icónicas y las formas arbitrarias de representación interactúan.”

evalúa a través de los indicadores de su popularidad digital y lo integra a la red hipertextual a través de signos de pasaje que organizan la lectura y orientan la navegación¹¹⁰.

Los componentes del segmento de identificación del usuario incluyen en el zócalo superior, la foto de identificación, el nombre de la persona y su nombre de usuario, indicado con una arroba en posición inicial. Habitualmente, los perfiles de figuras públicas suman enlaces al correspondiente perfil de Facebook o blog personal, institucional o partidario¹¹¹. Más abajo, generados automáticamente, aparecen indicadores de la productividad y la popularidad digital del usuario (cantidad de tuits publicados, cantidad de “seguidores”, cantidad de usuarios a los que sigue y un recuadro que indica el vínculo que el lector ha establecido con esa figura). Por ejemplo, en el caso del diputado Pino Solanas, el zócalo de presentación es el siguiente:



T4

Por otra parte, el dispositivo “interviene” en el proceso de escritura, a través de un contador automático de caracteres¹¹² y marca los reenvíos cuando se trata de

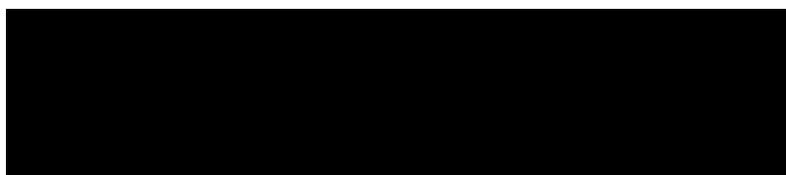
¹¹⁰ Bonaccorsi (2013) señala que, generalmente, los signos de pasaje están compuestos de una manera redundante: un texto suele reforzar y explicitar la función de un icono. Por ejemplo, la tilde se desambigua a través del texto “following”.

¹¹¹ Con respecto a este formato de presentación, Agustín Campero señalaba “la gente que está en la vida pública genera un personaje, más allá de que sea más cercano o más alejado al personaje real, hay una toma de conciencia de cómo querés que te vean. Ya cuando vos definís tu perfil en Twitter, hay un condicionamiento muy fuerte referido a cómo querés que te vean.” (Entrevista personal.)

¹¹² Al excederse en la cantidad de caracteres el usuario recibe un aviso que reza: “Deberás ser más ingenioso”. Destaco este gesto que recupera la tradición que liga ingenio y brevedad. De esta manera, se sitúa idealmente al tuit en la noble tradición del epigrama y la agudeza. Para retomar a

enunciados retuiteados. Asimismo, favorece la expansión de la red de contactos al proponer al usuario otras figuras que puede seguir, con perfiles similares a los que ya ha seleccionado.

Otra serie de orientadores de la lectura son los recursos de identificación icónicos y verbales que reaparecen en el margen de cada entrada, lo cual permite identificar fácilmente el origen de los tuits que aparecen en su *timeline* o cronología¹¹³. En la misma línea, a la derecha, el dispositivo coloca de manera automática la fecha y/o la hora en que se emitió el tuit. En la parte inferior, aparece una serie de opciones que permiten al lector abrir, responder, retuitear o señalar como favorito el tuit leído. También es posible, en los casos en que se trata de un intercambio con otro usuario, expandir la entrada para ver la conversación completa.



T5

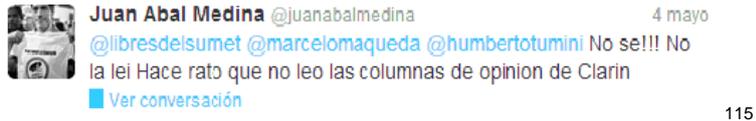
1.3.3.2. Características generales de las entradas

Un tópico recurrente al hablar de Twitter enfatiza la dimensión relacional y dialógica de la plataforma. Pese a las limitaciones empíricas de la idea de comunicación “uno a uno”, ésta persiste como efecto enunciativo. Como he subrayado en la introducción, a diferencia de otras formas de discurso político en las que la conformación de un nosotros inclusivo –entidad que identifica tanto al enunciador como al destinatario- en los enunciados de Twitter predomina la relación “yo-vos”¹¹⁴. Aún inscriptos en un colectivo los usuarios hablan generalmente a título personal. Por ejemplo, en este tuit del ex Jefe del Gabinete Nacional:

Gracián, las palabras de un buen tuit deben ser “breves y prontas: relámpagos del ingenio que en una palabra encierran mucha sutileza.” El gesto, que podría ser considerado censurante, deviene un desafío. Frecuentemente, en las entrevistas los dirigentes retoman esta idea. Por ejemplo: “Yo no uso twitter pero me parece un desafío, porque obliga a sintetizar conceptos. Un buen tuitero tiene que saber condensar, una buena síntesis logra transmitir lo central.” (Entrevista con Enrique Saltzmann)

¹¹³ “Tu cronología de inicio es una secuencia larga que muestra todos los **tweets** de quienes has decidido seguir en Twitter.” (Twitter, 2014 b)

¹¹⁴ En la entrevista que mantuve con ella, Beatriz Sarlo señalaba con respecto a este tema: “Si, es la crisis final de los colectivos políticos. Después tienen pequeñas agregaciones que pueden ser las marchas de tal mes o tal mes, pero es la crisis final de los colectivos políticos. (...)La desaparición de



T6

Esta característica, junto con el uso de recursos retóricos y léxicos propios de un clima conversacional, conforma una escenografía de la inmediatez temporal y emocional entre enunciador y destinatario.



T7

En el ejemplo que antecede, el tuit construye dos circuitos enunciativos diferenciados en los que el enunciador ocupa rangos disímiles. Si bien las fronteras están borroneadas por la unidad estilística, se distingue, por un lado, el acto de habla de felicitación del entonces senador a la ex Presidente, expuesto ante sus seguidores –y, a través de la mención, ante los de @CFKArgentina-. La escena exhibida incorpora imaginariamente a los lectores (interpelados como “3.0”¹¹⁷) en la intimidad del poder. El acortamiento afectuoso del vocativo “presi” escenifica simultáneamente el reconocimiento de la jerarquía institucional y un clima de cordial camaradería en el seno de gobierno nacional. El léxico coloquial y altamente

los colectivos es la hipótesis fundamental pero hay un punto en que se crea un colectivo instantáneo a través de esos géneros discursivos que se vuelven exhortativos. Y discursivamente ya crean un colectivo que no es el de la primera persona del singular. Dicen “movilicémonos” “vayamos”, Y después se disuelve, muchas convocatorias se disuelven por si solas, fracasan. Ahí la cuestión de que se enuncia desde la primera persona tiene otro capítulo, que es que enuncia una persona que quiere constituir una primera del plural, aunque sea instantánea.

¹¹⁵ El tuit responde a la consulta de un internauta sobre una nota publicada por Humberto Tumini, de Libres del sur, a la que el entonces Jefe de Gabinete había aludido críticamente en otro tuit. La respuesta indica que la crítica se refería al hecho de publicar algo en *Clarín* y no a los argumentos presentados en la nota.

¹¹⁶ Se refiere al momento en que el perfil de @CFKArgentina alcanzó el millón de seguidores. El hito mereció cierto despliegue periodístico en los medios tradicionales y virtuales. El 20 de abril *Clarín*, *La Nación*, *Página 12*, *elcomodorensenet*, *El tribuno*, *El cívico.com*, entre otros publicaron notas sobre el tema. Otras publicaciones denunciaron más tarde que un porcentaje importante eran seguidores falsos (Cfr. *La Nación*, 5 de agosto de 2013; *Urgente24.com*, 24 de agosto de 2014). El fenómeno también era detectado a través de *twitteraudit* en cuentas de otros dirigentes del país y del exterior.

¹¹⁷ La expresión “Internet 3.0” se emplea en referencia a las mejoras de la red y su posible evolución futura. En este caso, la interpelación postula destinatarios aureolados por el prestigio de la modernidad y la sofisticación propias de ese entorno.

valorativo (“una bocha”) refuerza la escenografía de la conversación cotidiana e informal. Todos estos elementos amortiguan el vínculo asimétrico y el pasaje a una escenografía de corte pedagógico en el fragmento dirigido a los seguidores, digamos, anónimos (“atención” x=y).

Por otra parte, el estatus incierto de la deixis es un rasgo que las entradas de Twitter comparten con todas las formas de CMC: se trata de formas de comunicación asincrónica, marcadas por la ubicuidad de las comunicaciones que genera Internet. Todos estos factores determinan distintos grados de incertidumbre acerca de la situación de enunciación. No sólo en lo que hace a las referencias espaciales (¿desde qué lugar enuncia?), sino incluso la identidad de quien produce los enunciados es incierta (¿quién tuitea?): ya sea por delegación¹¹⁸, por el uso de identidades falsas o ficticias, o por la suplantación de identidades, el enunciador tiene una carga enigmática más densa que en otros géneros escritos. Por estas razones, se han generado recursos para minimizar el riesgo que supone para las figuras públicas la suplantación de identidades¹¹⁹.

En cuanto a las referencias al espacio, en particular, deben ser explicitadas ya que vocablos como aquí/ allí no resultan suficientemente claros en una situación de enunciación no compartida. Pueden hacer referencia al espacio “real” o al espacio virtual (Myers, 2010). Por ejemplo, estos dos tuits emitidos por Mauricio Macri y Aníbal Fernández: en el caso del ex Jefe de Gobierno porteño “aquí” refiere a la ciudad de Berlín, mientras que en el tuit del ex Senador se refiere al enlace incluido:



T 8 y 9

¹¹⁸ En algunos casos, el uso delegado se explicita para mantener la verosimilitud: es habitual que en el transcurso de conferencias de prensa, intervenciones parlamentarias o discursos de tribuna se publiquen fragmentos destacados del texto. Este recurso, denominado *backchannel*, consiste en utilizar Twitter como un medio suplementario, que corre en paralelo con otra modalidad central de comunicación (TV, por ejemplo) y permite conformar una suerte de “comunidad intangible” que sigue y comenta el evento en vivo. (Zappavigna, 2012).

¹¹⁹ Una tilde junto al nombre de usuario indica que se trata de una cuenta verificada.

El tratamiento del tiempo es diferente, porque en Twitter, la única variable sólida, por así decirlo, la única certeza, es el tiempo. De hecho las páginas de los usuarios se denominan *timeline*. El tiempo de Twitter siempre es “ya”. Su valor, considerando la orientación informativa de la plataforma, es, justamente, la inmediatez.¹²⁰ Por eso, en el flujo permanente de voces resulta importante el papel orientador que cumple el enunciador marco, fechando y proporcionando la hora en que fueron emitidos los textos.

Nos encontramos pues ante un sistema de deixis complejo, en el que las referencias identitarias son inciertas y otras categorías se desdoblan: hay dos series de referencias espaciales (el espacio físico y el espacio de la pantalla) y dos clases de referencias temporales: las que están en el texto del tuit y los metadatos que ofrece la plataforma. Por esos motivos, Tabachnik (2012) señala que “Toda la fórmula de la deixis, en cada uno de sus términos y en su interrelación – incluidas las marcas de la intersubjetividad- resultan dislocadas.”

Otro aspecto singular son las formas de denominación que –a diferencia de otros géneros- tienen en Twitter una codificación específica: @usuario, funciona a la vez como herramienta de designación e interpelación¹²¹.

En el entorno de Twitter y otras redes sociales la @ es un prefijo que antecede el nombre de un usuario y posee dos tipos de usos diferentes. Colocado sobre el tuit y al costado de la imagen de identificación, @usuario designa al enunciador y es una función automática que produce el enunciador marco. En posición inicial tiene un valor interpelativo: indica que el tuit está dirigido específicamente a ese o esos usuario/s y, por lo tanto, tiene un valor fundamental en la estructuración del dispositivo enunciativo. Por ejemplo:

¹²⁰ Trabajos realizados con grandes corpora han establecido que las referencias temporales más frecuentes “priorizan el presente (como lo marcan el uso de adverbios temporales como ‘hoy’, ‘esta noche’ y ‘mañana’.) (Page, 2011, citado en Zappavigna, 2012:39)

¹²¹El uso de la @ tiene una larga trayectoria en los géneros virtuales. David Crystal (2002:22) uno de los primeros lingüistas en encarar sistemáticamente el estudio del lenguaje en Internet, se refiere al origen y la expansión del uso de la arroba en la escritura digital: “Fue elegida de modo pragmático: un ingeniero en computación, Ray Tomlinson, quien mandó el primer correo electrónico en 1972, necesitaba un carácter que no apareciera en nombres y eligió esta tecla, que ofrecía la ventaja de tener el sentido adecuado (indicar que alguien está en un lugar –en la tradición anglosajona *at*-). La ironía posterior es que muchas empresas y organizaciones han reemplazado la letra a de sus nombres por una @: @llgood, @tractions, @cafe, @Home, @pex.”



T10

Por añadidura la herramienta del retuit suele añadir complejidad a los dispositivos enunciativos: en el ejemplo presentado @marchelone interpela a cuatro usuarios y uno de ellos retuitea el enunciado a sus propios seguidores. @juanabalmedina aparece, en el mismo texto, como destinatario y enunciador.

En cambio, cuando @usuario no ocupa la posición inicial, es porque se trata de referencias a un usuario en tercera persona como en el siguiente ejemplo:



T11

Como se puede ver en los ejemplos, es frecuente que diferentes usos se combinen en un mismo tuit, lo cual exige operaciones de decodificación más complejas y eleva los umbrales de acceso a la plataforma.

Finalmente, Zappavigna destaca que @usuario es, también, un recurso de autopromoción de los usuarios y un modo de reforzar la inscripción en grupos de afinidad. Esto se debe a que se trata de secuencias rastreables, que operan como signos de pasaje a los perfiles de los usuarios mencionados. La orientación informativa de Twitter va de la mano con la búsqueda de ampliación del alcance del tuit. Como cualquier discurso informativo, su valor aumenta junto al del número de lectores. Al incluir en el tuit a un usuario con muchos seguidores, el enunciador logra fácilmente multiplicar el alcance de sus publicaciones (claro que para protegerse, un usuario puede bloquear a quien abuse de estas prácticas.)

I. 3.4. Espectro de los usos político-comunicativos de los tuits

En este apartado presentaré una propuesta de ordenamiento, realizada sobre la base de los tuits relevados en el corpus. Se trata de esbozar una respuesta a una serie de interrogantes ¿Qué hace la política con los tuits? ¿Qué usos del género

privilegia? ¿Qué variantes formales y enunciativas se vinculan con esas diferencias funcionales?

Para ello presentaré una serie de agrupamientos hechos en función de los siguientes criterios:

- enunciados centrados en el contacto,
- enunciados centrados en lo referencial
- enunciados centrados en el juego intertextual
- enunciados ligados al género epidíctico
- enunciados en los que prevalece el componente didáctico del discurso político¹²².

Coexisten en este ordenamiento funciones que se pueden considerar características del género -como la fática y la intertextual- con otras ancladas más específicamente en las tradiciones de la palabra política (las ligadas a lo referencial, al género epidíctico y a lo doctrinario). Es necesario subrayar que la distinción que se establece no implica fijar compartimentos estancos, ya que, de hecho, la función fática atraviesa el conjunto del género y las remisiones hipertextuales son indisociables del soporte. Por otra parte, las categorías no son excluyentes, de hecho existen numerosos casos de hibridación entre los diferentes agrupamientos. Por consiguiente, la diferenciación obedece a la necesidad de distinguir funciones dominantes en los enunciados, a sabiendas de que existen frecuentes solapamientos. Por ejemplo, es frecuente que los tuits en los que domina lo referencial incluyan links en los que se amplía la información. Sin embargo, considero que resulta pertinente distinguir conceptualmente ambos aspectos dado que los propósitos y efectos políticos de los enunciados tienen matices diferentes, aún cuando se entrelacen.

¹²² Otros autores han propuesto ordenamientos alternativos de las funciones comunicativas de los tuits, que coinciden parcialmente con el que postulo aquí. Navarro (2013:600), por ejemplo, postula una tipología tentativa de los tuits políticos emitidos durante la campaña electoral nacional de 2011. Las categorías que considera son: tuits de agenda, tuits de enlace (que privilegian lo hipertextual) y tuits de plataforma (aquellos que, en el contexto de esa campaña, “expresan posiciones propias sobre diferentes cuestiones en general ligadas a la agenda política”. Lara (2012), por su parte, propone un esquema que se refiere a los usos generales de Twitter y no específicamente a los usos políticos. Por otra parte, considero que los criterios que emplea este último autor para la clasificación obedecen a criterios excesivamente diversos y superpuestos: el listado incluye, además de funciones claramente identificables, otras cuya pertinencia es, cuando menos, dudosa. Me refiero, por ejemplo, las funciones de “descubrimiento”, de “comisariado”, o “discursiva”.

Otro factor que hace relevante el ordenamiento que propongo consiste en que existe una cierta correlación entre la función dominante y los perfiles de usuarios a los que los tuits interpelan y los tipos de vínculo que postulan. Mientras los enunciados predominantemente referenciales y, hasta cierto punto, aquellos que privilegian los enlaces hipertextuales están, preferentemente, orientados a la prensa -que puede capturar y reproducir información en los medios tradicionales-, los tuits que cumplen otras funciones, como las ligadas al género epidíctico y las de corte pedagógico se orientan fundamentalmente hacia los prodestinatarios (simpatizantes, activistas). El fin político que cumplen es diferente: si los tuits orientados a la prensa aspiran a reforzar la visibilidad pública del enunciador ante un público ampliado (lo que Verón denomina paradesinatarios), aquellos orientados a los prodestinatarios tienden a reforzar el vínculo ideológico, fijar claves de interpretación de la coyuntura y reforzar las identidades colectivas. Por su parte, los tuits relacionados con el género epidíctico contribuyen al clima pasional de la plataforma¹²³, a pesar de que cuantitativamente no sean lo más representativo del género.

I.3.4.1. El contacto como refuerzo de los vínculos de adhesión

La definición más tradicional del orden del contacto es la formulada por Roman Jakobson en su célebre artículo “Lingüística y poética” (1960:356):

“Hay mensajes que sirven sobre todo para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, para cerciorarse de que el canal funciona (“Oye, ¿me escuchas?”), para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene.”

Verón (1985:18), por su parte, señala que todo hecho comunicativo "está rodeado, atravesado y sostenido por una multitud de elementos significantes verbales y no verbales destinados a establecer, controlar, calibrar o reforzar el vínculo entre los interlocutores”. Es decir que el contacto es condición de posibilidad de todo enunciado y no configura un tipo de enunciado en particular. Hecha esta salvedad, considero pertinente dar un tratamiento diferenciado a aquellos tuits en los que tal función es dominante. Esto se debe a que en Twitter los indicios de cercanía están

¹²³ Por ejemplo, la siguiente afirmación de Agustín Campero es un indicio del clima emocional que impera en Twitter: “Yo ayer twitteé mucho en un momento, pero dejé de twittear porque me puse muy mal, y a mí lo que me produce Twitter muchas veces es un incremento muy fuerte de la angustia ante la situación política.” Agustín Rossi, por su parte, señalaba “Twitter son estiletaos”. Otros dirigentes sencillamente se abstienen de participar para no involucrarse en esa atmósfera.

hipertrofiados, lo cual implica una modificación que considero relevante en el campo de la palabra política.

Otros autores Zappavigna (2012), Licoppe y Smoreda (2005), Miller (2008 y 2015) coinciden en subrayar el peso de esta función en el género. Vincent Miller (2008:388) lo atribuye a la lógica expansiva de la red que estimula este tipo de comunicación: “la construcción activa de una red social exige que los contactos sean continuamente renovados, refrescados y revalorizados”¹²⁴.

En cierto modo, diga lo que diga el tuit, la función del contacto resulta central como indicio y reactivador del vínculo que liga al enunciador y el destinatario. Hay una amplia serie de recursos que postulan vínculos de familiaridad e identificación entre enunciador y destinatario. La atmósfera de Twitter se presta a la informalidad, al comentario casual, cotidiano. Abundan, pues, los saludos, los mensajes de buenos deseos, pero también los tuits que se limitan a ofrecer un indicio de recepción positiva del mensaje de otro usuario. Todos estos recursos han sido clasificados por Vivas Márquez (2014) como formas de “cortesía valorizadora”, es decir, como formas dedicadas a halagar la autopercepción del destinatario. El siguiente caso sirve como ejemplo:



Juan Abal Medina @juanabalmedina

4 mayo

@mtufeksian Jajaja!!!

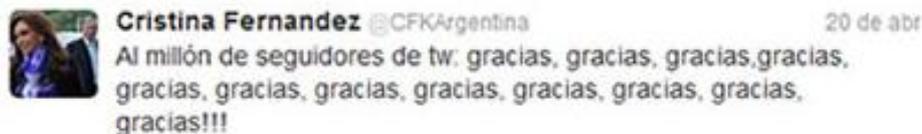
[Ver conversación](#)

T12

Banalidad pura, sin duda, pero también recurso fundamental para sostener y reforzar los vínculos que se establecen con los prodestinatarios. Incluyo, asimismo, en este conjunto las menciones de lo cotidiano (referencia a actividades de esparcimiento, eventos deportivos, etc.) insignificantes en sí mismas pero que contribuyen a conferir cierta densidad personal a la figura del enunciador y, en

¹²⁴ El autor va más allá y afirma que hay una relación inversamente proporcional entre el énfasis en el contacto que promueven las redes y el intercambio de información, primordial en otros géneros “[...] un cambio de énfasis desde la tecnología del blog, que propugnaba la creación de contenidos más allá de la interacción, a los perfiles de las redes sociales que enfatizan la interacción en red sobre el texto interesante [...] la sociabilidad sin el intercambio de información real [...] hacia lo que se está denominando “tecnologías fáticas”, tecnologías que construyen relaciones y sostienen la interacción social mediante el contacto y la intimidad continuos (pero no informativos).” (Miller 2008, ibidem)

consecuencia, a fortalecer el lazo de identificación con los cibernautas. He aquí otro ejemplo:



T13

Sin embargo, aunque los textos puedan ser temáticamente banales, nada tiene de banal en política el énfasis en fortalecer los vínculos¹²⁵. Retomando los argumentos de Miller:

“No se debe suponer que la comunicación fáctica es ‘insignificante’, de hecho, en muchos modos es muy significativa e involucra el reconocimiento, la intimidad y la sociabilidad en las que se funda un fuerte sentido de comunidad.”¹²⁶

El protagonismo de la función fáctica en Twitter está posiblemente ligado, en nuestro medio, a cierta imagen pública de banalidad que afecta al género – particularmente entre los no usuarios- y a las redes sociales en su conjunto. Estas características también inciden en la percepción social del género, no exclusiva de Twitter ni de los géneros Web, que expresa – a mi juicio- la tensión entre las tradiciones de la palabra política previas a la mediatización y los nuevos formatos, sobre todo en las etapas iniciales. Cabe recordar al respecto que, en 2010, la apertura del perfil Cristina Kirchner en Twitter generó cierto debate en los medios tradicionales. En las notas publicadas se presuponía un desajuste entre la majestad del cargo que ocupaba y la informalidad del soporte¹²⁷. Sin embargo, para el momento en que mantuve las entrevistas con funcionarios y dirigentes (en su

¹²⁵ Lejos de ser un rasgo exclusivo de la comunicación online, este tipo de restrategia ha caracterizado discursos emblemáticos de la historia nacional. Ver, por ejemplo, la lectura que hace de Ípola (1983) del discurso pronunciado por Juan D. Perón el 17 de octubre de 1945.

¹²⁶ Cabe recordar aquí la reflexión de Roland Barthes (1966:16) sobre el “efecto de realidad”: “todos los detalles ‘superfluos’ (en relación con la estructura), sea porque se trata a estos mismos detalles (el propio autor de estas líneas lo ha intentado) como ‘rellenos’ (catálisis), afectados de un valor funcional indirecto, en la medida en que al sumarse, constituyen algún indicio de carácter o de atmósfera y pueden ser así finalmente recuperados por la estructura.”

¹²⁷ Por ejemplo, Lucrecia Bullrich escribía en *La Nación* el 6 de septiembre de 2010: “La decisión presidencial de incorporarse al mundo de los 140 caracteres genera interrogantes. ¿Cómo encaja el Twitter en el aparato comunicacional de Cristina Kirchner? ¿Qué beneficios puede reportarle el uso de la red social? ¿Corre algún riesgo?”(Cfr. <http://www.lanacion.com.ar/1301892-cristina-kirchner-en-twitter-beneficios-limites-y-riesgos>).

mayoría fueron tomadas durante 2013 y 2014), se había impuesto en esa comunidad de discurso la idea de que Twitter es un espacio en el que “hay que estar”.

1.3.4.2. Lo referencial como refuerzo de la gestión

La función referencial ha sido definida como aquella cuyo hilo conductor es la “ordenación hacia el contexto” (Jakobson, 1960). Más allá de los enormes problemas filosóficos, lingüísticos y semióticos que abre la supuesta naturalidad de tal postulado, en él reposa la eficacia de los textos informativos.

El peso de la dimensión informativa en Twitter se puede apreciar en la interpelación que hace la empresa a los usuarios en su blog oficial: “Mantente conectado con todo lo que está pasando en el mundo de habla hispana y en la plaza de la ciudad global.” La frase de presentación ha ido variando con el tiempo (Cfr. punto I. 3.1) y el acento puesto en la información se ha mitigado a favor del énfasis en la conectividad. Lo informativo, sin embargo, conserva un rol fundamental en la definición y en los usos del servicio.

El conjunto de tuits predominantemente informativos contempla dos aspectos diferentes desde el punto de vista enunciativo: el primero está dedicado a comunicar eventos, debates legislativos, acontecimientos de coyuntura en los que el enunciador no aparece directamente involucrado. Son enunciados en los que el discurso político asume la máscara del discurso periodístico y, más específicamente, el tipo de contrato que Verón (1985 c) ha denominado “discurso verdadero”, es decir, un discurso en el que la borradura de los indicios que remiten a la enunciación postula la autonomía del enunciado. Frecuentemente, en Twitter este tipo de intervenciones incluye un enlace en el que se pueden obtener más datos sobre el tema, como en el siguiente tuit de Daniel Filmus:



T14

El segundo aspecto está centrado en la difusión de la acción política de los enunciadores e incluyen un espectro variado de marcas referidas a la situación de enunciación. Estos tuits configuran una suerte de agenda de los dirigentes. El *Diccionario de la Lengua española* de la RAE proporciona dos acepciones de la

palabra *agenda*: la primera se refiere al objeto físico (“Libro o cuaderno en que se apunta, para no olvidarlo, aquello que se ha de hacer.”); la segunda, al tipo de texto (“Relación de los temas que han de tratarse en una junta o de las actividades sucesivas que han de ejecutarse.”) Ambas acepciones (metafórica y literalmente) pueden ser usadas para caracterizar estos textos que presentan las “actividades sucesivas” de las figuras públicas, al modo de las agendas de escritorio que puntúan el ritmo de los despachos. El lector es, en ocasiones, una suerte de *voyeur* que accede a ese ritmo cotidiano, a medio camino entre lo público y lo íntimo, que es la organización del tiempo de una persona.

Este tipo de enunciados constituye el segmento cuantitativamente más importante en el corpus. En cierto modo, los usuarios siguen respondiendo la pregunta que, en el momento inicial, les proponía Twitter: “¿Qué estás haciendo?”.¹²⁸ Enunciados del tipo “Estoy en x con y”, “A las 15 hs., en P” se repiten incansablemente en todos los casos analizados¹²⁹. Los datos que se ofrecen, en formatos variados, suelen ser tiempo, lugar, tipo de actividad, objetivo propuesto. Es el caso del siguiente tuit:



T15

Estos textos están orientados principalmente a la prensa, como una suerte de descendencia virtual de las viejas gacetillas. Si bien no suele haber marcas explícitas de esta orientación, en las entrevistas realizadas los políticos hacen referencia a la expectativa de que sus intervenciones sean retomadas en la prensa tradicional y la radio. La escenografía de la agenda, para usar los términos de Maingueneau, remite al seguimiento en tiempo real de la actividad política, en particular de aquellos enunciadores que cumplen roles de gestión. Este tipo de enunciados evoca, en el campo político, ideologemas como el control ciudadano, la transparencia de la gestión pública y la accesibilidad de los funcionarios. Las agendas de Twitter

¹²⁸ Actualmente, la pregunta adopta un registro más impersonal: “¿Qué está pasando?”. En ese cambio se puede leer un corrimiento de la función de agenda a la función referencial.

¹²⁹ “Los servicios de microblogging como Twitter son frecuentemente parodiados como el dominio de sujetos compulsivos u obsesionados consigo mismos, el tipo de persona que tuitearía ‘desayuné una tostada’, ‘terminé el desayuno’ ‘salgo para el trabajo’.” (Zappavigna, 2012:38)

participan, se impregnan, por así decirlo, del dinamismo del medio y los enunciadores políticos comunican –más allá de los eventos específicos- la idea de su propio dinamismo, movilidad, contacto con las bases o con los referentes de su espacio. Se podría postular, por estos motivos, que la agenda opera metonímicamente sobre la figura del enunciador, cuyo perfil público se carga con los valores asociados al prestigio de los temas que lo involucran, de los dirigentes a los que acompaña, del calor popular de los barrios que visita.¹³⁰

El rango temporal de estos enunciados se circunscribe a lo que podría llamarse el presente ampliado. En ocasiones (enunciadores en gira, eventos programados), la inmediatez que caracteriza el género se expande ligeramente para incluir el pasado o el futuro inmediatos (por lo general, la distancia entre el evento y el momento de la publicación del tuit no supera las 24 horas) (Cfr. nota 27). Es el caso de este tuit:



T16

Eventualmente, los enunciados de agenda asumen la escenografía de la invitación/convocatoria como en este caso:



T17

En síntesis, los enunciados centrados en la función referencial constituyen una herramienta valiosa para difundir el pulso de la gestión y ampliar el contacto con la prensa. Esta línea contempla dos variantes: la informativa y la de agenda. En ambos casos los tuits referenciales transmiten –idealmente- el aura de dinamismo del soporte a la acción política. Por otra parte, ofrecen a los dirigentes un espacio controlado en el que pueden proyectar sobre sus acciones la luz que consideren más

¹³⁰ F. Navarro (2013), al analizar los tuits de agenda de Ricardo Alfonsín durante la campaña electoral de 2011, subraya la recurrencia de los procesos de movimiento “yendo a”, “recorriendo..”, la importancia de las referencias geográficas y los indicios orientados a connotar el anclaje territorial del dirigente.

favorable. De esta manera, resultan un factor relevante para la consolidación del ethos de los respectivos enunciadores.

1.3.4.3 Enunciados que privilegian las referencias intertextuales

Analizar la trama de voces que se entrelazan en los tuits exige distinguir al menos dos grandes formas de hibridación. Me refiero a las categorías de intertexto - tradicional en el campo de los estudios del lenguaje- y la noción de hipertexto, que da cuenta de un tipo específico de remisiones intertextuales: aquellas mediadas por soportes tecnológicos (Landow, 2006¹³¹).

Los enlaces hipertextuales suelen emplearse para permitir el acceso a fragmentos de videos o audio de discursos, actos o entrevistas, artículos publicados por el enunciador o figuras de su espacio político en otros medios, discursos públicos cuya difusión desean reforzar. Por ejemplo:



T18

Existe cierto nivel de desacuerdo entre los entrevistados que consulté acerca de la eficacia de este tipo de uso de Twitter¹³², pero más allá de esos desacuerdos, el avance de este tipo de enunciados connota también un uso cada vez más

¹³¹ Pierre Lévy (1993:3) que define el hipertexto como “una metáfora válida para todas las esferas de la realidad en que las significaciones están en juego”, señala una serie de principios que caracterizan el funcionamiento hipertextual: *-principio de metamorfosis*: según el cual la red hipertextual está de manera constante en construcción y renegociación. *-principio de heterogeneidad*, es decir que los nudos y los lazos son diversos incluyen imágenes, sonidos, palabras, etc., y los vínculos serán lógicos, afectivos, etc. *-principio de multiplicidad y encajonamiento de las escalas* por el que cada nudo o lazo está asimismo compuesto de una red. *-principio de exterioridad* que establece que el crecimiento y composición de la red dependen de un exterior indeterminado: adjunción de nuevos elementos, conexión con otras redes, etc.; *principio de topología* según el cual todo funciona en la red por proximidad o vecindad; *principio de movilidad de los centros* – que señala que, por definición la red no tiene centro o tiene muchos y variables.

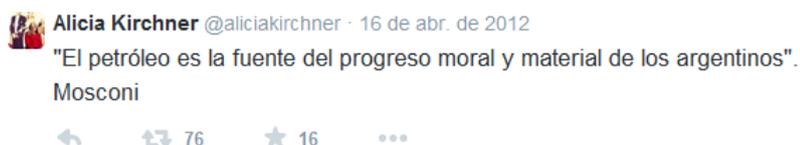
¹³² Agustín Campero, por ejemplo, es escéptico frente a esta estrategia: “Nadie lo abre, salvo que seas un candidato a presidente, ahí lo abren todos.” En cambio, Juan Belbis, considera que la eficacia de Twitter está en el uso eficaz de los links. “Lo que importa son los links, también lo que importa es tener links que enriquezcan eso que los 140 caracteres no te pueden dejar decir. (...) Cada link tiene métrica, nos da el resultado de la cantidad de clicks que se hacen, de dónde se hacen, del momento en que se van haciendo. (...) Nos da riqueza cuando eso lo podemos conectar con otros lugares y la audiencia que yo tengo en Twitter la puedo llevar a otro lugar.”

profesionalizado, impersonal, delegado en equipos técnicos. El avance de la delegación de la gestión de las redes y la primacía de los enlaces hipertextuales están directamente relacionados. Sin embargo, se mantiene la enunciación en primera persona del singular.

Desde el punto de vista de la escenografía genérica, considero que los enunciados cuyo eje son los enlaces hipertextuales se despliegan como un archivo, en el que un lector ideal podría verlo todo, conservarlo todo. Twitter deviene, así, una suerte de metamedio, puesto al servicio de la difusión y conservación de lo que se publica en formatos más tradicionales o de menor alcance (como el canal del Senado). Finalmente, es necesario señalar que las fronteras entre la agenda y el archivo están lejos de ser tajantes. La separación obedece a la búsqueda de establecer un orden en el análisis. Existen numerosos casos en los que un *link* permite acceder a información de las actividades de un dirigente pocas horas antes y que participan, evidentemente, de ambas categorías y cumplen un mismo objetivo político.

Por otra parte, encontramos formas clásicas de intertextualidad que citan o evocan otros textos a través de diferentes procedimientos. Es, por ejemplo, el caso de lo que Dominique Maingueneau (2008 y 2012) designa con el término “aforización”, es decir, la inclusión de “textos destacados”, citas que se presentan como fragmentos autónomos con respecto al discurso en que se insertan y también con respecto al enunciado original del que han sido extraídos¹³³. La aforización reafirma la pertenencia de enunciador y destinatario a un colectivo común aún si resulta semánticamente banal o de atribución difícilmente constatable. La referencia a figuras históricas contribuye a proyectar el colectivo propio más allá de la coyuntura presente y asignarle una continuidad temporal que puede trascender los límites del partido. De esta manera, los enunciados remiten a un metacolectivo nacional y permiten al enunciador citante postularse como un conocedor y partícipe de los linajes ideológico-políticos de la nación. Por ejemplo:

¹³³ Se trata de fragmentos destacados, es decir, subrayados y descontextualizados, a través de los cuales se manifiesta la adhesión a la frase citada y a través de ella, a los valores de la comunidad de referencia. La operación de destaque se efectúa mediante marcadores que atraviesan los diferentes niveles textuales (prosódicos, tipográficos, lexicales, sintácticos).



T19

En este caso, se trata de una cita explícita en la que la distancia temporal y partidaria y la jerarquía del enunciador citado operan como garantes de verdad y construyen una suerte de “saber delegado” exhibido por la enunciadora.

En definitiva, las dos líneas de la intertextualidad se distinguen tanto por rasgos formales (inclusión de enlaces o alusiones clásicas a otros textos) como por los tipos de destinatarios ideales que postulan – periodismo, en un caso; prodestinatarios en el otro- y por el tipo de objetivo que persiguen: ampliación de la difusión de actividades o refuerzo de los fundamentos ideológicos.

1.3.4.4 Enunciados ligados al género epidíctico

El género epidíctico, según señala Aristóteles en la *Retórica*, es aquel dedicado a la reprobación o alabanza y centrado –a diferencia de los géneros deliberativo y judicial- en el tiempo presente. La reprobación y la alabanza de hechos contemporáneos se fundan en valores encarnados en la sociedad y, a la vez, los refuerzan: lo noble, lo justo, lo excelente (y sus opuestos) dice Aristóteles, según los concibe el auditorio, “son el objetivo del que alaba o reprueba”. Por lo tanto, los discursos epidícticos tienden a fortalecer la cohesión del grupo de referencia. Por eso, subraya el filósofo, “hay que decir en cada sitio que una persona tiene las cualidades que allí se estiman”.

Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989:99) subrayan, asimismo, que el objetivo del discurso epidíctico es “crear una comunión en torno a ciertos valores reconocidos por el auditorio, sirviéndose de los medios de que dispone la oratoria para amplificar y valorar”. Lo epidíctico, afirman, recuerda más “una procesión que una lucha” y esto hace que predomine el énfasis en “los valores tradicionales, los valores admitidos, los que constituyen objeto de la educación” y no en aquellos valores disruptivos, que son objeto de polémica. (op.cit.:100)

Como explicaré más adelante, el contexto en el que se produjeron los enunciados que componen el corpus resultó especialmente fértil para el florecimiento de lo

epidíctico. La reactivación de una serie de tópicos del nacionalismo, el antiimperialismo, la evocación de un panteón más o menos común a las grandes fuerzas políticas del siglo XX –y sus respectivas segmentaciones- permitió que, en un primer momento, la mayor parte de los discursos que evaluaban la medida, enmarcaran los acontecimientos en lo que podríamos llamar un “momento patriótico”.

Por otra parte, hay rasgos específicos de Twitter que favorecen la proliferación de evaluaciones de tono emocional de la coyuntura en que se enuncian los tuits. Tanto el trabajo sobre la temporalidad propio de Twitter que comenté anteriormente, como la exigencia de brevedad y el perfil de líderes de opinión que predomina entre los usuarios, hacen de este género un terreno particularmente fértil para enunciados destinados a valorar los acontecimientos en curso.

Los enunciados ligados al género epidíctico son de dos tipos: aquellos cuyo eje es la dimensión polémica- centrada en la reprobación- y aquellos que, por el contrario tienen por fin el elogio. Los tuits de tono epidíctico suelen tener mayor impacto público, ya que su tono pasional los hace atractivos para la prensa que suele reproducirlos en secciones especializadas¹³⁴.

Dedicaré los siguientes puntos a relevar respectivamente las vertientes reprobatoria y celebratoria de los enunciados de corte epidíctico.

- **Dar en el blanco**

En un texto clásico, Verón (1987c:16) plantea que la dimensión polémica es uno de los factores constitutivos de la enunciación política:

“La cuestión del adversario significa que todo acto de enunciación política supone necesariamente que existen otros actos de enunciación, reales o posibles, opuestos a los propios. En cierto modo, todo acto de enunciación política a la vez es una réplica y supone o anticipa una réplica.”

La polémica es pues, en este esquema, la zona del discurso dedicada a someter la palabra del otro negativo -cuyos postulados suponen la inversión de la creencia- a

¹³⁴ La prensa recurre a Twitter como fuente de dos tipos de productos. Los materiales provistos por los enunciados de agenda y de archivo sirven para producir noticias. Los enunciados ligados a lo epidíctico como registro y alimento de las polémicas de coyuntura. Cfr. *Diario Veloz* (2012), *La Tecla Patagonia* (2012), *Diario Concordia* (2012)

una lectura destructiva. Es el caso de este tuit del dirigente opositor Francisco de Narváez:

“El Gobierno ha elegido el peor camino. Así se aleja de la necesidad de alcanzar el autoabastecimiento. #YPF”.

T20

En este, como en otros casos, Twitter resulta afín a ciertas formas de la polémica, que se caracterizan por un alto nivel de información presupuesta. Por un lado, los 140 caracteres no permiten, evidentemente, la deconstrucción argumentada de las posturas asumidas por el adversario. Como explicaré más adelante, los tuits retoman fragmentariamente dispositivos argumentativos ya puestos en circulación y ya aceptados por los simpatizantes de cada dirigente, a través de otros géneros del campo político. Por ejemplo:



T21

Un recurso habitual –destinado a sortear el rígido límite de los 140 caracteres– consiste en segmentar un breve desarrollo argumentativo en fragmentos legibles de manera autónoma. En el caso del ejemplo antes presentado, el tuit integra una serie de trece entradas, que recuperan fragmentos de la conferencia de prensa ofrecida por el líder del Pro. La ^A indica que los tuits son publicados por su equipo de comunicación (Cfr. *Backchannel* en I. 3.3.2).

Por cierto que, de todos modos, existen estilos diversos – que tienden a reproducir los estilos que los dirigentes mantienen fuera de la Web- y, en algunos casos, las formas de valoración negativa del adversario tienden a exacerbarse. ¿Alienta la norma de brevedad esa suerte de condensación argumentativa que ofrecen las diversas formas de injuria? ¿Es el trato agravante más habitual en la red que fuera de ella?¹³⁵ El intento de responder a estos interrogantes ha suscitado gran

¹³⁵ Jorge Luis Borges hace, en “El arte de Injuriar”, un fino análisis sobre la retórica de la injuria, a la que considera una falacia argumentativa cuya eficacia reside en cierto enmascaramiento: “Cometer un soneto, emitir artículos. El lenguaje es un repertorio de esos convenientes desaires, que hacen el gasto principal de las controversias. (...) El auditor acepta el argumento sin vacilar, porque no se lo proponen como argumento. Bien formulado, tendría que negarle su fe.”

cantidad de trabajos (Lewinski, 2010; Amossy, 2010 y 2011; Oger, 2012, Vincent y Bernard Barbeau, 2012, entre otros) y también debates acerca de su especificidad y sus posibles causas:

Las causas del *flaming*¹³⁶ han sido atribuidas ya sea a la falta de pautas sociales que supuestamente favorecería el desprecio de las normas de conducta aceptadas; ya sea a una subcultura digital específica, permisiva hacia las conductas verbales no convencionales e irreverentes” (Amossy, 2010).

También, claro está, hay estilos personales que favorecen o no los desbordes flamígeros: como señala Marc Angenot, al caracterizar la escritura panfletaria, existe toda una tradición crítica que tiende a considerar que este tipo de escritos es “la pura expresión de un temperamento. Se *nace* panfletario: una cierta vehemencia biológica se expresa en textos que no son sino ‘crisis de furia’”. Sin embargo, objeta Angenot, estas tesis “naturalizan la violencia ideológica” e “idealizan al panfletario como un ‘ser libre’”.

Un ejemplo en el que se puede apreciar el parentesco de Twitter con la tradición panfletaria es el tuit emitido por el entonces senador Aníbal Fernández el 2 de mayo de 2012, cuya vehemencia caracteriza sus intervenciones en diversos géneros periodísticos y políticos. En este sentido, se podría afirmar que el Senador ha construido a lo largo de muchos años un ethos panfletario que encuentra en Twitter un ecosistema favorable:



T22

El tuit condensa varios de los rasgos que caracterizan las intervenciones polémicas en Twitter:

- a. los presupuestos exigen reponer una cantidad importante de información (el tuit hace referencia a un spot promovido por el gobierno y a las críticas que se le hicieron; alude a la identidad de la ex embajadora en el Reino Unido, Alicia Castro

¹³⁶ El neologismo “flaming” ha pasado a otras lenguas para designar este fenómeno. Amossy cita la definición propuesta por Kayany (1998) según la cual “el flaming puede ser definido como una desinhibida expresión de hostilidad”. Volveré sobre esta cuestión en el capítulo 5.

y al tenso episodio que protagonizó esta funcionaria durante un evento protocolar).

b. editorializa acerca de los hechos del día de tal modo que el comentario se entronca con una polémica de más largo plazo y la alimenta (en este caso la que enfrenta al gobierno nacional con los diarios mencionados).

c. utiliza denominación denigratoria para referirse al blanco polémico (“cipayos”, término que adquiere una relevancia particular en un contexto en el que la recuperación de los tópicos del antiimperialismo dominaban el debate político). Asimismo, las críticas al spot sobre Malvinas son traducidas hiperbólicamente como “desprecio por los derechos argentinos sobre Malvinas”.

d. utiliza una serie de figuras de condensación para realzar la acusación (las empresas mencionadas aparecen dotadas de una corporeidad animalesca -“se retuercen”-).

e. La antítesis es una figura que guarda especial afinidad con la economía discursiva de Twitter. En este caso, la figura se duplica: opone por un lado, la figura de la embajadora y la de los periódicos mencionados y, por otro, la galantería del senador que homenaja en francés a la funcionaria contrasta con los “cipayos que se retuercen”.

Sin embargo, en el periodo transcurrido desde el inicio de esta investigación, parece haber habido un progresivo corrimiento hacia estilos más moderados por parte de las figuras públicas. Volveré sobre estos temas en los capítulos 4 y 5.

- **Celebrar, adherir, exaltar**

Me referiré en este apartado a los tuits dedicados a fijar una posición de adhesión frente a hechos de la coyuntura política, ya sea que se trate de episodios protagonizados por líderes del espacio político al que pertenece el enunciador, de expresiones populares o de logros del colectivo de referencia. Este tipo de intervenciones, intenta contribuir a fijar el sentido de las acciones políticas, enmarcarlas en una trayectoria más extensa – personal o colectiva- y proveer a los seguidores de argumentos y consignas.

Aristóteles señala que entre los recursos propios de quien elogia está el elegir como objeto aquellas cosas “dignas de los antepasados”, las que “son más provechosas para otros que para nosotros mismos”, aquellas cuyos “beneficios se obtienen luego de haber fallecido” y, fundamentalmente, aquellas que “son buenas en absoluto: las que se hacen por la patria”.

Todos estos recursos aparecen abundantemente en el corpus seleccionado. En el próximo capítulo haré un análisis más detallado de estos temas, por lo cual me limito a presentar aquí un ejemplo (publicado por el ex Vicepresidente el 17 de abril) en el que se condensan tópicos propios del discurso patriótico – el desprendimiento, el beneficio para la posteridad-:



T23

La celebración adviene cuando el componente prescriptivo (es decir el orden del “deber ser”) y el descriptivo (que corresponde a lo que efectivamente es)¹³⁷ se superponen: la visión del presente asume los ropajes del ideal.

En síntesis, lo epidíctico encuentra en Twitter un contexto favorable para su despliegue tanto por la atmósfera pasional que caracteriza el género como por la permisividad que cierta cultura propia de los géneros Web ofrece a los desbordes injuriosos. El contexto específico que analizo fortaleció esta tendencia ya que entroncó el debate sobre un tema de gran relevancia estratégica con la tónica de los discursos patrióticos. El estilo pasional y confrontativo que caracterizó el discurso del oficialismo de la época sintonizaba con la atmósfera descripta, lo cual hacía previsible que Twitter constituyera un espacio privilegiado para el despliegue de la celebración y el denuesto.

¹³⁷ Retomo aquí conceptos formulados por Verón (1987 c)

1.3.4.5 El componente didáctico o la doctrina en grageas

La exigüidad de Twitter hace que, frecuentemente, lo doctrinario asuma las formas de lo que Verón (1987b) ha denominado “componente didáctico” del discurso político. Se trata de aquellos textos en los que el enunciador habla desde una posición de saber que no es del orden de la constatación, sino que formula “principios generales”. Como en el caso de la función celebratoria, los tuits “doctrinarios” están dirigidos fundamentalmente a los prodestinatarios ante quienes el discurso cumple una función de refuerzo de la creencia.

Se trata, por lo general, de enunciados en presente del indicativo, que se postulan como máximas de valor universal y que remiten a un saber que trasciende la coyuntura y, a la vez, la interpreta. En el plano del componente didáctico el discurso político asume el “esquema estilístico” de los textos expositivos: ausencia de marcas de persona, mayor autonomía de la secuencia cronológica – por ejemplo, uso atemporal del verbo ser: “a es b”, etc. (Ciapuscio, 1994). De este modo, el estilo remite a un saber de leyes que trascienden la situación coyuntural y la vuelve legible como parte de una serie tácita de eventos similares, sólo visible desde la perspectiva englobante del/ la líder.¹³⁸ El siguiente enunciado permite ejemplificar esta práctica:



T24

En cierto modo considero que se puede traspolar en esta caracterización la noción de “discursos constituyentes” que postula Dominique Maingueneau (1995:112), es decir, aquellos textos cuya función es “fundar y no ser fundados”. Los textos

¹³⁸ Un ejemplo célebre de este tipo de formulaciones en nuestra historia política son las “Veinte verdades peronistas”, condensación de la doctrina partidaria durante el primer peronismo.

¹³⁹ El texto es una cita condensada del discurso pronunciado por Cristina Kirchner en Vélez. El acto fue convocado bajo la consigna “Unidos y organizados” que, a su vez, es la denominación que nuclea a diversas agrupaciones kirchneristas. La desprolijidad sintáctica del tuit (errores de concordancia y puntuación, ausencia de conectores lógicos) es una marca que remite, por un lado, a la oralidad originaria y, por otro, a las libertades compositivas propias del género.

constituyentes postulan para sí una autonomía con respecto al conjunto de discursos que pueden ser puestos en equivalencia. Para Maingueneau

“existe una interacción continua entre discursos constituyentes y no constituyentes, al igual que entre discursos constituyentes entre sí. Pero está en la naturaleza de estos últimos el negar esta interacción o el pretender someterla a principios. Los discursos constituyentes ponen en obra una misma función en la producción simbólica de una sociedad, una función que podríamos llamar *archéion*. (...) El *archéion* asocia así íntimamente el trabajo de *fundación* en y por el discurso, la determinación de un *lugar* asociado a un *cuerpo de enunciadores consagrados* y una elaboración de la *memoria*.”

Ahora bien, Maingueneau, excluye – a mi juicio, certeramente- la palabra política del conjunto de los discursos constituyentes y reserva el término para los discursos religioso, científico, filosófico, literario, jurídico. En efecto, la palabra política en una sociedad democrática es un juego de competencias entre palabras, en principio, consideradas equivalentes. Sin embargo, en este caso específico, se trata de fragmentos, destellos, en los que la palabra política asume el perfil (o la escenografía) de los discursos constituyentes para intentar fijar la validez de algunos postulados que quedarían, idealmente, por encima del juego de equivalencias.

Tanto la exigüidad que exige Twitter como la lábil gramática ideológica de las principales fuerzas políticas contemporáneas hace que el espacio destinado a este aspecto de la discursividad política resulte escaso. Sin embargo, esta observación no afecta la permanencia de enunciados que se encuadran dentro del componente didáctico. Son retazos de un tejido doctrinario que no llega a constituirse plenamente



Mauricio Macri @mauriciomacri

17 abr

Cada modelo tiene ventajas y desventajas. Lo importante es la calidad humana y ética de aquéllos que ejecutan cada modelo

#PROyectoNacional

[Abrir](#)

T25

Como se puede ver en el ejemplo, el distanciamiento enunciativo (uso de la tercera persona, formato de máxima atemporal y deslocalizada) encubre el valor polémico del enunciado, que se postula como una verdad autónoma con respecto a las condiciones sociales y políticas en que son producidos. De este modo, una aserción que formalmente se sitúa por encima de los enfrentamientos coyunturales y se proyecta como norma universal, implica en el contexto un ataque de un alto nivel de

agresividad hacia sus contradestinatarios que carecerían de “calidad humana y ética”.

I.3.5. Conclusiones del capítulo

En las páginas precedentes he presentado una caracterización de los rasgos formales y de funcionamiento de Twitter y de sus principales usos político-comunicativos.

Como punto de partida, he recorrido las definiciones más aceptadas del género que lo presentan como una plataforma de microblogging, es decir, un formato derivado de los blogs, con los que comparte una serie de rasgos formales y de funcionamiento: es una secuencia de entradas de extensión limitada en orden inverso, organizada en torno a enlaces y con visibilidad pública.

Asimismo he subrayado que Twitter comparte algunos rasgos con otros géneros Web (entre ellos Facebook), como la alteración de la deixis, la oralización de la escritura (que implica innovaciones léxicas, ortográficas, tipográficas) y la estructura de enunciación enmarcada. A esta última cuestión le he dedicado una exposición más detallada, ya que es el eje en torno al cual se organizan todos los demás elementos. La enunciación enmarcada lleva a desdoblarse la noción de género en dos planos articulados, asimilables a lo que Verón denomina géneros P y géneros L. Es necesario considerar por lo tanto, cómo opera el dispositivo enunciativo en cada uno de los niveles: el del enunciador marco y el de las entradas producidas por los usuarios.

Los ejemplos presentados han permitido mostrar que los dos planos se vinculan por una relación jerárquica, marcada por una serie de recursos gráficos y tipográficos que orientan tanto la producción como la lectura de los tuits (recursos que el enunciador marco habilita o restringe, procedimientos para identificar y evaluar a los usuarios, sugerencias afines a los hábitos del usuario, etc.).

A las condiciones que impone este dispositivo se suman otras derivadas de las características específicas de Twitter, entre las que he destacado:

- la restricción de caracteres,
- la orientación informativa

- la gestión de la temporalidad.
- la asimetría de las relaciones
- una codificación relativamente compleja (es decir, no intuitiva).

En su conjunto, el tipo de características y la densidad de presupuestos imponen un umbral de recursos lingüísticos y de “cultura digital” más exigente que el de otros entornos digitales. De ello resulta que Twitter sea un género más restrictivo en el que predominan los llamados líderes de opinión. Por otra parte, como han destacado diversos estudios, las herramientas características de la plataforma (#, @usuario, RT, etc.) son fundamentales para la inserción de los tuits en la red hipertextual, ya que permiten la rastreabilidad de los mensajes, contribuyen a generar ámbitos de afiliación y, en ocasiones, hacen de la plataforma un instrumento organizativo relevante.

El segundo aspecto tratado en el capítulo se refiere a los usos político-comunicativos de los tuits. Si bien, como he señalado, se trata de empleos que se solapan y complementan, considero que el ordenamiento permite evaluar la variedad de formas en que los dirigentes utilizan Twitter y, de esa manera, ayuda a explicar la importancia política de este género. Los ejemplos que ilustran estas categorías entrelazadas permiten ver la coexistencia de usos emergentes (uso de enlaces, escenografías dialógicas, acentuación y exhibición del contacto), con otros que reconfiguran componentes tradicionales del discurso político (ciertos aspectos de la intertextualidad, variantes de lo epidíctico, esbozos doctrinarios). Como he señalado a lo largo de la exposición, los usos más innovadores privilegian a un público especializado (la prensa y, eventualmente, los pares), mientras que los más tradicionales se orientan preferentemente al prodestinatario.

Recapitulando, cabe desatacar que:

- La hipertrofia de la función de *contacto* es un elemento típico del género y deriva tanto de la necesidad de fidelizar los vínculos inestables que se establecen en la red como del flujo constante propio de los tiempos de Twitter. Por estos motivos, en Twitter abundan las fórmulas verbales de cortesía (saludos, agradecimientos, interpelaciones, invitaciones) o las notas de color cuya finalidad es afianzar el lazo con los seguidores.
- En el plano de lo referencial, la posibilidad de seguir el acontecimiento y comentarlo en “tiempo real” y “por boca” de sus protagonistas es la marca distintiva

de Twitter. Como se ha explicado, esta vertiente contribuye a dar cuenta de la gestión y la aceleración del soporte transmite cierta impronta de dinamismo a los hechos relatados y a los protagonistas. Al exponer este punto he subdividido el conjunto en dos tipos de entradas; las “informativas” que se organizan según el modelo de la información periodística (lo que Verón llama “discurso verdadero”), y aquellas que involucran directamente al enunciador y que he denominado de “agenda”.

- Al referirme a las formas de la intertextualidad he distinguido, asimismo, dos facetas que se vinculan a temáticas, objetivos y destinatarios diversos: por un lado, aquellos tuits cuyo núcleo son los enlaces hipertextuales, que se pueden considerar derivados del formato original de los blogs y de las necesidades compositivas del género. Estos recursos amplifican el alcance del soporte original y proveen un archivo virtual. Junto a los tuits de corte referencial, los que hacen eje en los enlaces hipertextuales se orientan de manera preferencial a destinatarios especializados: la prensa y, eventualmente, los pares.

Las categorías restantes difieren por el tipo de recursos pero coinciden en orientarse preferentemente a los prodestinatarios y en cumplir una función de refuerzo de la creencia.

Las formas clásicas de *intertextualidad*, como se ha visto, cultivan la sintonía entre el aforismo y el tuit. La evocación de voces de los padres fundadores, las consignas y máximas funcionan como indicios de una doctrina difusa. Ese mismo carácter difuso y fragmentario de los enunciados doctrinarios resulta más o menos privativo de los líderes de cada espacio. Los otros enunciadores se inscriben en la constelación que los rodea a través de la cita, el retuit, la alusión o la parodia, etc... Por eso, lo intertextual y lo didáctico-doctrinario están íntimamente ligados.

También las vertientes de lo epidíctico apuntan –a través de elogios o reprobaciones- a fortalecer el nexo con el colectivo de referencia. Como he señalado, la coyuntura en que se produjeron los enunciados resultó especialmente fértil para la proliferación de alabanzas y denuestos y la atmósfera pasional de Twitter proveyó un espacio propicio para su despliegue. Como lo han demostrado los ejemplos comentados, en ese contexto sociopolítico y genérico, se exagera la presencia de escrituras panfletarias e hiperbólicas, que hacen de la antítesis la figura retórica por excelencia.

Sin embargo, creo necesario matizar estos fenómenos puntualizando dos aspectos: en primer lugar, como he marcado en el análisis, lo epidíctico no constituye un aspecto particularmente novedoso de Twitter; de hecho, los dirigentes que cultivan estilos panfletarios en Twitter son, en general, los mismos que los transitan en otros géneros de la comunicación pública. Es, asimismo claro el carácter clásico de los tópicos a los que se suele recurrir (en su mayor parte estaban ya sistematizados en la *Retórica* de Aristóteles). En segundo término, el volumen de estas expresiones en el conjunto del corpus no es tan significativo como para explicar su impacto público o el hecho de que sea frecuentemente considerado uno de los atributos del género. Como se ha señalado, tal impacto se explica, en parte, por la reproducción literal que suelen tener estos enunciados en los medios tradicionales (a diferencia de los tuits orientados a la referencia que son recuperados como insumo para la producción de noticias); en parte, por repercusión propia de las retóricas virulentas que, con su dosis de escándalo, han avivado siempre los debates públicos.

En síntesis, en este capítulo se ha podido comprobar que la palabra política, al incorporar las herramientas expresivas que ofrece Twitter, combina la reconfiguración de sus componentes clásicos y se apropia de rasgos emergentes. En ese mismo gesto, se transforma en un objeto híbrido, habitado por las tensiones entre los códigos de la escena englobante y los que el género ofrece o impone.

El panorama resultante es dinámico y contradictorio: si podemos considerar que se enriquece al adoptar nuevas formas de amalgamar el colectivo, también resulta evidente que los colectivos se disgregan en una colección de figuras individuales, con un mayor nivel de autonomía frente a las estructuras clásicas. Si por un lado se escenifica el vínculo directo con los internautas ciudadanos, por otro, la tendencia a delegar la gestión de las redes en profesionales y el avance de la estandarización pone coto a las expectativas que pudieran generarse en ese sentido. La irrupción de Twitter añade, asimismo, nuevos circuitos a la relación entre la vida política y los medios tradicionales y acelera la circulación de información. En suma, Twitter impacta sobre el sistema en su conjunto e implica para los actores una reconsideración de sus propias prácticas político-comunicativas.

El próximo capítulo estará dedicado a explorar las características y usos de Facebook, con el objetivo de contrastar ambos géneros y discriminar la especificidad de cada uno.

Capítulo I. 4. Facebook: la iconización de la política

1.4.1 Orígenes y rasgos del género

Devenida la red social por excelencia, Facebook cuenta –según datos difundidos por la empresa en octubre de 2012- con un billón de usuarios activos a nivel mundial. Como es sabido, el proyecto fue iniciado por Mark Zuckerberg y otros estudiantes de Harvard¹⁴⁰ como una red comunitaria dirigida a miembros de esa Universidad. Pronto se fue extendiendo a otros centros académicos y, a partir de 2006, se lanzó como red abierta a cualquier usuario mayor de 13 años. Para las elecciones de ese año en EEUU, la compañía desarrolló una intensa campaña para instalarse como espacio de debate preelectoral¹⁴¹.

En nuestro país, la primera campaña en la que se vio una presencia relativamente relevante de usuarios de Facebook fue la que precedió las elecciones legislativas de 2009.

En abril de 2012, fecha de recolección del corpus, Facebook contaba en la Argentina con unos 18 millones de usuarios, una cifra que sitúa al país en el 12° lugar del mundo en cantidad de perfiles registrados¹⁴². Las estadísticas indican, además que los usuarios argentinos están entre los que más tiempo dedican a conectarse a la web. Evidentemente, estas cifras tienen un nivel de confiabilidad

¹⁴⁰ Inicialmente se inspiró en los álbumes con fotos de los estudiantes que circulan en las universidades estadounidenses. Por este motivo, Herring (2012) afirma que en principio se trató de un género reconfigurado que luego adquirió los rasgos de uno emergente.

¹⁴¹ Sobre el uso político en la etapa inicial, Westling señala que: “Para la elecciones de medio término de 2006, los administradores de Facebook generaron una sección - “Election Pulse”- mediante la creación de perfiles para todos los candidatos que competían para cargos federales o de la gobernación. A cada campaña se le asignaba una clave para actualizar el perfil del candidato. Allí los candidatos podían agregar información sobre su formación, intereses, datos de contacto, o entradas de blogs. A fines de la campaña, 45 candidatos a senadores nacionales - 32 %- había personalizado su perfil - según un estudio de los profesores Christine Williams and Jeff Gulati del Bentley College. Los candidatos que hicieron el esfuerzo de subir información en sus perfiles lograron un apoyo mucho mayor dentro de la comunidad de Facebook”. (Westling, 2007:2)

¹⁴² En abril de 2015, la gerenta global de política y gobierno de Facebook Kathie Harvath, señaló: “En la Argentina existen 25 millones de usuarios activos de Facebook por mes. Es decir, que ingresan al menos una vez cada 30 días. Pero son 17 millones los que lo hacen todos los días. Es una llegada mucho mayor que haciendo presencias en la televisión o visitando diferentes ciudades y áreas del país.” (Kathie Harvath: “En la red, el político debe parecer una persona común”. *La Nación*, 6 de abril de 2015).

relativo, ya que son difundidas por la empresa en cuestión, pero resultan un indicio elocuente de su relevancia sociocultural. Como toda red acrecienta su valor cuanto más estrecha sea su trama, estos rasgos convierten a Facebook en un espacio cada vez más ineludible para los políticos que no sólo publican sus propios perfiles o páginas¹⁴³ sino también anuncios publicitarios, que pueden aparecer como “enlaces patrocinados” en la pantalla de cualquier usuario, aunque no se hayan dado indicios de afinidad. Existe, por otra parte una serie de espacios que miden el impacto de las páginas según la cantidad de “fans” con que cuentan referentes de distintas actividades. En noviembre de 2012, la empresa *Social Bakers* ofrecía los siguientes datos de las páginas de políticos más visitadas¹⁴⁴:

Page	Fans
 <u>Cristina Fernández de Kirchner</u>	510329
 <u>Mauricio Macri</u>	207845
 <u>Aníbal Fernández</u>	156671
 <u>Amado Boudou</u>	76956
 <u>Horacio Rodríguez Larreta</u>	76316

Entre los factores que explican el éxito de Facebook, Daniela Ghidoli (2010) ha subrayado el hecho de que se trata de una “plataforma generalista, elegida por los usuarios por la facilidad y simplificación y, probablemente por los efectos de sentido que implica”. Esta autora considera que se trata de “un espacio en el que se encuentran y vinculan nativos e inmigrantes digitales”. En efecto, los códigos de funcionamiento de Facebook resultan más amigables para usuarios poco

¹⁴³La distinción entre perfiles y páginas de desarrolla en el próximo ítem.

¹⁴⁴Las cifras corresponden al 22- 11 de 2012. Si bien son elevadas con respecto a la recepción de otros géneros de la política, es necesario matizarlo comparándolo con las que se dan en otros ámbitos de la vida social. En el rubro ~~&HOHEULW~~ por ejemplo, en el mismo momento, lideraba el ránking nacional el futbolista Carlos Tévez con tres millones de “fans”, mientras que Lionel Messi superaba los 30 millones en un contexto global. En 2015, visitó el país de la gerenta global de política y gobierno de Facebook, en ese marco tuvo lugar un wokshop con representantes de los equipos de comunicación de los candidatos a fin de promover el uso de la plataforma. Al respecto la ejecutiva afirmaba “se trató de un nivel avanzado, generando tormenta de ideas con cada uno de los equipos sobre sus planes, sobre quién es su candidato y sobre cómo pueden usar Facebook en su beneficio.” (*La Nación*, 6 de abril de 2015).

familiarizados con las tecnologías digitales. Esto se debe, en parte, a que a iconización facilita el manejo intuitivo de las funciones disponibles. Este carácter generalista hace que su uso en el campo político resulte adecuado para lanzar convocatorias o difundir mensajes a un público amplio o bien para que los dirigentes reciban mensajes y sugerencias de ciudadanos anónimos¹⁴⁵ y refuercen así su anclaje “territorial”. Agustín Campero señalaba, cerca de los usos de Facebook:

“compartís siempre alguna convocatoria, lo que de algún modo te hace sentir Facebook, es que SOS un convocante de determinada actividad que, en realidad, te supera por mucho. Compartir fotos, compartir experiencias. Cuando empecé con el tema de ser coordinador de los equipos de campaña, subía fotos de los actos, actividades del candidato.”

La declaración citada toca una diferencia interesante: mientras que Twitter es un espacio más adecuado a la confrontación o intercambio entre individuos, Facebook remite, a través de los vínculos de afinidad explícitos, a cierta idea de lo comunitario, aun cuando sea una comunidad virtual e inestable. Dos aspectos centrales de la política –el carácter polémico y el carácter colectivo- se actualizan preferentemente en una y otra plataforma.

- **Perfiles y páginas**

En el tipo de uso político que abordaré, es decir, el discurso de dirigentes reconocidos que usan la red como uno de los dispositivos a través de los cuales circula su palabra pública, Facebook adquiere ciertos rasgos específicos. Mientras los usuarios individuales publican “perfiles”, las “páginas” son frecuentemente elegidas por empresas o figuras públicas (Slimovich, 2012)¹⁴⁶. Por varios motivos, las páginas se recortan de los perfiles como un subgénero diferenciado.

El tipo de servicio ofrecido a los usuarios de las páginas permite acceder, por ejemplo, a una aplicación que genera estadísticas acerca de visitas y permite evaluar el “rendimiento” de ese espacio:

¹⁴⁵ Así lo perciben varios de los dirigentes entrevistados, por ejemplo, Enrique Salzmán y Elsa Álvarez.

¹⁴⁶ Esta es otra diferencia con respecto a Twitter que, si bien tiene “perfiles patrocinados”- es decir, pagos- no ofrece formatos claramente distinguibles entre los tuits de usuarios “anónimos” y figuras públicas. De esta manera, establece una apuesta más fuerte hacia la puesta en equivalencia de las voces de jerarquías diversas.

“Las estadísticas sirven para medir el rendimiento de la página y estarán disponibles cuando al menos 30 personas hayan indicado que les gusta tu página. Busca datos demográficos anónimos sobre tu público y entérate de cómo los usuarios descubren y responden a tus publicaciones.” (Facebook Insights, 2014)

La información disponible a través de este servicio permite conocer el porcentaje de personas a las que les gusta la página segmentadas según edad y sexo y también según la ciudad desde la que participan. Asimismo, es posible comparar esos datos con la media del conjunto de los usuarios de Facebook. Este tipo de información resulta valiosa a la hora de diseñar estrategias para comunicarse con esos públicos.

Por otra parte, en el caso de las “páginas” la forma de iniciar el vínculo con los lectores es diferente. Mientras que en los “perfiles” los usuarios envían “solicitudes de amistad”, en las “páginas” es necesario adherir con un “Me gusta” para poder acceder al espacio de manera completa. De esta manera, el estatuto del internauta varía: en un caso es “amigo” y el vínculo supone reciprocidad, mientras que en el otro ingresa en la categoría de “fan”¹⁴⁷ (así se denominaba en la versión original de la plataforma), que es, evidentemente, unilateral. Por otra parte, algunas de estas páginas no habilitan los comentarios de los lectores, ni permiten escribir en sus “muros”, lo cual subraya la asimetría y la unidireccionalidad.

1.4.1.1. 00000

La caracterización que propongo hace eje en dos aspectos: la atmósfera “amigable”, y el énfasis en la cotidianeidad. Alejandro Piscitelli (2010) explica que ciertos rasgos de la arquitectura del soporte, como la posibilidad de conformar grupos de afinidad, derivan del origen comunitario de Facebook, que ha dejado su huella en los vínculos postulados por el dispositivo. También la terminología de Facebook conserva indicios atribuibles a aquel origen y orienta a los usuarios a una supuesta atmósfera armoniosa. No hay, por ejemplo, opciones negativas provistas de modo automático para que los visitantes evalúen las entradas (no existe la opción

¹⁴⁷ La categoría de “fan” remite a un intertexto extrapolítico vinculado a los orígenes de la plataforma: por un lado, la cultura anglosajona y por otro, a otra “escena englobante”: el mundo del espectáculo. Actualmente, en la versión local, la categoría de “fan” fue absorbida por la indicación “Me gusta”, que indica una intensidad menor en la adhesión.

“no me gusta”). La adhesión se postula, asimismo, de un modo poco pasional (el gusto está asociado a una mayor permisividad que la ideología¹⁴⁸ y también evoca un nivel de compromiso y constancia menores (de hecho, la plataforma ofrece la opción “Ya no me gusta”)¹⁴⁹. En tal sentido, Vivas Márquez (2014:170) afirma que:

“El concepto de “amigo” que utiliza esta red social para referirse a todo tipo de personas asociadas al perfil de un usuario parece influir en el comportamiento comunicativo de los participantes. Así, condiciona la frecuencia de manifestaciones de cortesía positiva “ritualizadas” (aquellas definidas como estrategias de cortesía directa, como cumplidos, felicitaciones, muestras de ánimo, apoyo, etc.), pues se trata de actos de habla inherentemente corteses y que no suponen ningún riesgo de amenaza para la imagen del oyente.”

Las afinidades establecidas con terceras personas (como la participación en grupo de afinidad o la adhesión a páginas de figuras públicas) aparecen publicadas en el perfil del “fan” y resultan visibles para sus “amigos”.¹⁵⁰ Es decir que la adhesión implica una cierta modificación de su identidad “público/privada” en la red y, ciertamente, aporta popularidad digital al titular de la página indicada. Ghidoli (2010:46) se refiere a “la concentración de indicadores de identidad” que caracteriza a Facebook y que contribuyen a hacer de los usuarios figuras “interpretables” y, por lo tanto, “abiertos a sugerencias cercanas a sus elecciones y sus gustos”. Esta relativa homogeneidad favorece el predominio de una atmósfera celebratoria ya

¹⁴⁸ Los límites de tal permisividad han sido expuestos por Pierre Bourdieu (1979) quien demostró la fuerte interrelación entre los juicios del gusto y el origen de clase. Igualmente, considero que afirmar que la connotación de armonía y permisividad se mantiene como efecto de sentido no contradice los postulados del sociólogo francés.

¹⁴⁹ La mayor flexibilidad de las posibilidades expresivas de esta plataforma permite publicar textos más extensos y, por lo tanto, habilita a los usuarios para desarrollar argumentos relativamente más complejos. Tanto la atmósfera “amigable” como la posibilidad de introducir textos más extensos son rasgos valorados positivamente por varios de los políticos entrevistados (Suárez Lastra, Saltzmann, Álvarez).

¹⁵⁰ “Lo complejo de estos sitios -señalan Walther et al. (2008:29)-...es que otras personas, además del usuario, comparten información en su muro o página. La forma en que otros observadores evalúan esas percepciones puede afectar la idea que tienen del titular del perfil, aún cuando éste no haya promovido ni autorizado el comentario. (...) La posibilidad de que los individuos sean juzgados sobre la base del comportamiento de otros plantea la pregunta. ¿Dime con quién andas y te diré quien eres?” Por otra parte, Cambra Gonzales (apud Vivas Márquez, op.cit.:157) caracteriza los efectos de la categoría de “amigo” como “un efecto de sesgo que se opera al asimilar a toda persona vinculada en Facebook a una misma categoría operativa. No es sino un primer paso que motiva la irrupción de ciertos efectos distorsionadores que la socialización a través de este medio introduce en las relaciones personales”. Al respecto cabe señalar que, en las últimas versiones Facebook ha introducido la posibilidad de discriminar vínculos diferenciados (familia, amigos, conocidos).

que, como decía Aristóteles en la *Retórica* (p. 71), “no es dificultoso elogiar a los atenienses ante los atenienses”.

El internauta ingresa, pues, en una comunidad supuestamente afín, que como en todos los géneros web, le propone recorridos a través de los “signos de pasaje”¹⁵¹ (Bonaccorsi, 2013).

En el nivel paratextual, el programa produce automáticamente indicadores de popularidad digital -cantidad de *Me Gusta*, cantidad de usuarios que comparten y comentan cada entrada, etc.- que marcan el poder de los discursos y también hacen visible la circulación, lo cual es un rasgo distintivo de los géneros que estamos tratando (Cfr. Introducción, punto 5.2)¹⁵².

Estos indicios refuerzan cierta idea comunitaria: cada lector puede ver a cuántos de sus propios “amigos” les gusta esa misma página, conformar grupos para comentar temas específicos o sugerir a sus otros contactos que se sumen a sus preferencias. Una vez vinculado con la página, el visitante verá, al ingresar, un pequeño recuadro que indica “Te gusta”, es decir, se explicita cuál es el vínculo que se ha establecido con la página en cuestión y, si así lo desea, puede modificarlo eligiendo la opción “Ya no me gusta”.

Este conjunto de indicadores provee al lector de “una grilla que actúa sobre lo que no reconocía organización antes de ser cuadrulado por ella” (Steimberg, 2003:7).

I. 4.1.2. Cotidianeidad y espacio público

Si la red es en sí misma un campo vertiginoso, los tiempos de los géneros que la pueblan poseen ritmos y alientos diferenciados. La temporalidad de Facebook es más morosa que en Twitter. Las intervenciones pueden permanecer en circulación durante más tiempo¹⁵³ y no tienen el carácter de intervención instantánea en el

¹⁵¹ Bonaccorsi (2013) esboza una clasificación de estos signos al señalar que algunos de ellos son icónicos, como la lupa o la célebre  que indica “Me gusta”, verbales (destacados en azul), editoriales (por ejemplo, la leyenda que indica: “Invita a tus amigos a x”

¹⁵² Otra herramienta del dispositivo que refuerza los vínculos entre usuarios es el etiquetado como recurso de visibilidad. La plataforma ofrece la posibilidad de incluir el nombre de otro usuario como “etiqueta”, a fin de que la publicación aparezca automáticamente en su “muro” y de este modo asegura mayor circulación para el material publicado. Las páginas de los políticos suelen restringir el empleo de esta herramienta.

¹⁵³ Esta extensión, lógicamente, es relativa y no es fácil de medir, pero un indicador objetivo es que los comentarios a una publicación pueden prolongarse durante varios días mientras que en Twitter es

debate del momento. Esto amplía las posibilidades de que el lector elija cuándo y cómo participar (Westling, 2007).

Las entradas son, asimismo, más extensas lo cual implica un ritmo de lectura algo más pausado que Twitter. Las intervenciones anteriores son, además, más fácilmente recuperables¹⁵⁴: cada “muro” está dotado de una línea de tiempo (“Biografía” del usuario) que permite acceder directamente a las entradas correspondientes a años anteriores.

El tiempo de Facebook tiende a acompañar el devenir diario. Se observa una tendencia a la iconización de lo cotidiano. Esto hace que la repetición – propiedad intrínseca de lo cotidiano- sea un rasgo distintivo del género. Las rutinas, los rituales cíclicos de la vida política tienen en las páginas de los dirigentes un espacio de visibilidad que no sería posible en la prensa diaria¹⁵⁵. Tanto en las formas de la plataforma como en las publicaciones hay una tendencia a la repetición y la redundancia.

Esta diferencia de ritmos de ambas plataformas se vincula con el énfasis que distintos trabajos sobre Facebook ponen en la exhibición de la cotidianeidad.

Agnes Heller (1970:155, citado en Zelcer 2010) hace una observación útil para considerar la especificidad que tienen las páginas políticas en Facebook, en comparación con las de los usuarios “comunes”:

“La vida cotidiana se desarrolla y se refiere siempre al ambiente inmediato. El ámbito inmediato del rey no es el reino, sino la corte”.

En efecto, la cotidianeidad de la política, a diferencia de la cotidianeidad privada, esta conformada por rutinas públicas, eventos y rituales sociales. Como señala

improbable que ocurran más allá de una hora después de la publicación. Así lo planteaba Suárez Lastra al ser entrevistado: “no solamente que es más breve, sino que es ya. Vos en Facebook colgás algo y se va agarrando (...), perdura más en el tiempo. Vos en Twitter tirás algo y, si no lo repetís, agarró esa franja del *timeline* y se acabó y ya está, ¿no?”

¹⁵⁴ Twitter ha fijado un límite de un año para la visibilidad de las entradas. Cada usuario puede, si lo pide especialmente recuperar el conjunto de sus propias publicaciones

¹⁵⁵ Una serie de autores ha trabajado sobre lo cotidiano en Facebook. Por ejemplo: D, Ghidoli: *Facebook o la celebración de la cotidianeidad*; Zelcer, M. “Redes sociales en Internet: la escritura de la cotidianeidad”. Ambos trabajos consideran fundamentalmente los perfiles de usuarios “privados” y enfatizan la puesta en escena de lo personal cotidiano. Evidentemente, por el tipo de recorte que trabajo en esta tesis, existe una diferencia importante con respecto a las páginas de figuras públicas. Si el ritmo es cotidiano, las entradas privilegian la cotidianeidad de la gestión y rara vez, se publican imágenes privadas.

Steimberg (2003) cada soporte textual se vincula de diferentes maneras “con la recuperación de los géneros de la cotidianeidad; con sus límites, sus restricciones temáticas y retóricas”. Desde su perspectiva, el tratamiento de lo cotidiano en los medios se conecta con los grados de validez de la promesa política ya que las condiciones de la vida cotidiana funcionan como ratificación o desmentida del cumplimiento de promesas previas. A través de la referencia a la cotidianeidad de los ciudadanos

“se actualiza, o se critica, o se impugna una promesa política vigente en la cultura acerca de una cotidianeidad que se supone socialmente deseada; y que es el complemento dinámico de la promesa política misma y su discurso de propaganda.” (Steimberg, op. cit.:8)

En este sentido, la cotidianeidad social en Facebook es un modo de puesta en escena de la gestión, del ejercicio de la representación, de las formas en que lo social cotidiano se presenta como materialización de la promesa política y de la demanda social. Siguiendo este razonamiento, Steimberg subraya que la promesa política opositora supone – por definición- una ruptura superadora de la cotidianeidad vigente, mientras que la palabra de los oficialismos aparece como “defensora de un *statu quo* de coyuntura y es pronunciada para desmentir y parar los movimientos de oposición y relevo de gestión”. Por lo tanto, la palabra oficialista es “constitutivamente antiutópica”(Ibídem).

Como mostraré al desarrollar el análisis, en Facebook se presentan situaciones tipificadas –la inauguración, la visita al barrio, los rituales de conmemoración- que se proyectan, al reiterarse, como tópicos de virtud política: la eficiencia, la cercanía, el compromiso con la memoria colectiva. Mientras que los perfiles privados han sido considerados una forma de “mediatización de lo inmediato”, en el caso de la vida política, el efecto es el opuesto, la iconización de lo cotidiano aspira a “devolver” un aura de cercanía a la agenda pública¹⁵⁶.

¹⁵⁶ En este aspecto es interesante recuperar la reflexión de Bolter y Grusin (2011:41) acerca del carácter disruptivo que tiene la lógica de la hipermediación en la dicotomía mediato/inmediato: “Donde la inmediatez sugiere un espacio visual unificado, la hipermediación contemporánea ofrece un espacio heterogéneo, en el que la representación no se concibe como una ventana al mundo, sino más bien como un mundo “con ventanas en sí mismo”, ventanas que se abren a otras representaciones de otros medios. La lógica de la hipermediación multiplica las señales de mediación y de esta manera intenta reproducir el rico sensorium de la experiencia humana.”

I.4.2. La enunciación enmarcada

Como en el caso de Twitter, las entradas de Facebook se pueden caracterizar como enunciados enmarcados¹⁵⁷. Parte de la información referida al perfil de los usuarios, por ejemplo, es provista de manera estandarizada por el dispositivo. Asimismo, las posibilidades expresivas de cada usuario están acotadas por el menú de opciones que ofrece el género. El régimen de visibilidad de las entradas es regulado de manera automática por el dispositivo: por ejemplo, si bien Facebook permite publicar textos más extensos, sólo es visible el fragmento inicial, lo cual es una suerte de adecuación a los mandatos de brevedad que imperan en la red. Lo que aparece en pantalla son textos incompletos, fragmentos¹⁵⁸, que postulan recorridos posibles.

Como en el punto anterior, dedicaré una primera parte a caracterizar los aspectos centrales del marco y luego, abordaré los rasgos que nos permiten caracterizar las entradas.

I.4.2.1. Características del marco

Para caracterizar el tipo de operaciones que se realizan en el plano del marco me centraré en los recursos de auto presentación.

Al estilo de otros géneros web, Facebook ofrece una serie de recursos de autopresentación que – como en otros niveles del texto- suelen caracterizarse por el carácter redundante de la información y por una serie de reenvíos metonímicos que refuerzan el ethos preconstruido del enunciador. Ghidoli (2009) sintetiza el funcionamiento básico de este mecanismo señalando que:

“...en el momento en que una persona decide inscribirse, crea su página con datos y objetos multimediales – fotos, videos, textos- que representan su identidad. Quien pertenece a la red de contactos del individuo tiene la libertad de actuar con los

¹⁵⁷ Daniela Ghidoli (2009:7) señala que “Facebook en cuanto sistema interactivo, se propone como co–enunciador y co–enunciario, por lo tanto co–destinante (manipulador y sancionador): fija las reglas de la interacción, proyecta un tipo específico de emisor e instala en la enunciación a los sujetos virtualizados. Suárez (2014) también propone un estudio de la enunciación en dos niveles. Denomina al primero “enunciador ordenador” contrapuesto al enunciador usuario.

¹⁵⁸ La función “ver más” ofrece al internauta la posibilidad de acceder al texto completo.

elementos de la página, de intervenir en su propia identidad- vitrina. Cada intervención singular es reportada en los muros de los respectivos contactos (con más o menos restricciones) y adquiere mayor visibilidad si resulta relevante a través de comentarios y apreciaciones de los otros.”

El llenado de esta grilla de presentación se encuentra a mitad de camino entre el diseño personal y la homogeneidad del formato. Ese carácter híbrido hace necesario analizar el menú de recursos encarnado en los usos concretos de los usuarios.

En el diseño actual de la plataforma, el muro está encabezado por un zócalo en el que se puede ver una imagen apaisada que ocupa la parte superior y una imagen más pequeña que sirve como identificación y acompaña todas las entradas, lo cual facilita la identificación de las intervenciones en el muro de sus contactos. Como se anticipó, estas imágenes – y los textos de anclaje que las acompañan- condensan aspectos centrales del ethos de la figura pública en cuestión. Por ejemplo:



F1

Como es habitual en los géneros web, en este ejemplo hay datos que aparecen reiterados en distintos formatos¹⁵⁹. Tal redundancia informativa sugiere una hipótesis sobre la lectura online, que lleva a multiplicar en los diferentes niveles del texto los recursos que sirven para interpelar al internauta -lector nómada por definición-, retenerlo, intentar que fije los datos centrales y sugerir circuitos de navegación. Bonhomme y Stalder (2006:12), al analizar las páginas de inicio de los

¹⁵⁹ Las imágenes utilizadas para la autopresentación suelen cambiarse periódicamente. Las que se analizan aquí son las que abrían la página presidencial en el momento de recolección del corpus. En el caso de las que aparecen en la página presidencial, la imagen que funciona como zócalo sufrió varios cambios, mientras que la imagen de identificación se mantiene. Evidentemente, los efectos de sentido de esta foto se modificaron luego de la muerte de Néstor Kirchner, transfigurados en evocación de una ausencia.

partidos políticos suizos, se refieren a esa característica de los géneros web como “una fuerte solicitud del internauta” y añaden que “en el plano enunciativo, este dispositivo de navegación se acompaña de toda una puesta en escena dialógica, a través de la cual los diseñadores intentan implicar en ese campo al internauta que visita el sitio.”

Volviendo a la página de la ex Presidente de la Nación, por ejemplo, su nombre de usuaria (1) aparece en azul, como dicta el formato estándar, pero también sobreimpreso en la fotografía (2), acompañando a la firma (3) y el cargo. Estos datos reaparecen como pie de la imagen de identificación (4). Si se incluyen las bajadas de los *thumbnails*¹⁶⁰ hay, sólo en el encabezamiento, siete marcas verbales de su identidad, a las que se suman varias fotografías. La remisión al blog presidencial también se duplica: aparece al pie de la foto y en los *thumbnails* que operan como signos de pasaje a una constelación de espacios virtuales que permiten acceder a información relacionada (canal de Youtube, Newsletter, galería de fotos, etc.). Como se ve, el diseño de página de Facebook ofrece más diversidad visual y una mayor cantidad de signos de pasaje visibles de manera simultánea, en comparación con lo que ocurre en Twitter.

Si el formato está estandarizado, la selección de imágenes corre por cuenta de la usuaria que adelanta en este segmento rasgos éticos que recorrerán el conjunto de las entradas y que recuperan y enfatizan aspectos ya instalados a través del conjunto de sus apariciones públicas, de tradiciones de la escena política nacional y tópicos de la retórica de la imagen político-publicitaria (Barthes, 1957, Verón, 1997).

En este caso, el escenario elegido, con el “sillón de Rivadavia” y la bandera ¹⁶¹, emblematizan el poder político, refuerza la información institucional, reiterada en el

¹⁶⁰ Según la definición que ofrece Wikipedia: los *thumbnails* o *miniaturas* son versiones de imágenes usadas para ayudar a su organización y reconocimiento. Los motores de búsqueda visuales y los programas para organizar imágenes normalmente hacen uso de miniaturas.

¹⁶¹ Como es sabido, Barthes (1964:120) señalaba que los objetos son- como el trucaje y la pose-procedimientos clásicos de la connotación: “el sentido connotado surge entonces de los objetos fotografiados (...). Lo interesante es que esos objetos son inductores corrientes de asociaciones de ideas (biblioteca = intelectual), o, de manera más oscura, verdaderos símbolos (la puerta de la cámara de gas de Chessmann remite a la puerta fúnebre de las antiguas mitologías). Estos objetos constituyen excelentes elementos de significación: por una parte, son discontinuos y complejos en sí mismos, lo cual para un signo es una cualidad física; y por otra, remite a significados claros, conocidos.”

espacio que, bajo el título “Información”, permite publicar una breve presentación o curriculum. La imagen de identificación, en cambio, muestra a la Presidente y a su marido, el ex Presidente Néstor Kirchner, en una escena informal, al aire libre, lo cual evoca una serie de connotaciones políticas y familiares. Volveré sobre estas imágenes en el ítem siguiente.

Otro recurso de autopresentación aparece en el menú bajo el título “Información”: allí es posible incluir datos como la fecha y el lugar de nacimiento del usuario/a, lugar de trabajo, profesión, lugar de origen y de residencia, URL del blog del usuario, mail/ teléfono de contacto, datos biográficos y una selección de acontecimientos importantes en los que haya participado. La extensión de estos textos es muy variable: en el caso de la ex Presidente es un extenso CV, en otros casos se trata sólo de unas pocas líneas. La información básica permite sucesivas expansiones (Información>Biografía> Ver mas¹⁶²). Por ejemplo, al clicar en la etiqueta “Información” de la página de Daniel Filmus, el dispositivo remite a la siguiente pantalla en la que se amplían los datos sobre el *cursus honorum* del dirigente y se ofrecen diferentes opciones de contacto a los internautas (URL de blogs personales e institucionales, dirección electrónica).

Sobre

<http://www.danelfilma.com.ar/>

Biografía

Daniel Filmus tiene 55 años y vive con su familia en el barrio de Colegiales.

Cursó los años de la primaria en la escuela República de Ecuador y parte del secundario en una escuela técnica catodal de Paternal. En tercer año, tuvo que abandonar el colegio para ir a trabajar, su primer empleo fue el de técnico telefónico. Más tarde, completó sus estudios secundarios en la escuela nocturna Revoluc... Ver más

Información básica

Se unió a Facebook: 11/04/2010

Puesto actual: Cargo: Secretario de Asuntos Relativos a las Islas Malvinas, Cancillería Argentina

Sexo: Hombre

Intereses personales: San Lorenzo, Política, Portenismo

información de contacto

Dirección de correo electrónico: dfilma@gmail.com

Sitio web: <http://www.danelfilma.com.ar/>

F2

¹⁶² Acerca de la textualidad online, Bolter y Grusin señalan que “se trata de un estilo visual que, en palabras de William J. Mitchell, privilegia la fragmentación, la indeterminación, y la heterogeneidad y subraya el proceso de realización en lugar del objeto artístico realizado’(1994: 8).”

Todos estos recursos subrayan la idea de accesibilidad como rasgo del ethos del entonces senador y operan en el plano del contacto, como indicadores de un canal abierto y múltiple.

Los ejemplos presentados muestran que una característica saliente de Facebook es la disponibilidad de múltiples materias significantes y una visibilidad más diversa del enunciador marco (en comparación con Twitter). Para Ghidoli se trata de un “objeto de escritura mediante montaje” que da lugar al “despliegue enunciativo de un sujeto hipertráfico inserto en una trama social que pone en evidencia la densidad de las interacciones.”.

Por otra parte el marco provee de un espacio en el que los usuarios van actualizando su estado. Cada post puede ser evaluado, comentado y compartido por sus “amigos”. El próximo apartado está dedicado a analizar las características generales y las funciones políticas de esas entradas.

1.4.2.2 Características de las entradas

Como se ha señalado Facebook es una plataforma que interpela a un público mucho más general que Twitter y, por eso mismo, los umbrales de codificación son sumamente bajos y/o se pueden manejar de manera más intuitiva (como el ícono de *Me gusta*). Facebook no requiere usuarios que posean una cultura digital previa sino que intenta captar a todo internauta en su red. Por lo tanto, los formatos de las entradas resultan más abiertos y heterogéneos.

Aún en toda su variedad, la especificidad de las entradas de Facebook¹⁶³ reside, fundamentalmente, en la centralidad del uso de imágenes como núcleo de las entradas. En el campo de la política, el tratamiento icónico de las figuras públicas evoca la escenografía de una revista ilustrada. La disposición en pantalla de estos productos iconotextuales da como resultado un objeto híbrido, compuesto de

¹⁶³ Como parte de la tendencia a la homogeneización de la que habla Maingueneau, los géneros web suelen incorporar funciones exitosas de sus competidores. La presencia de imágenes en pantalla es una función que ha incorporado Twitter en la actualidad. El dinamismo extremo de estos géneros es un rasgo constitutivo y por lo tanto, las descripciones son siempre provisionales. En el periodo analizado, la diferencia en los mecanismos de acceso era muy marcada: en el caso de Twitter, acceder a la imagen implica manipular signos verbales – es decir clickear en el vínculo sugerido. En Facebook un fragmento del texto acompaña a la imagen y puede ser expandido, si el usuario lo desea. La relación entre texto e imagen tiene un peso inverso en cada una de las plataformas.

fragmentos de textualidades diversas que sólo se unifican, potencialmente, en recepción. A la vez, los elementos que componen ese conjunto son expandibles (la imagen se despliega en álbum, el fotograma en vídeo, el título en texto, etc.)¹⁶⁴.

Ahora bien, estos cambios de público y de recursos expresivos no desarticulan el espectro de orientaciones político-comunicativas detectadas en Twitter. Por el contrario, los tipos de uso se mantienen, metamorfoseados por el cambio de materia significativa¹⁶⁵. En las próximas páginas, mostraré de qué maneras se producen las metamorfosis mencionadas.

I.4.3. Espectro de los usos político-comunicativos

I.4.3.1 El orden del contacto en el territorio hipermedia¹⁶⁶

Para considerar el tratamiento icónico consideraré dos aspectos: el primero se refiere a las formas clásicas de interpelación a través del contacto visual, cuyo eje es el régimen de la mirada. En segundo término, desde una perspectiva más heterodoxa, me referiré al “contacto exhibido”, es decir al empleo de fotografías en las que no hay marcas de interpelación directa al lector, sino que se escenifica contacto de los dirigentes con figuras que representan tipos sociales (el joven, el trabajador, las mujeres, etc.). Tales figuras son interpretables como representaciones de un sector del lectorado y su objetivo es promover formas de identificación de los internautas.

¹⁶⁴ Es sabido que la ambigüedad propia de los enunciados icónicos exige que el componente lingüístico cumpla, en esos casos, una función de anclaje. En palabras de Barthes (1964:133) “La leyenda me ayuda a elegir el nivel de percepción adecuado; me permite acomodar no sólo mi mirada sino también mi intelección. (...). Con respecto a la libertad de los significados de la imagen, el texto tiene un valor regresivo, y se comprende que sea a ese nivel que se ubiquen principalmente la moral y la ideología de una sociedad.”

¹⁶⁵ El grado “cero” de “transformación” está dado por aquellos enunciados que se repiten sin cambios en las dos plataformas. Aun así, los efectos de sentido no son nunca independientes del género en el que circula el enunciado.

¹⁶⁶ “El término **hipermedia**, es una extensión del término *hipertexto*, un medio no lineal de información que incluye gráficos, audio, video, texto enlaces.”(Wikipedia, 2014) Esto último marca el contraste con el significado más amplio de multimedia que puede tener o no rasgos interactivos.

- **Régimen indicial de la mirada como interpelación**

Como se ha ido anticipando el orden del contacto opera en las entradas de Facebook de dos modos fundamentales: en primer lugar, en el plano de las imágenes un factor fundamental del contacto es lo que Verón (1983) ha denominado el eje de la mirada: desde la pantalla los ojos del personaje fotografiado buscan la mirada del espectador. La mirada a cámara funciona como una interpelación al lector e instala una suerte de equivalente icónico del vínculo yo-tú¹⁶⁷.

Por ejemplo, en el caso de las fotografías que inauguran la página de la entonces Presidente Cristina Kirchner, presentadas anteriormente (F1), cada una de ellas trabaja sobre facetas diferentes del ethos de la ex mandataria.¹⁶⁸

La interpelación directa de la fotografía principal, propone al visitante un vínculo yo/tú. Como he señalado, los elementos verbales y escénicos le dan a ese “yo” un rango institucional mientras que la expresión de sonriente afabilidad distiende lo formal de la pose. Según la codificación clásica de los sentidos connotados en las imágenes políticas se podría calificar como un gesto que transmite un sereno optimismo a la ciudadanía. La pose, ha señalado Verón, es una suerte de don que la figura representada ofrece al destinatario.

La pose es una modalidad típicamente utilizada (...) en un medio controlado por la formación política que la emite. La pose indica el dominio, por parte de aquel que es representado (aquí, el hombre político) de su propia estrategia enunciativa. (Verón, 1997 a: 63)

¹⁶⁷ De manera análoga, Francesco Casetti (1986) señala que la mirada a cámara es una de las interdicciones centrales del lenguaje cinematográfico, ya que pone en evidencia el trabajo de la cámara que, por convención, el cine esconde e “impone una apertura al único espacio irremediabilmente diferente (...), es decir, a la sala que está frente a la pantalla”.

¹⁶⁸ Vitale y Maizels (2011:342) en su análisis del ethos de C. F. de Kirchner en la campaña electoral de 2007, proponen la noción de “ethos híbrido no convergente” a partir de desarrollos previos de R. Amossy, Maingueneau y Perelman- Olbrechts-Tyteca. La expresión busca dar cuenta de “los casos en los que el discurso de un orador construye simultáneamente más de una imagen de sí dominante pero a la vez esas imágenes no orientan hacia la misma conclusión”. En efecto, si bien las facetas que se hibridan han variado a lo largo de la vida política de Cristina Kirchner desde entonces, he detectado una tendencia, presente en su discurso en las redes, a construir un ethos híbrido no convergente. Las fotografías presentadas en este ejemplo son una muestra más de ese rasgo que parece marcar el estilo de la Presidente.

Por otra parte, la fotografía de identificación de la página presidencial ofrece una toma más intimista y traza un esquema más complejo. Al analizar el noticiero televisivo Verón (1983:79) señala que “La suspensión del eje de la mirada cobra el estatuto de un conector discursivo. Marca una transición...”. Los quiebres y desplazamientos que se operan en ese eje afectan la índole misma de lo dicho y es, por lo tanto, una clave que se propone para su desciframiento. La suspensión del eje de la mirada guía nuestra atención hacia otros aspectos de la escena mostrada. El eje ya no es yo/tú, sino que entran en escena terceras personas, presentes o implícitas. Es el contraste de las dos fotografías lo que vuelve más significativo el juego de las miradas en la segunda foto.

Néstor Kirchner desde un segundo plano, observa a su esposa alejarse, mientras la mirada de ella se dirige a un punto fuera del campo. Ambos tienen una expresión risueña, cierta expresión de complicidad que deja al espectador fuera del juego. Por otra parte, en el contexto del vínculo político que mantenían, la relación de cuerpos y miradas que presenta la foto, admite ser leído como una metáfora de la creciente autonomía política de Cristina Fernández de Kirchner y, a la vez, de la permanencia del liderazgo y el acompañamiento del ex Presidente, que le cede el protagonismo. Ninguna de las dos figuras mira a cámara, la fotografía captura un instante de transición entre lo privado y lo público, entre lo doméstico y lo laboral, entre lo cotidiano y lo trascendente. Al decir de Verón (1994:57) la foto expresa “la naturalidad de una vida que, marcada por el sello de lo público, no es por ello menos vida”. Esta fotografía carece de otro anclaje verbal que no sea el rango institucional que en el momento ostentaba Cristina Fernández de Kirchner. Sin embargo, considero que “se ancla” en la competencia social y política de los lectores, que pueden reponer fácilmente la información sobre las figuras fotografiadas y sus vínculos familiares y políticos.

- **El contacto exhibido**

El segundo aspecto es lo que llamaré “contacto exhibido” intenta dar cuenta de un recurso metonímico, tradicionalmente empleado por la publicidad política, mediante el cual quien protagoniza la toma se “carga” de los atributos de calidez popular o de prestigio político de quien está a su lado.

Se trata aquellas fotografías en las que el objetivo es – en el campo político– mostrarse rodeado del amor popular, dando respuesta a las necesidades de los

ciudadanos o bien exhibiendo su vínculo con referentes de su propio espacio. Las figuras que aparecen representan tipos sociales (el joven, la jubilada, la madre, el obrero etc.)¹⁶⁹. Retomando la observación de Heller acerca de la cotidianidad de los gobernantes, se podría decir, metafóricamente, que las imágenes políticas muestran “la corte” (espacios institucionales, relaciones jerárquicas) y “el reino” (acercamiento a los ciudadanos, a las localidades a las prácticas productivas y culturales etc.).



F3

En este ejemplo, no hay interpelación al espectador. La escena se desarrolla como si fuera independiente de la cámara que la capta y representa dos caras complementarias de la acción política: el diálogo directo con los ciudadanos y la capacidad de gestionar, impulsar proyectos innovadores, etc.: La imagen – de carácter testimonial¹⁷⁰– produce un movimiento de acercamiento emocional y alejamiento jerárquico con respecto al destinatario, que son como sístole y diástole de la comunicación política.

¹⁶⁹Verón (1994:66) denomina “fotografía categorizadora” a este tipo de imágenes y las define como: “Imágenes que son cuasiconceptos, que encarnan clases lógicas. Operan sobre la dimensión categorial de la evolución individualista: la foto no es más que un soporte a través del cual el lector reconoce su problema, pero ese problema es compartido con otros individuos que pertenecen a su misma categoría social o socioprofesional.”

¹⁷⁰ “Siempre instantánea (en oposición a la foto posada), la fotografía testimonial está allí porque constituye la captación del acontecimiento del que se habla”. En la tipología que propone Verón este tipo de imágenes tiene, fundamentalmente, un uso periodístico. Traspolada al discurso político, la imagen testimonial pone en escena atributos personales y políticos, rasgos del ethos que se desea subrayar, dotándolos de un aura de espontaneidad que se contrapone a la “foto- pose”.

Hay, finalmente, casos híbridos, imágenes en las que la mirada a cámara se combina con el contacto exhibido¹⁷¹. Por ejemplo, la siguiente fotografía, tomada durante el acto de inauguración de una escuela en San Antonio de Areco¹⁷².



F4

Las miradas a cámara en este caso son múltiples, hay un colectivo –cuyo núcleo es la mirada presidencial- que interpela al lector singular y lo integran simbólicamente a la escena que ilustra el efecto de las palabras pronunciadas por Cristina Kirchner en la ocasión, citadas en el copete de la foto. Como es sabido, todo discurso pone en escena las condiciones ideales en las que desea ser recibido a través de diferentes recursos. En Facebook es frecuente que las fotografías cumplan esa función.

El nivel verbal del contacto

Ya he señalado en capítulos anteriores que todo enunciado supone un trabajo sobre la dimensión del contacto. Sin embargo, es oportuno subrayar que, en

¹⁷¹ Esta imagen se encuadra dentro del formato específico de las “selfies” que tienden a ganar espacio en las redes sociales y en el campo de la política están orientadas por lo general, a la exhibición del contacto. Lev Manovich (2016:1), responsable de un equipo interdisciplinario que analiza grandes volúmenes de este tipo de imágenes, considera que este material ofrece una “oportunidad única para el estudio de la cultura visual contemporánea. Al analizar las fotos hoy compartidas en las redes por millones de usuarios, podemos entender lo que la gente imagina y crea alrededor del mundo, cómo se representan a sí mismos y a los demás; qué tópicos, estilos y técnicas visuales son más populares o más originales, y cómo estos tópicos y técnicas se diferencian según ubicación, género, edad y muchas otras características demográficas.”.

¹⁷² Fuente: TelesurTV.net “Cristina Fernández sostiene que la nacionalización de YPF es el único camino posible” 24/4/ 2012.

Facebook, las marcas verbales del contacto son mucho menos conspicuas. Esto se debe a dos razones: por un lado, la “delegación” del contacto al plano de las imágenes. Por otro, el ritmo más moroso de Facebook no exige la insistencia permanente en la reafirmación del vínculo – el canal no exige ser reabierto de manera constante-.

Los casos en que se emplean enunciados verbales puramente fáticos son escasos y se trata de dirigentes que tienden a duplicar las mismas publicaciones en las dos plataformas, sorteando la especificidad de cada género.



F5

A ser infrecuente en Facebook, este tipo de enunciados llama la atención sobre un modo de estandarización que socava, en cierto modo, la eficacia del mensaje: en el mismo gesto de apelar al contacto se ofrece una huella de un uso automatizado e impersonal de las redes, lo cual resulta una especie de oxímoron¹⁷³.

1.4.3.2. Lo referencial en Facebook: la acción política en imágenes

Un problema clásico de la comunicación política es la necesidad de encontrar maneras de comunicar la gestión y la acción política de los dirigentes de modo tal que éstas resulten valoradas por la ciudadanía y coherentes con el tipo de promesa que se busca encarnar. Como ya he señalado, en la tradicional oposición entre hechos y palabras, son las últimas las depositarias preferenciales del escepticismo. Se trata de un tópico del discurso político ya presente en la antigüedad clásica (“Res

¹⁷³El mismo tipo de uso se daba en la página de Daniel Filmus en el momento de recolección del corpus. Al consultar con la Lic. Inés Tenewicki, que era entonces jefa de prensa del Senador, me explicó que el procedimiento de automatizar la publicación de las mismas entradas en ambas plataformas se usó en una etapa inicial de utilización de las redes sociales y se abandonó a medida que el senador y su equipo fueron familiarizándose con la especificidad de cada género y recibieron asesoramiento especializado. Se trató de una paulatina toma de conciencia de que los dos géneros tienen distintos públicos y estilos y, por lo tanto, es necesario utilizar estrategias discursivas específicas en cada caso. Este testimonio es un indicio de los complejos procesos de aprendizaje que implica, para los políticos, la apropiación de estas nuevas herramientas.

non verba”) y recuperado incansablemente desde diversas tradiciones políticas¹⁷⁴. La presentación de la acción política a través de enunciados iconotextuales tiene en Facebook una amplia preponderancia sobre los enunciados sólo verbales y, por eso, centraré fundamentalmente en ellos el análisis. Considero que se trata de una herramienta relevante en el desafío de conjurar la amenaza del descreimiento. Como reza el ineludible lugar común “una imagen vale más que mil palabras”.

En otros términos, los signos icónicos enmascaran su carácter sígnico. El peso cultural y político del tópico mantiene una vigencia que no han podido cancelar ni la saturación de imágenes -provistas por los medios audiovisuales, cartelera, prensa ilustrada, etc.-, ni las posibilidades de la imagen digital¹⁷⁵ que ha relativizado la afirmación de Barthes (1980: 121): “nunca puedo negar, en la fotografía, que *la cosa haya estado allí*. (...) La Referencia es el orden fundamental de la fotografía”. Pese a esta erosión del “valor de verdad” de la fotografía, considero que, en el marco del género, las imágenes – ya sean fotos o videos- operan como si la devaluación del verosímil fotográfico no tuviera lugar. La imagen política, en particular aquella que funciona como ilustración de la agenda, se postula como portadora de una verosimilitud plena. En ese sentido, los enunciados se colocan bajo el amparo de la citada afirmación barthesiana.

Todas las demás dimensiones se subordinan al “orden fundamental de la referencia”: las imágenes se postulan como signos capaces de sortear el abismo que las separa de lo real y de operar como prueba de la veracidad de los enunciados verbales. La operación de anclaje es, pues, recíproca: la palabra orienta la lectura de la imagen y la imagen “ancla” la palabra en lo real. La imagen funciona como

¹⁷⁴ Barthes (1957:188) ha dedicado al tema una de sus célebres *Mitologías*: “Como todo ser mítico, el intelectual participa de un tema general, de una sustancia: el aire, es decir (aunque ésta sea una identidad poco científica) el vacío. En su superioridad, el intelectual planea, no se “pega” a la realidad (la realidad es la tierra, mito ambiguo que significa a la vez la raza, la ruralidad, la provincia, el buen sentido, lo oscuro innombrable, etc.).(...) Lo que le falta al intelectual son “raíces” en el alma de la nación. Los intelectuales no son idealistas ni realistas, son seres sombríos, “reventados”. Su nivel de altura adecuado es el de las nubes, vieja cantilena aristofanesca (el intelectual, entonces, era Sócrates).(...) En estos conceptos aparece el fundamento inevitable del antiintelectualismo: la desconfianza del lenguaje, la reducción de la palabra opuesta a un ruido.”

¹⁷⁵ Sobre la relación entre fotografía e imagen digital, Bolter y Grusin (2011:36) señalan “Así, las imágenes digitales y las fotos consiguen el mismo efecto de borrado mediante diversos procedimientos. La fotografía borra al sujeto humano mediante la mecánica de las lentes, el obturador y la química de la película. Los objetos gráficos digitales borran al sujeto algorítmicamente mediante la matemática de la perspectiva y de las sombras incorporada al programa. La así llamada fotografía digital es un híbrido que combina y reconfigura estos dos tipos de automatismo.”

“contratabú” con respecto a una serie de disvalores –el secreto de las negociaciones políticas, el ocultamiento de cuestiones relevantes, la mentira, etc-. (Barthes, 1964:132). Se podría postular que en las sociedades contemporáneas la proliferación de imágenes es proporcional a la dimensión de la crisis de confianza en la palabra.

Evidentemente, ese fenómeno trasciende las redes sociales, pero el tipo de autoregistro constante que ofrece Facebook añade otra vuelta de tuerca a esa tendencia y el hecho de que el responsable de la publicación y el objeto representado coincidan no es un dato menor. Como en la mayoría de los géneros mediáticos y, en particular en el contexto de Internet, hay en esta profusión de imágenes una suerte de oscilación entre la banalización y el destaque. La superabundancia del registro tiende a reducir el valor de los textos. Sin embargo, el hecho de que sean registrados, los escenarios en que se desarrollan, las figuras públicas que allí aparecen y que asumen la responsabilidad del enunciado, son elementos que pugnan por restituirlo.

Como en el caso de Twitter, es posible distinguir enunciados de corte “informativo” – es decir aquellos en los que se presenta una escena en la que el enunciador no está directamente involucrado-, de aquellos que constituyen una suerte de agenda ilustrada del responsable de la página –aún cuando no se use la primera persona¹⁷⁶-. Los ejemplos que presento a continuación –ambos tomados de la página del Senador Aníbal Fernández,- permiten ilustrar esas dos facetas: en la entrada que aparece a la izquierda, una serie de imágenes muestran a Aníbal Fernández compartiendo reuniones de trabajo en el Congreso con funcionarios del Gobierno y con otros legisladores.

¹⁷⁶ Por convención quien mira a cámara habla en su propio nombre, lo cual es considerado un equivalente icónico del “yo”. En el caso de la figura tanto la imagen como el texto remiten a la tercera persona.



F6 Y 7

La entrada de la derecha muestra la imagen de la Presidente durante la presentación del proyecto. Se trata de entradas sucesivas, legibles como una secuencia encadenada: la del 17 de abril muestra escenas de la actividad parlamentaria que son consecuencia directa del anuncio presidencial del día anterior. A diferencia de Twitter, la temporalidad de Facebook es más permeable a este tipo de secuencias narrativas.

Este ejemplo permite ver también formas típicas de la compleja relación entre la imagen y los enunciados verbales que las acompañan. Los textos permiten fijar el sentido de imágenes (Barthes, 1964) que podrían corresponder a cualquier anuncio¹⁷⁷ o a cualquier reunión de la comisión. El título, destacado en azul funciona como signo de pasaje, es decir habilita el acceso a una expansión del material mostrado. El recurso retórico predominante en la construcción de las entradas es la sinécdoque, que opera en distintos niveles: fragmentos de textos que se amplían, fragmentos de una vida que se muestra.

Es asimismo frecuente que la relación texto/ imagen opere como relevo¹⁷⁸, ya que el texto que acompaña a las fotografías de agenda suele ser un fragmento de los

¹⁷⁷ En el caso de la imagen 7, el tubo que contiene una muestra de petróleo del primer pozo es el detalle que permite vincular la foto con la coyuntura específica. Si no fuera así, la imagen podría corresponder a otros anuncios.

¹⁷⁸ Uso el término según la conocida definición de Roland Barthes (1964:133): “Aquí la palabra (casi siempre un trozo de diálogo) y la imagen están en una relación complementaria. Las palabras, al igual

discursos pronunciados en la ocasión. Esto se puede ver en la siguiente entrada, publicada en el muro del diputado Pino Solanas:



F8

En este caso, se utiliza una combinación de las dos formas de relación texto/imagen que he mencionado, Estos procedimientos evocan la distribución de la historieta o la fotonovela: mientras el copete ofrece un fragmento del discurso pronunciado en la ocasión, la foto y la bajada del título reponen la situación de enunciación. El título, en cambio, emplea procedimientos hipertextuales; es un vínculo que permite acceder al texto completo, en la página del partido.

Este recorrido no agota las variantes combinatorias entre palabra e imagen en Facebook, sino que aspira a ilustrar las formas más representativas.

1.4.3.4 Enunciados centrados en la dimensión intertextual

Si bien los enlaces incluidos en las entradas de Twitter y Facebook remiten a materiales similares – o, en ocasiones, a los mismos- el tipo de visibilidad que caracteriza a Facebook hace más evidente la hibridación de géneros. En las páginas conviven materiales visuales especialmente producidos para la plataforma con otras que recuperan, citan o evocan otros géneros del discurso y la imagen política¹⁷⁹. En los ejemplos presentados en el ítem anterior, las imágenes remiten a

que las imágenes, son entonces fragmentos de un sintagma más general, y la unidad del mensaje se cumple en un nivel superior: el de la historia, de la anécdota, diégesis”

¹⁷⁹ Bolter y Grusin (2011: 45) llaman remediación a este tipo de representación de un medio en otro y consideran que es una característica definitoria de los nuevos medios digitales. “Los viejos medios se presentan en un espacio cuyas discontinuidades, como las del *collage* y del fotomontaje, son claramente visibles. (...) Las discontinuidades están indicadas mediante ventanas, botones, diapositivas, y otro tipo de controles que dan paso o terminan los segmentos de los diversos medios

distintos géneros del discurso político institucional: el debate en comisión, los anuncios presidenciales hechos a través de la cadena nacional, el debate parlamentario.

Asimismo, el tratamiento de las imágenes recupera formatos clásicos de la propaganda política como el afiche que se muestra a continuación y que se vio en las calles en esos días. Hay en la imagen un juego de evocaciones que resultan de la utilización de formatos clásicos reconfigurados en un género nuevo-: el uso del logo tradicional de YPF, la aparición en la parte inferior de la foto de una bandera con la consigna clásica de la resistencia peronista (“Luche y vuelve”) resignificada para adecuarla a la coyuntura¹⁸⁰. Estos elementos remiten a la relación pasado/presente que fue uno de los núcleos organizativos de los discursos en torno a la nacionalización del 51 % del paquete accionario de YPF.



F9

Otras piezas son un híbrido de propaganda política y publicidad comercial (como el video institucional que conmemora los 90 años de YPF), videos que recuperan materiales de archivo – como el corto que evoca las denuncias de Solanas en materia de hidrocarburos a lo largo de veinte años-, documentos en power point de corte pedagógico (por ejemplo, el que fundamenta la “ley de recuperación de YPF”).

La interfaz gráfica de usuario reconoce y controla las discontinuidades conforme el usuario se mueve entre diversos medios.”

¹⁸⁰. La entrada cita a un afiche que a su vez remite a otro género – la pancarta, el estandarte- dentro del afiche y como un indicio de la presencia de los invisibles manifestantes. A su vez, la consigna inscripta en una bandera con los colores patrios que ondea, remite a las luchas del peronismo proscripto entre 1955 y 1973.

I. 4.3.4. Enunciados ligados al género epidíctico

No abundaré aquí en los rasgos generales de lo epidíctico que han sido presentados en el capítulo anterior. Sin embargo, considero necesario hacer una salvedad, ya que se trata de una categoría tradicionalmente circunscripta al plano de lo verbal, que extrapolaré al terreno de lo icónico para el análisis de la vertiente celebratoria. En efecto, hay una diferencia considerable entre los recursos discursivos empleados en las dos dimensiones de lo epidíctico: mientras las entradas de tono polémico privilegian los recursos verbales, las de corte celebratorio –muy abundantes en el corpus escogido– remiten a un ritual colectivo más mostrado que dicho: lo que se exhibe es la “felicidad del pueblo” para decirlo en términos caros a las raíces político discursivas del oficialismo de la época. Parafraseando a Perelman y Olbrechts-Tyteca se trata de mostrar como ya dada una comunión en torno a ciertos valores reconocidos por el auditorio, y postular su carácter unánime. Evidentemente, este tipo de enunciados interpela, preferentemente, al prodestinatario.

El blanco polémico

Como he anticipado, en el campo polémico, salvo excepciones¹⁸¹, se privilegian los recursos verbales. Una de las excepciones mencionadas es esta imagen que se mantuvo durante largos meses como imagen de presentación en la página de la diputada Victoria Donda:

¹⁸¹ La diputada Donda también publicó en Facebook fotografías de sí misma ataviada con una remera en la que estaba estampada la misma leyenda.



F10

Allí se pueden ver sobre las bancas de los diputados opositores carteles con la leyenda “Nosotros no la privatizamos. Nosotros no la vaciamos” en una evidente alusión polémica a las posiciones previas de gran parte de los referentes del Frente para la Victoria.

Sin embargo, en líneas generales, la “atmósfera amigable” que he señalado previamente al describir el género hace que la vertiente polémica tenga una presencia menos marcada tanto en comparación con Twitter como en comparación con la vertiente celebratoria. Asimismo, cuando la polémica se despliega, suele desarrollarse en términos menos virulentos.

En el corpus seleccionado, la mayor parte de las entradas que remiten a la dimensión polémica corresponden a enunciadores provenientes de fuerzas que matizaron factores de apoyo con críticas a la gestión previa del oficialismo. El complejo desafío de marcar coincidencias y diferencias exigió un mayor despliegue argumentativo. Por eso, la herramienta más frecuente fue la publicación de artículos que también aparecieron -antes o después- en la prensa (por ejemplo: “La UCR no puede acompañar otro error” de Suárez Lastra o “Nacionalización de YPF: pasado, presente y futuro” de A. Tumini, compartido por Victoria Donda).

Otra variante del mismo fenómeno es la publicación de documentos partidarios (Documento de la Mesa Nacional de Proyecto Sur sobre YPF, publicado por Pino Solanas) o videos de entrevistas televisivas en los que los responsables de las páginas o referentes de su fuerza política fijaban posición sobre el tema. Por ejemplo, en el caso de Mauricio Macri – el dirigente que se opuso más radicalmente

a la iniciativa de expropiar parte del paquete accionario de YPF-, las únicas dos entradas que dedicó al tema fueron las siguientes:



F11

En el primer caso, se ve un fotograma correspondiente a la conferencia de prensa acompañado de un copete que anticipa el rechazo global del proyecto por parte del dirigente porteño. Las dos entradas se superponen parcialmente, ya que la segunda es un fragmento seleccionado de las declaraciones hechas en esa misma ocasión. El fragmento fundamenta la posición del Pro y anticipa la postura que esa fuerza asumiría en el debate legislativo¹⁸².

Como se puede ver por los indicios que aparecen en el margen inferior, el fragmento textual tiene un impacto mucho mayor entre los lectores (la cantidad de personas que declaran “Me gusta” supera el triple; los comentarios y usuarios que la comparten se duplican). Tal vez esta diferencia en la cantidad de valoraciones positivas sea atribuible a que la lectura de un párrafo destacado resulta más inmediatamente accesible y, por lo tanto, más atractiva para los internautas. Volveré sobre este tema en el capítulo 5.

Finalmente, es oportuno aclarar que los enunciadores encuadrados en el oficialismo transitaban escasamente los carriles polémicos y, cuando lo hicieron, privilegiaron blancos externos al campo político nacional (por ejemplo, la descripción de la gestión de directivos de Repsol en el artículo publicado por el diputado Agustín Rossi en su muro y en el diario *La Nación*).

¹⁸² Las mismas frases, segmentadas, fueron publicadas en Twitter.

La vertiente celebratoria

Los enunciados de corte celebratorio tienen como núcleo imágenes en las que se representa la recepción festiva de la medida gubernamental. Centradas en el prodestinatario, se trata de entradas que escenifican la recepción ideal que el discurso postula y demanda. Este tipo de enunciados se puede segmentar en cuatro grandes grupos considerando el tipo de recursos expresivos que se ponen en juego, el tipo de escena representada y el nivel de abstracción:

En primer lugar, se destaca una serie de entradas que representan diferentes aspectos de un festejo popular (lluvias de papelitos, dedos en V, multitudes embanderadas, etc.). Por ejemplo, la siguiente fotografía, compartida por Juan Manuel Abal Medina luego de un acto político organizado en el club Vélez Sarsfield, para conmemorar el aniversario de la victoria electoral de Néstor Kirchner en 2003. El sentido del acto se resignificó a partir del anuncio referido a la expropiación¹⁸³, como muestran los globos con el logo de la empresa. La multitud, la gran cantidad de globos y banderas con los colores patrios sugieren un clima de algarabía en torno a la figura de la Presidente de la Nación.



F12

En segundo lugar, aparecen aquellos enunciados que remiten a escenarios institucionales, en particular, el Congreso de la Nación, transfigurado por los indicios del festejo en las galerías y la plaza aledaña o la imagen del panel que muestra los resultados de la votación en la Cámara de Diputados, abrumadoramente favorables (207 a 32) a la medida. Como señalaré en el próximo capítulo, el aura de unanimidad y alegría que se proyectan son atributos del “momento patriótico”.

¹⁸³ Así lo explicitó Cristina Kirchner al hablar en ese acto.



F13, 14



F15

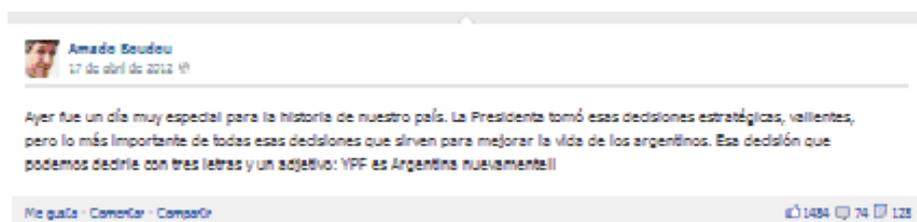
El tercer grupo de imágenes condensa ideologemas que proporcionan una matriz interpretativa a la coyuntura. Un ejemplo es la siguiente entrada de la página de Martín Sabbatella, publicado el 14 de abril.



F16

La proximidad del aniversario del desembarco de militares argentinos en Malvinas habilita la identificación metonímica de dos cuestiones de muy diverso calibre y de alto impacto emocional¹⁸⁴. El texto del copete reproduce las declaraciones de Sabbatella luego del anuncio de la medida.

Por último, encontramos una serie de entradas exclusivamente verbales. Son el grupo más escaso y se caracterizan –del mismo modo que los textos que acompañan a las imágenes de las categorías anteriormente descritas- por el uso de un léxico cargado de valoración positiva. Por ejemplo, esta entrada publicada por el Vicepresidente Boudou:



F17

En el texto citado, la acumulación de expresiones valorativas (“muy especial”, “estratégicas, valientes”, “importante” “mejorar”) crea un marco celebratorio en cuyo centro se sitúa la figura presidencial. Por otra parte, el intento de realzar retóricamente el cierre se disuelve en la tensión de la búsqueda de condensar y desambiguar a la vez. De todos modos, la síntesis que propone es una expresión más de la idea de restauración que recorrió todo el debate. Más adelante volveré sobre este tema.

¹⁸⁴ Este enunciado es un buen ejemplo de la lógica de puesta en equivalencia de las demandas que está en la base de la última formulación de la teoría del populismo de Ernesto Laclau (2003, 2005, 2008) “...en este modelo hegemónico, la universalidad es algo que sólo se constituye a partir de la equivalencia entre particularidades. (...) Los símbolos que van a constituir la totalidad de esta cadena equivalencial entre distintos grupos se van vaciando cada vez más de contenido, porque tienen que representar, no sólo las demandas originarias, sino todas las demandas que se estructuran a través de esta cadena.”.

1.4.3.5. La doctrina evocada

En el capítulo I, me he referido a la crisis de las identidades políticas tradicionales como un rasgo de época y a la labilidad doctrinaria que caracteriza a las fuerzas políticas contemporáneas a nivel global. A ello se suma, en el plano nacional, el hecho de que las grandes fuerzas políticas que dominaron la escena en el siglo XX, no han consolidado – ni buscado consolidar- a lo largo de su historia, marcos doctrinarios precisos. Sin embargo, existe una serie de tópicos ideológico discursivos que resultan inmediatamente reconocibles como giros propios de lo que en el terreno político se ha dado en llamar el “campo nacional- popular” y que traza un lazo de parentesco entre grandes sectores del radicalismo, el peronismo y otras fuerzas menos gravitantes que suelen funcionar como satélites o fragmentaciones de los dos grandes partidos tradicionales que han encarnado diversas facetas de populismo en nuestro país¹⁸⁵. Esta vertiente de lo nacional-popular entronca con una tradición ideológico-discursiva muy anterior, que arraiga en el siglo XIX en los discursos de constitución de las naciones latinoamericanas. Elvira Arnoux (2008 a y b) la ha denominado “matriz latinoamericanista” y la caracteriza según un haz de rasgos: la reivindicación de la unidad regional frente a la amenaza externa – ya sea económica o militar-, un marcado tono épico en lo estilístico y énfasis en lo programático. Arnoux destaca asimismo, la ligazón que existe entre el componente utópico de la matriz latinoamericanista y su tono conmemorativo, es decir, la identificación del horizonte utópico con la concreción del ideario de los padres fundadores. La matriz del nacionalismo petrolero es una subespecie, por así decirlo, de la matriz latinoamericanista. El fuerte arraigo de esta tradición ideológico discursiva –a la que tributan los populismos clásicos y contemporáneos- hace que,

¹⁸⁵ Como señala con ironía Aboy Carles (2001), los estudios sobre el populismo son tan numerosos que constituyen casi un subgénero dentro de las ciencias sociales. Ese vasto campo de debates ha cobrado particular intensidad en las últimas décadas, fundamentalmente a partir de los aportes de Ernesto Laclau (1990, 2005). Asimismo en un texto que es reconocido como un punto de referencia en este debate, Portantiero y de Ípola (1981) han caracterizado sintéticamente los rasgos salientes de los movimientos populistas en estos términos “se produce un doble proceso: el "pueblo" se constituye en sujeto político y, a la vez, un orden estatal nuevo se conforma. Si esto es así, el examen del populismo debe ser desagregado en tres niveles: el de las demandas y tradiciones nacional-populares (no clasistas) que se inscriben en su ideología; el del populismo, como movimiento de nacionalización y ciudadanización de las masas; el del populismo como forma particular de compromiso estatal.”

como señala la autora, se ancle en ella la memoria discursiva¹⁸⁶ y, de este modo, se facilite su rápida activación.

Este aspecto resulta fundamental para el estudio de los géneros que aquí analizo, ya que la comprensión que exigen los formatos online limita las posibilidades argumentativas. Los enunciadores se valen, por lo tanto, de indicios y evocaciones. Por ejemplo en este caso, que reproduce una columna de opinión publicada por el diputado Rossi en *La Nación*.



F18

Al expandir la entrada se puede ver que, más adelante, el texto publicado por el ex diputado continúa diciendo:

“El paso que estamos dando se inscribe en la lógica de las mejores tradiciones nacionales y populares de la Argentina. La recuperación del control estatal sobre YPF constituirá, sin lugar a dudas, un capítulo clave en la extensa "película" de la historia de la soberanía nacional. (...) Lo que viene es otra historia.”

La activación de la memoria discursiva a través de elementos fragmentarios, indicios, evocaciones y referencias intertextuales permite al lector reintegrar esas señales en una trama argumentativa familiar (una “película” vista de manera colectiva) que tiende a darse por aceptada de antemano. Añadiré a los rasgos ya presentados, la mención del fuerte componente emocional que se manifiesta en los enunciados que remiten a esta tradición y que atraviesan los diferentes niveles textuales. Recordemos que Juan Domingo Perón solía subrayar la asociación entre doctrina y emotividad;

“Lo importante en las doctrinas es inculcarlas, vale decir, que no es suficiente conocer la doctrina: lo fundamental es sentirla, y lo más importante es amarla. (...) Es menester tener una mística, que es la verdadera fuerza motriz que impulsa a la realización y al sacrificio para esa realización.” (Perón, 1952: 4)

¹⁸⁶ La noción de memoria discursiva (Courtine (1981) que Elvira Arnoux recupera se refiere a aquellos saberes y modos de decir “de los cuales el sujeto se apropia o en los cuales se inscribe al proferir sus enunciados y que remiten a temporalidades que superan el tiempo corto del acontecimiento discursivo y convocan la larga duración o el ‘tiempo medio’ de un ciclo” (Arnoux, 2008 b:44)

En efecto, como he planteado al referirme a la vertiente celebratoria, las apelaciones a la memoria discursiva postulan un régimen de la emoción asociado a recursos como la evocación de los padres fundadores –de Mosconi a Néstor Kichner-, al imaginario de la unidad nacional, y a cierta idea de restauración reparadora de una plenitud perdida. A la vez, el recurso produce una suerte de obturación de los canales de disenso para quienes, inscribiéndose en esa tradición, disienten total o parcialmente con la medida. Volveré sobre estas cuestiones en el próximo capítulo.

I.4.4. Conclusiones del capítulo

Luego de la caracterización de Twitter realizada en el capítulo 3, en éste he descrito los rasgos formales y modos de funcionamiento político-comunicativo de Facebook, con el objetivo de hacer visibles los puntos de contacto y las diferencias que distinguen este género de la plataforma de microblogging, y contrastar los modos en que se actualizan, en cada caso, los usos políticos.

En primer lugar, he destacado que Facebook es la red social más popular a nivel mundial y que los internautas argentinos están entre los que más tiempo dedican a navegar en esta plataforma. El carácter generalista de Facebook contrasta con la condición más restrictiva que he marcado en Twitter. Más allá de lo anecdótico, el atractivo de Facebook, desde una perspectiva política, reside en la disponibilidad de un público heterogéneo y numeroso.

En lo que se refiere a la organización formal, Facebook comparte con Twitter la estructura de enunciación enmarcada: el enunciador marco provee a los usuarios de recursos iconotextuales de autopresentación que tienen un efecto homogeneizador: todos los perfiles se organizan de manera semejante. Como he mostrado a través de los ejemplos analizados, las imágenes de presentación e identificación y los breves textos de anclaje escenifican los rasgos centrales del ethos de la figura en cuestión y recuperan aspectos ya instalados por otros medios. Tales rasgos se ven reforzados en las entradas que publica cada usuario.

En cuanto a la especificidad genérica, he privilegiado tres factores que, a mi juicio, condensan la diferencia entre Twitter y Facebook: la “atmósfera amigable” que estimula el enunciador marco, la temporalidad anclada en lo cotidiano y el acento en la iconicidad.

En el primer caso, el clima “amigable” está asociado a un umbral más alto de reciprocidad y a las herramientas que favorecen la creación de comunidades virtuales (formación de grupos, red de “amigos”, opciones de evaluación positiva, etc.). Al usar la plataforma, los usuarios configuran identidades “público privadas”, a través, por ejemplo, de gestos de adhesión a figuras o causas públicas o de la intervención en grupos semipúblicos. Tales gestos son registrados automáticamente y son visibles para los “amigos” del usuario. La circulación de este tipo de información hace que las identidades y los vínculos establecidos sean dinámicos. Asimismo, el enunciador marco produce marcas de popularidad digital que orientan la lectura y estimulan la reproducción de los vínculos.

En cuanto a la temporalidad, he señalado que la instantaneidad de Twitter se contrapone al ritmo cotidiano de Facebook, y que esta diferencia afecta el tipo de vínculos, la selección y el tipo de tratamiento de los temas, las formas de lectura, etc. Las entradas que son más extensas y tienen un tiempo de visibilidad más prolongado, muestran la cotidianeidad de la política, reiteran los rituales de la vida pública y ofrecen un cierto acceso al “backstage” del poder. Las escenas de lo cotidiano se proyectan como eventuales marcas del cumplimiento de las promesas o bien de la demanda social y, por lo tanto, son operadores de refuerzo del vínculo entre representantes y representados.

La tercera diferencia consiste en el tipo de materia significativa que predomina en cada plataforma: el lenguaje verbal prevalece en Twitter, mientras que en Facebook el eje de las entradas son las imágenes (sobre todo, las fotografías). Como he mostrado al recorrer los distintos tipos de entradas, todas las orientaciones se reorganizan en función de la transposición que implica ese pasaje.

En cuanto al ordenamiento de las entradas, seguí el mismo esquema utilizado en el caso de Twitter.

Al referirme a la función de *contacto*, he señalado que en Facebook el mecanismo fundamental de interpelación es el eje de la mirada. Los ejemplos analizados permiten ver la variedad de efectos de sentido que produce la activación/suspensión de la mirada a cámara. También he marcado la importancia de las formas de “contacto exhibido” (dirigentes fotografiados junto a personas que encarnan tipos sociales) que apuntan a producir un efecto de identificación y aportan al ethos de las figuras públicas en cuestión atributos de cercanía y compromiso. Otro factor considerado en la exposición es que las marcas verbales de contacto son mucho

menos frecuentes que en Twitter, lo cual se debe no sólo a la preeminencia de lo icónico, sino también al ritmo más cotidiano y los vínculos sostenidos de antemano por una cierta red de afinidad. Todos estos elementos hacen que no sea necesaria, en este caso, la intensidad con que se reafirman los vínculos en Twitter.

En el plano de lo referencial, la herramienta privilegiada son las fotografías “testimoniales”. Como en el caso de Twitter, he establecido una distinción entre aquellas entradas que involucran la actividad diaria del enunciador (agenda) y las que ilustran otras situaciones u otros protagonistas (por lo general, se trata de entradas en las que se “comparten” informaciones sobre los referentes del colectivo de referencia). El conjunto proporciona una especie de álbum ilustrado de la cotidianidad del poder y activa competencias lectoras similares a las de las revistas ilustradas.

Al analizar este aspecto, he señalado el valor político del realismo fotográfico, ya que la imagen testimonial se postula como portadora de una “verosimilitud plena”, vedada a la palabra. La función de anclaje es, por lo tanto, doble: la palabra fija el sentido de las fotografías y las imágenes anclan el discurso en lo real. Finalmente he sugerido que si el valor de Twitter es la instantaneidad, el de Facebook radica, precisamente, en esta preponderancia del realismo.

En cuanto al trabajo sobre la intertextualidad, el análisis ha demostrado que en Facebook las remisiones al hipertexto asumen otro tipo de despliegue visual, por ejemplo, a través de los títulos que funcionan como signos de pasaje (una convención más amigable que las URL de Twitter). A la vez, he señalado que las escenas mostradas evocan otros géneros de la política y, de esta manera, ofrecen una clave de lectura para los textos adjuntos: las imágenes de sesiones parlamentarias invitan a asumir que el texto corresponderá a una intervención en el recinto; las imágenes de actos partidarios, en cambio, se asociarán al discurso de tribuna, etc.

Asimismo, el análisis ha permitido observar el despliegue de recursos gráficos que reconfiguran, citan o evocan formatos tradicionales de la política, como el afiche, la pancarta o la publicidad gráfica.

A partir del análisis de las entradas orientadas a lo epidíctico, he mostrado que éstas transitan preferentemente la vertiente celebratoria, cuya expresión más cabal es la imagen festiva. En un sinfín de variantes, las imágenes de algarabía funcionan como metonimia del “pueblo feliz”. La escena de la fiesta funciona como un indicio

de la superposición del ser y el deber ser de la política y representa, asimismo, la recepción ideal de la gestión.

Finalmente, he explicado por qué el componente didáctico/doctrinario tiene una presencia escasa en Facebook. Evidentemente, ni las redes propician el despliegue de doctrinas político ideológicas precisas, ni la tradición de los partidos argentinos mayoritarios ha transitado nunca ese carril. Por otra parte, la imagen sólo puede soportar emblemas o indicios de una memoria discursiva y, por lo tanto, opera como una apelación a una identidad común.

En suma, en el escenario que abren los nuevos medios, el discurso político se engarza con los géneros emergentes y, al hacerlo, reordena el conjunto de funciones político- comunicativas que le son propias, asignándoles nuevos valores que derivan tanto de la coyuntura política e histórica en que se inscriben los textos como de los condicionamientos propios de cada género.

En los próximos capítulos que conforman la segunda parte de esta tesis, me concentraré específicamente a las estrategias enunciativas y retóricas a través de las cuales se articulan estas dos dimensiones.

II parte

En los capítulos anteriores fui enfocando el problema desde los aspectos más generales a los más específicos: del problema de la palabra política en el entorno de la mediatización, a la caracterización de los géneros estudiados desde una perspectiva formal, tratando de destacar los rasgos distintivos, los modos de funcionamiento y, sobre todo, el tipo de usos político- comunicativos detectados en el corpus estudiado. Todos estos factores constituyen, a mi criterio, una parte relevante de las determinaciones sociales que condicionan los textos del debate.

Los tres capítulos que componen la segunda parte se centran en el análisis del corpus, en particular, de trata de estudiar las estrategias político-discursivas que desarrollan los dirigentes-internautas al intervenir en el debate sobre YPF.

Los dos primeros (Cap II. 1 y II. 2) están dedicados a exponer los resultados del análisis de los discursos de los dirigentes políticos previamente seleccionados.

Por último, dado que una de las mayores novedades que estos géneros aportan es la visibilidad de las operaciones de lectura de los internautas “anónimos”, he considerado necesario dedicar un capítulo a analizar las estrategias de lectura y evaluación que despliegan los lectores al comentar e intervenir en ese debate.

Capítulo II.1 El debate sobre YPF en Twitter

Introducción

El debate sobre YPF que tuvo lugar entre abril y mayo de 2012 despertó un amplio y vivo interés en todo el campo político. Como señalé en la introducción general, esto hizo que también en Internet la participación fuera más amplia e intensa de lo que es en momentos más relajados de la vida política. Era previsible que, ante una medida sorpresiva e impactante, Twitter constituyera un soporte privilegiado para que, desde el oficialismo, se incentivara y se diera cauce a la euforia, y desde la oposición se fijara posición al respecto para orientar a los seguidores y anticipar el clima político de los días siguientes.

La vertiginosa temporalidad de Twitter permitía a los ciudadanos y a la prensa seguir el devenir de los acontecimientos en tiempo real, ofreciendo un testimonio particularmente vívido de boca de sus protagonistas.

Todos estos factores hacen que se trate de un punto privilegiado para observar las tendencias actuales del discurso político argentino en las redes. Pero, por otra parte, el debate que se desarrolla es, a mi juicio, interesante en sí mismo. En parte, porque aborda un tema atravesado por viejos y nuevos conflictos ideológicos, frente a los cuales las divisorias de aguas no coinciden necesariamente con las fronteras partidarias.

La discusión sobre la cuestión petrolera –y sobre YPF en particular- se entronca, asimismo, con la memoria discursiva del nacionalismo petrolero y con los conflictos desatados a partir de la privatización de la empresa, en 1992. Se trata finalmente de un tema con intenso impacto social y emocional que hizo que también se multiplicara la participación de lectores y comentaristas.

Ahora bien ¿Qué estrategias discursivas desarrollan los dirigentes/internautas en este debate? ¿Cómo aprovechan los recursos del género? ¿Cómo son las estrategias retóricas que organizan el debate? Este capítulo está dedicado a buscar algunas respuestas para esos interrogantes.

II.1.1. Twitter: la política en tiempo real

El análisis que presentaré a continuación hace eje en las estrategias enunciativas y retóricas y los puntos de articulación entre ambas. Los componentes del dispositivo enunciativo son inseparables de las estrategias argumentativas de los diferentes sectores. Por otra parte, es evidente que hablar de argumentación en textos de 140 caracteres implica un uso “elástico” del concepto. Tal elasticidad me lleva a considerar el valor persuasivo del uso de clichés, enlaces a textos más extensos, indicios que remiten a argumentos instalados en otros soportes o vigentes en la doxa. También se analizará el peso que adquieren en ese contexto ciertas figuras retóricas que resultan afines a las exigencias de condensación propias del género.

II.1.2. Problemas de la enunciación

En el encuadre teórico metodológico que orienta esta tesis, la enunciación es el plano en el que se despliegan de manera más nítida las huellas de las condiciones sociales de producción (Verón, 1986, 1987, 2013). Por eso, resulta un punto de partida especialmente productivo en el análisis de los discursos políticos: en el plano de la enunciación se ponen en escena los vínculos postulados con los destinatarios y con el adversario, es decir, se sientan las bases para la constitución de colectivos sociales y políticos.

Vale destacar que, entre las condiciones de producción hay un amplio abanico de discursos correspondientes a las tradiciones partidarias propias y ajenas, a tramas históricas y a consideraciones geopolíticas. Entre los ecos de esas voces, los enunciados analizados tejen sentidos políticos sobre los eventos coyunturales.

El trabajo sobre el dispositivo enunciativo se organizará en cuatro aspectos: las figuras del yo, las figuras de la interpelación, las figuras de la temporalidad y las figuras de la espacialidad. En todos los casos, se considerará el valor retórico - argumentativo de las figuras analizadas.

II.1. 2.1 Figuras del yo

A fin de organizar la exposición, presentaré las principales estrategias enunciativas a través de cinco esquemas. No se trata –salvo, como se verá, en el caso de la Presidente- de enunciadores diferentes, sino de diferentes roles que las figuras involucradas –tanto desde el oficialismo como desde la oposición- asumen frente a la coyuntura, diferentes modos de relacionarse con su propia palabra, con el acontecer político y con los destinatarios.

Como he anticipado, los discursos que circulan en la esfera pública parecen orientarse a una progresiva pérdida de autonomía y especificidad: lo político se hibrida con lo periodístico, los formatos de entretenimiento con la información, hasta llegar a conformar, frecuentemente, objetos de un estatuto indecible. Los tuits están lejos de escapar de esa tendencia. En ellos se encabalgan el discurso político y el discurso periodístico y resulta coherente, por lo tanto, que las estrategias enunciativas de los usuarios acentúen, alternativamente, lugares de enunciación ligados a escenografías periodísticas o a figuras más clásicas de la comunicación política.

Por todo lo expuesto, distingo en el corpus cinco figuras características de los lugares de enunciación: las dos primeras están vinculadas a escenografías genéricas periodísticas y las dos siguientes son figuras clásicas de la política. La última, reformula la recuperación de la voz popular a través de las innovaciones y recursos específicos del género:

- El cronista
- El editorialista/analista
- La líder
- El militante
- El enunciadador coral

Estas figuras se solapan con las categorías propuestas en el capítulo anterior para ordenar los tipos de usos políticos que se privilegian en los géneros analizados. En efecto, hay una cierta correspondencia privilegiada entre la figura del enunciadador-cronista y los usos centrados en lo referencial, así como existe un

parentesco entre la vertiente epidíctica y los perfiles del enunciador militante y el enunciador editorialista, mientras que el enunciador coral se enlaza necesariamente, con los usos intertextuales. En cuanto a la figura de la líder, ésta está ligada, por definición, a la vertiente doctrinaria, aún entendida como una doctrina lábil de contornos difusos¹⁸⁷. También es posible asociar estos perfiles a gestos performativos preferentes. La líder anuncia – y al hacerlo marca un rumbo- el militante celebra o denuncia. El cronista informa. En su conjunto, estos lazos no implican categorías rígidas, sino que indican tendencias, afinidades, modos de actuar política y discursivamente en una coyuntura dada.

El cronista

El ritmo vertiginoso de Twitter se presta a que los dirigentes, protagonistas y testigos privilegiados de una coyuntura excepcional, aparezcan narrando la secuencia de hechos “en tiempo real”. Como señaló Beatriz Sarlo al referirse a los tuits presidenciales, este tipo de enunciados “permite la vibración de la ‘toma’ directa (...) la comunicación directa, en directo, produce un efecto de transparencia difícil de lograr por otros medios” (Sarlo, 2011: 74) Y, si bien eso es cierto para todos los tuits, en casos como el que nos ocupa, el rango político del enunciador carga de un valor excepcional el enunciado. La “ausencia” de mediaciones¹⁸⁸ entre la voz de los protagonistas y los lectores es un hecho extraordinario en una sociedad mediatizada. En el caso que nos ocupa, la trascendencia del proyecto y la velocidad del tratamiento parlamentario hizo que los dirigentes oficialistas y opositores – en particular los legisladores- asumieran frecuentemente un rol de cronistas,

¹⁸⁷ Como se ha señalado reiteradamente, la historia doctrinaria del peronismo ha sido, desde sus orígenes, un corpus variado de enunciados de un nivel de generalidad alto (las *Veinte verdades peronistas* son un ejemplo ilustrativo). Al respecto Eliseo Verón y Silvia Sigal (1986:121) han señalado que “la Doctrina es universo significativo abierto, ya que toda nueva interpretación de Perón constituye automáticamente un fragmento más de la Doctrina. Y decimos automáticamente porque la doctrina no está sometida a restricciones de coherencia o de no contradicción. (...) Perón no es líder porque aplica la Doctrina, sino que ésta es Doctrina porque ha sido pronunciada por Perón. Es la Lealtad y no la Doctrina lo que unifica y define al peronismo.”. Desde otra perspectiva, la caracterización que hace Ernesto Laclau (2005:204) del liderazgo populista es compatible con esta explicación de la labilidad doctrinaria del peronismo. Recordemos que para Laclau “la identificación con un significativo vacío es la condición *sine qua non* de la emergencia de un pueblo. Pero el significativo vacío puede operar como un punto de identificación sólo porque representa la cadena equivalencial. (...) El significativo vacío es algo más que la imagen de una totalidad preexistente: es lo que constituye esa totalidad.” Al respecto ver también Aboy Carlés (2007).

¹⁸⁸ Por cierto Twitter es un espacio de mediación, que tiene sin embargo una extraordinaria capacidad de invisibilizarse.

presentando de una manera inmediata los pasos del proyecto en el Congreso de la Nación. Este rol es una de las novedades que, a mi criterio, aporta el género ya que, aunque la palabra política ha tenido siempre una faceta informativa, el cronista resulta de un tipo de articulación específica de temporalidad e información.

Por otra parte, esta posición de enunciación se solapa con lo que he presentado en el capítulo I. 3., al referirme a los enunciados centrados en lo referencial y, en particular, a aquellos enunciados centrados en la agenda. Sin embargo, se distingue de las formas habituales de la agenda por el destaque de la excepcionalidad de las circunstancias. Por ejemplo, la siguiente secuencia de tuits publicada por el ex Senador Aníbal Fernández el 18 de abril permite seguir el ajetreado ritmo del debate en las comisiones del Senado.



T26

En el ejemplo presentado, la voz del entonces senador fluctúa entre enunciados en tercera persona y el uso de un nosotros predominantemente institucional (“concluimos”, “suscribimos”¹⁸⁹), que remite al conjunto de los senadores reunidos

¹⁸⁹ Evidentemente, en uno de los tuits el distanciamiento se quiebra, para incluir un fragmento de corte más doctrinario polémico., para retornar inmediatamente al rol de cronista. “Nosotros nos tenemos que preocupar por los intereses de los argentinos. YPF se debate en comisión en minutos” El enlace remite a una nota periodística referida al tratamiento del proyecto en las comisiones del Senado y el texto es la respuesta del ex Senador Fernández a una pregunta periodística acerca de las declaraciones de Mauricio Macri y los titulares de la Prensa española sobre el tema YPF.

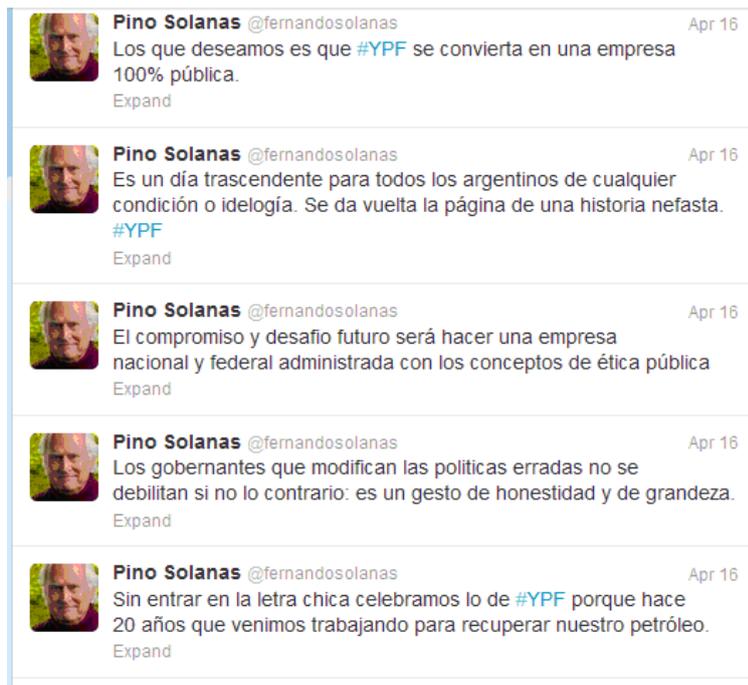
o, más restrictivamente, al bloque del FPV. Es asimismo frecuente que, al situarse en el rol de cronistas, los políticos asuman algunos de los rasgos habituales en el discurso informativo (por ejemplo, las formas impersonales “ahora, X” “en minutos, Y”). Se emplean también oraciones impersonales, al estilo de titulares de prensa. En ambos casos las evaluaciones son escasas, el tuit tiende a transmitir sólo el dato específico (“comienza la sesión” “está por empezar la votación”, etc.). Este tipo de uso se observa también en el caso los otros enunciadores analizados. Paradójicamente, el predominio de enunciados tendencialmente más impersonales se da en la presentación de aspectos de la vida política que los involucran directamente y en los que cumplen un rol destacado en un evidente desdoblamiento de ambas facetas. Es como si el sujeto, absorbido por la acción, sólo pudiera verbalizar las coordenadas en que desarrolla su actividad mientras que la evaluación de los hechos necesita una perspectiva sólo posible desde cierto distanciamiento – ya sea intelectual o cronológico-¹⁹⁰.

Esta austeridad discursiva sugiere una destinación que privilegia al paradesinatario en general, y a la prensa, en particular. La agilidad de Twitter convierte a este medio en un insumo importante para los periodistas y, desde la política, es una forma de buscar difusión en los medios tradicionales.

El enunciador “editorialista”

Haciendo un uso algo heterodoxo del término editorial, designo de esta manera a dos tipos de tuits: el primer grupo está conformado por aquellos tuits –o secuencias de tuits- en los que predomina una interpretación y explicación de la coyuntura. El responsable de la página fija su postura, a la usanza de los editoriales periodísticos que presentan la posición oficial del medio. Sin embargo, en la tradición periodística, el término remite a una dimensión argumentativa que los tuits –por sus características formales no despliegan (salvo cuando se trata de secuencias, lo cual no es infrecuente). Tal es el caso de la siguiente serie de tuits de Pino Solanas que sintetizan la postura de su espacio frente al anuncio presidencial:

¹⁹⁰Me refiero al efecto de sentido. En la práctica y a partir de los testimonios recogidos en las entrevistas, es probable que este tipo de tuits corran por cuenta de equipos profesionales ligados a los respectivos enunciadores. La homogeneidad con que el recurso aparece en el corpus atravesando los diferentes estilos personales y adscripciones partidarias fortalece esta hipótesis.



T27

Vale la pena detenerse en esta serie de enunciados porque condensan el tono de los tópicos que circularon –dentro y fuera de la red- en aquellos días. Desde el comienzo (leyendo en el orden de publicación) se reserva un margen para la disidencia parcial (“la letra chica”), que se desplegaría más tarde en el debate parlamentario. La utilización del verbo “celebrar” anticipa las evaluaciones favorables que se desarrollan en los tuits siguientes, con enunciados de corte didáctico, sostenidos por el perfil patriarcal del enunciador que ha sido compañero de ruta de muchos dirigentes del oficialismo en etapas previas de su carrera política y artística. Por otra parte, este primer tuit reivindica la coherencia del colectivo en que se inscribe el enunciador en materia de política de hidrocarburos. Esta jugada discursiva convierte la “celebración” en una suerte de bienvenida para el oficialismo al campo de ideas propio y no como un viraje de la oposición acercándose al gobierno. El giro de la política gubernamental se explicita en el segundo tuit: revestido con los ropajes del elogio, el argumento trae a colación las posturas previas del oficialismo en materia de hidrocarburos. El recurso al componente didáctico le permite hacer un elogio a la Presidente en términos generales, incluyéndola en una categoría pseudopositiva (la de “los gobernantes que reconocen sus errores”). Aún en pleno “momento patriótico” –tema del que me ocuparé más adelante- los andamios de la polémica momentáneamente en suspenso resultan visibles y la maquinaria polémica se exhibe, lista para ser reactivada.

La serie incluye asimismo entradas de corte prescriptivo (la definición del desafío para el futuro de la empresa) y programático (la demanda de una empresa 100% pública fue uno de los ejes que articuló las intervenciones del Senador en la red, en el recinto y en sus intervenciones periodísticas de aquel momento).

El editorialista fija posición frente a sus seguidores, les ofrece líneas argumentativas para sostenerse en el espacio público, pero también tiene en la mira la demanda de la prensa, ávida por conocer la toma de posición de los diferentes grupos partidarios en esa coyuntura. De hecho, muchos periódicos nacionales y provinciales dedicaron notas laterales al modo en que la noticia había repercutido en Twitter¹⁹¹.

La segunda vertiente del enunciador editorialista se despliega a través de los enlaces: este mecanismo es utilizado para introducir notas de opinión y entrevistas publicadas en diversos medios gráficos y audiovisuales, que desarrollan la postura del responsable de la página y columnas de opinión de diversos referentes de su espacio político. En ocasiones, fragmentos de esas argumentaciones son presentados en el formato de 140 caracteres. A modo de ejemplo, el mismo Solanas incluye en sus tuits enlaces a documentos partidarios que fijan la línea de Proyecto Sur¹⁹², columnas de opinión, videos de entrevistas televisivas.

En el caso de Mauricio Macri – que, como se ha señalado, rechazó la iniciativa-, existe otra variante: como ya se ha señalado, la serie de tuits en la que fija su postura reproduce los segmentos centrales de su conferencia de prensa (Cfr. I.3.4.4). La izquierda más radical (Partido Obrero) también tuvo una posición sumamente crítica, como se ha visto en algunos de los ejemplos presentados.

La utilización de ese formato parece obedecer a diferentes motivaciones. Por un lado, el jefe de Gobierno porteño emprendió inmediatamente después un viaje a Armenia y Alemania y los tuits siguientes de refirieron casi exclusivamente a las

¹⁹¹ Por ejemplo, Rosario 3.com « La expropiación de YPF en Twitter » 16 de abril de 2012. Disponible en http://www.rosario3.com/contenidos/2012/04/16/noticia_0037.html

¹⁹² El documento de Proyecto Sur reitera el apoyo a la iniciativa, a la vez que condena en duros términos la política de hidrocarburos llevada hasta el momento por los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner. La propuesta desarrolla en cinco puntos sus criterios sobre el tema: 1. Conformer una YPF 100% estatal. 2. conformar una sociedad pública con control social (rechazo del formato de Sociedad Anónima) 3. Que todas las provincias coparticipen de la renta petrolera. 4 Prohibir las exportaciones de petróleo y combustibles. 5. auditoría y balance de todos los yacimientos. Ninguno de estos postulados fue incorporado al proyecto, lo cual produjo un pasaje del apoyo inicial a posiciones crecientemente polémicas desde este espacio político.

actividades mantenidas durante la gira. El tema YPF no volvió a ser mencionado por el dirigente en estos soportes durante el periodo analizado. Su intervención lo había colocado como blanco preferencial del oficialismo-. Si bien esto puede ser una ventaja política, al aparecer de manera nítida como el referente opositor más distanciado de las posturas del gobierno, el altísimo porcentaje de aceptación de la medida (77%) puede explicar el abandono del tema¹⁹³.

Desde el oficialismo se emplean recursos semejantes, aunque predomina el formato de los enlaces sobre el de las series de tuits y el *back channel*. Por ejemplo:



T28

El tuit de Fernández remite a su propia intervención desplegando los argumentos del gobierno en la emisión oficialista 6,7,8. De esta manera, inscribe su voz en el centro del aparato de comunicación afín al gobierno y, lateralmente, enlaza el tema con la cuestión Malvinas y con la polémica con la prensa opositora inscriptas en un escenario dominado por la antinomia “argentinos vs apátridas”. El ejemplo permite apreciar la función política del editorialista que ofrece a sus simpatizantes un dispositivo de argumentación, capaz de alimentar y multiplicar los debates en otros espacios.

La líder

Hasta aquí he tratado los perfiles de enunciador a través de los cuales los dirigentes producen un discurso que hibrida las tradiciones del discurso periodístico y las del discurso político. Los casos que siguen, en cambio, corresponden a roles más clásicos de la palabra política. Por empezar, el lugar del liderazgo, figura del enunciador político por excelencia.

Evidentemente, la posición central que ocupaba Cristina Kirchner como presidente en ejercicio hace que su lugar de enunciación se destaque frente a los

¹⁹³ Mucho más adelante, en declaraciones periodísticas Mauricio Macri señaló que, en caso de llegar a la Presidencia de la Nación -como efectivamente ocurrió en diciembre de 2015- mantendría el esquema actual de control de la empresa.

demás enunciadores analizados¹⁹⁴ e, incluso, con respecto a los usos que la propia ex Presidente transita en otro tipo de circunstancias. En efecto, la entonces mandataria solía publicar largas series de tuits –identificables por el uso de un estilo muy personal y frecuentemente informal- durante sus giras, periodos de descanso o para intervenir personalmente en alguna polémica pública-. Este uso se alternaba con el *back channel*, cuando se trataba de destacar temas de la gestión; este uso resultaba más impersonal y formal y consistía en la transcripción parcial de sus intervenciones públicas. Posiblemente la diferencia se deba a que en esos casos se trata de publicaciones delegadas en el equipo de comunicación. Evidentemente, la agitación del periodo analizado hacía más adecuada esta segunda opción. En este caso, los tuits remiten o bien a la transmisión en directo a través del canal de *Youtube* de la Casa Rosada, o bien reproducen textualmente fragmentos de los discursos pronunciados en apariciones públicas. En todos los casos que corresponden al periodo analizado se alternan estos dos últimos tipos de uso de la plataforma.

El cambio de soporte – de la cadena a las redes sociales- funciona como un multiplicador, un facilitador de la accesibilidad y las especificidades del género se limitan a recursos técnicos, como la inclusión del enlace. Es una palabra que se limita a señalar su propia enunciación, a través de los recursos que ofrece el género. Por ejemplo, el tuit que abre la serie – única publicación entre el 16 y el 19 de abril- es:

EN VIVO AHORA <http://cor.to/CFK-envivo> desde el Salón de las Mujeres Argentinas del Bicentenario, en la Casa de Gobierno
T29

Los otros tuits del periodo reproducen fragmentos de un discurso pronunciado en Santa Cruz con motivo de la inauguración de una central hidroeléctrica y fragmentos del discurso pronunciado en el acto partidario celebrado en el estadio del club Vélez

¹⁹⁴ Es oportuno aclarar que, si bien Mauricio Macri y Pino Solanas enuncian desde un lugar de liderazgo en el marco de sus propias fuerzas políticas. En tanto dirigentes opositores, en el periodo estudiado, ese tipo de funcionamiento opera sólo para los prodestinatarios y no puede ponerse en equivalencia con el liderazgo presidencial. Profundizar las estrategias de construcción del liderazgo de los referentes opositores exigiría otro tipo de recorte y no respondería a los objetivos planteados en esta tesis. He decidido, en este contexto, considerarlos bajo el concepto de enunciadores editorialistas en tanto no ocupan el lugar de una palabra fundante, sino que discuten, celebran o reprueban los enunciados del oficialismo y, en particular, de la entonces Presidente de la Nación.

Sarsfield. Las referencias explícitas a YPF tienen similar austeridad retórica: se limitan a ofrecer enlaces con información sobre el proyecto de ley¹⁹⁵:



T30

La serie se cierra con el link a la transmisión en directo del discurso pronunciado el 4 de mayo con motivo de la promulgación de la ley. Los operadores que remiten a la excepcionalidad del lugar de enunciación están marcados por las referencias espaciales (“Salón de las Mujeres Argentinas del Bicentenario, en la Casa de Gobierno”), ya que solo enuncia desde ese lugar quien ejerce la primera magistratura.

Por lo general, no hay marcas específicas de destinación, lo cual implica que se dirige a la nación en su conjunto, otra marca clásica del discurso presidencial¹⁹⁶. La excepción es una serie de tuits dirigidos a la oposición política. Desde ese lugar de excepcionalidad política, Cristina Kirchner agradece el apoyo de los partidos opositores, en un tuit publicado el día 20 de abril.



T31

El agradecimiento se enmarca en el espíritu del “momento patriótico”, “una etapa de grandeza”, cuya marca es la unanimidad y el altruismo (“esto no es para este

¹⁹⁵ En este caso, el tuit remite a Facebook cuyos recursos expresivos resultan más adecuados para los materiales difundidos. La lógica de la red hace que las fronteras de los géneros resulten, en muchos casos, difusas.

¹⁹⁶ Este aspecto contrasta con el estilo más personal que la ex Presidente solía emplear en otras ocasiones.

gobierno, ni para los que hoy estamos aquí, esto es para nuestros hijos, para todas las generaciones” señala el tuit siguiente). La mirada presidencial evalúa, desde un punto supra temporal, la madurez de la sociedad y avizora el destino colectivo, que trasciende los límites de su propia gestión y marca los tiempos de la Nación. De esta manera, construye una posición supra política que le permite evaluar a la vez sus propios actos de gobierno y las posturas de los partidos opositores, amalgamadas por los intereses de la patria.

Esta posición singular en lo político y lo enunciativo, hace que el discurso presidencial constituya un punto de referencia temático y político para los otros enunciadores. Se trata de una palabra que es retomada, respondida, reproducida. Es el eje en torno al cual orbitan las palabras de los otros. En el ejemplo siguiente, publicado por Juan Manuel Abal Medina, este tipo de vínculo se construye en cascada, ya que la propia Presidente se postula como una suerte de inevitable enunciativa segunda frente a la palabra de su esposo, fundador del espacio de referencia:



T32

El retuit es la herramienta a través de la cual los enunciadores del oficialismo – enunciadores segundos¹⁹⁷ con respecto a la palabra de la líder- ponen en escena su propia adhesión, a salvo de cualquier desfase interpretativo. Al retuitear, el enunciador segundo se convierte en un canal multiplicador de la palabra fundante, es decir, en una marca del poder del que está investida su palabra.

¹⁹⁷ Verón y Sigal (1986:112) proponen la categoría de “enunciadores segundos” para designar el vínculo de la palabra de los dirigentes peronistas con la palabra de Perón. “ningún dirigente ha hablado nunca en primera persona, sino que ha reenviado su palabra pública a alguna palabra previa de Perón. En otros términos, todos los dirigentes del peronismo han sido enunciadores segundos: sólo pueden citar”. En el corpus de referencia, los enunciadores segundos no sólo citan: agradecen, felicitan, elogian. Esta variedad de actos de habla no mitiga, sino que ratifica su lugar subalterno.

El militante

Este perfil de enunciador asume, claro está, rasgos diferenciados según el campo político en que se sitúa el enunciador. Es necesario considerar que el discurso del kirchnerismo ha realizado, a partir de 2003, un intenso trabajo retórico de apropiación y reelaboración de la imagen del militante, en particular del militante de izquierdas de los años '70 (Montero, 2012). Ciertamente, esa figura no podía estar ausente en uno de los momentos fuertes de la gestión, como es el periodo que analizo aquí. Es, por lo tanto, en el campo oficialista donde se concentran los tuits que evocan y alimentan la idea de militancia trabajada desde esa formación discursiva¹⁹⁸.

El perfil del enunciador militante está íntimamente ligado a la condición de enunciadores segundos que asumen los dirigentes frente a la palabra presidencial. En ese contexto, el enunciador militante predica, celebra, multiplica la voz de la líder. En el corpus analizado, los enunciados del militante tienen en común el gesto entusiasta, la orientación preferencial a los prodestinatarios y el destaque del protagonismo solitario de la líder (soledad que, a lo sumo, es mitigada por referencias a la memoria de su esposo, integrada a la coyuntura como una suerte de principio motor del giro político en curso): por un lado, se reitera el gesto de interpelación directa a la Presidente a través de actos de habla de felicitación y agradecimiento. En este primer caso, el enunciador militante cancela las diferencias jerárquicas que de hecho distinguen a los dirigentes de un militante “del llano”. La palabra de un ministro se postula como equivalente – o idéntica- a la de cualquier simpatizante anónimo (Cfr. II.1.2.1). La diferencia es el acceso a la cercanía espacial con la mandataria, refuerzo y ratificación de la cercanía ideológica. La única jerarquía significativa es la que distingue a la líder de sus seguidores, por ejemplo:

¹⁹⁸ Evidentemente, la idea de militancia es polisémica y cualquier intento de definirla debe considerar las variables históricas y sociales en que se emplea. Con respecto a las características específicas que el término ha adoptado en la Argentina de los últimos años, Quirós (2014: 254) ha subrayado el “peculiar vínculo solidario entre militancia, gobierno y estado instaurado por el Kirchnerismo”. Montero (2012), por su parte ha realizado un concienzudo análisis de la construcción retórica del ethos militante en el discurso de Néstor Kirchner. Me limito a sintetizar aquí los atributos centrales que caracterizan ese tipo ideal: es una figura joven y transgresora, informal y desfachatada. Está “inspirada” en las connotaciones heroicas de la militancia setentista y asume una vocación popular. Se atribuye un espíritu pasional, voluntarista y polémico.



T33

Como se ve en los casos presentados, las marcas de emotividad (en este caso, la puntuación que remeda el énfasis de la oralidad) son propias del discurso del enunciador militante. En el mismo sentido funcionan los tópicos de homenaje a los “padres fundadores”, y la construcción de la excepcionalidad de la hora, eslabón de una cadena narrativa implícita que se postula como epopeya nacional. La exigencia de brevedad estimula el uso de fórmulas clásicas como la inmortalidad de los padres fundadores o el empleo de mayúsculas enfáticas -“La **H**istoria”- para jerarquizar la coyuntura.

Por otra parte, encontramos manifestaciones de entusiasmo menos emocionales, en tercera persona, de corte más pedagógico, en las que los enunciadores asumen un rol más dirigencial como intermediarios que informan y explican la palabra de la líder del espacio político. En este contexto, la palabra presidencial ocupa un lugar menos exclusivo, ya que coexiste con el elogio a compañeros de bancada, con textos publicados en la prensa o con entrevistas televisivas que fortalecen la argumentación gubernamental. En este tipo de enunciados el enunciador militante se ubica en una frontera difusa con el perfil del enunciador editorialista. Es, por ejemplo el caso del Senador Daniel Filmus:



T34

Así, la operación de los enunciadores militantes, al inscribir el evento en la trama histórica, alude a la promesa de un destino colectivo. Y tal destino, como los eventos que conducen a alcanzarlo, está aureolado por la gloria²⁰⁰.

¹⁹⁹ La fotografía corresponde al enlace publicado por Abal Medina. Fue reproducida abundantemente en las redes en los días en los que se recolectó el corpus.

²⁰⁰ En efecto, cuando en política se subraya un determinado acontecimiento como “histórico”, se presupone un recorte del costado luminoso de la historia: no se refiere a “la historia de los historiadores” sino a la inscripción de una acción contemporánea en el relato épico de los “momentos fuertes” de una tradición política. En una línea similar, al analizar el discurso de Juan D. Perón, Verón

El otro militante

En el campo opositor, la retórica militante –tal como la hemos definido en este contexto- es menos frecuente, pero está presente en diferentes espacios de centro izquierda. Tomaré como ejemplo el caso de Pino Solanas ya que, por ser un veterano indiscutido de la militancia setentista, entra en competencia con el ethos militante oficialista. Uno de los factores que hace que me resulte especialmente interesante es que Solanas no rivaliza en la forma de delinear el perfil de militante; por el contrario, se postula como custodio “verdadero” de los valores e ideales de la izquierda militante. Desde esta posición cuestionará la validez de los enunciados del oficialismo, aludirá a los recorridos políticos de sus dirigentes en la década del ‘90 y, en el caso concreto de YPF, demandará – en nombre de lo que acredita su propia historia- precisiones acerca del alcance de la medida y el formato que se propone para la empresa. Frente a estas flaquezas denunciadas como rasgos de su contradestinario, Solanas se propone como un paradigma de coherencia en el tema de hidrocarburos²⁰¹. Los siguientes ejemplos resultan elocuentes:



T35 y 36

A diferencia de su posición como editorialista, al enunciar desde un rol de militante, Solanas exagera la singularidad del yo, combatiente solitario que defendió posiciones abandonadas por sus antiguos compañeros. Solanas no se considera testigo de una época, “es” la memoria personificada la que habla. Como se puede apreciar, a fines de abril, la armonía inicial, ya diluida, daba lugar a una dicotomía entre el “yo-memoria” y la “lepra neoliberal”.

y Sigal (1986:38) señalan: “El ‘tiempo intersticial’ que transcurre entre esos ‘momentos fuertes’ no cuenta.(...) la absorción del tiempo concreto de la historia del país por el tiempo ‘fuerte’ de la historia de la Patria, sólo deja en pie las ‘horas graves’”

²⁰¹ En la misma línea, el diputado Claudio Lozano, en aquel momento políticamente cercano a Solanas, señaló en declaraciones periodísticas: “Celebramos que el Gobierno haya visto la luz de la noche a la mañana”. A la vez, acusó a las autoridades nacionales de haber sostenido hasta entonces una política de hidrocarburos que desembocó en la crisis energética y financiera que detonó el proyecto de expropiación.

El tuit recupera, además, el título de su film, en el que denunció los efectos de las políticas neoliberales del gobierno de Carlos Menem²⁰². Sólo que en el tuit, la escala temporal se extiende hasta el momento de la enunciación. Si, en el discurso oficialista, el pasado lejano y el presente se amalgaman en una cadena épica, en el discurso de Solanas, el pasado encadena las frustraciones sucesivas de esa misma promesa épica.

El enunciador coral

Este perfil de enunciador, tiende a eclipsar su propia voz, a través del uso del retuit. Su *timeline* se puebla con los enunciados de otros, en particular, voces relativamente “anónimas” como en la siguiente serie de tuits del entonces jefe de gabinete, Juan Manuel Abal Medina:



T37

Como es sabido, todo discurso ofrece pistas de cómo quiere ser leído. La estrategia del enunciador coral pone en escena, en este caso, un ideal de recepción popular de la acción del gobierno nacional y, por lo tanto, funciona como una puesta en escena del vínculo de representación que liga al pueblo y al gobierno. Asimismo, supone un esquema sumamente complejo desde el punto de vista enunciativo. Por un lado, las voces retuiteadas multiplican, como ecos, la propia voz del enunciador. Por otra parte, los responsables originarios de esos enunciados

²⁰² En tiempos de mayor cercanía política con el cineasta y político, Horacio González (2004:143) señalaba, al reseñar la obra, el cruce entre “la cuerda épica” y “el ánimo pedagógico” que caracterizan la cinematografía de Solanas y agregaba que “esta estética personalista pone los asuntos públicos argentinos bajo un antiquísimo drama de traición. Esta es la idea tremenda que recorre toda *Memoria del Saqueo*.” Los textos citados permiten señalar que la misma constelación de ideas anima su palabra política, difícilmente escindible de su labor cinematográfica que lo ha situado como un referente del cine político nacional.

representan esa figura difusa de la “opinión pública” o, en otro registro retórico-político, del pueblo. De esta manera, el Pueblo es, simultáneamente el sujeto que enuncia y el sujeto interpelado por el discurso. El lector ideal que postula el enunciado se encuentra ante un juego de espejos y reconoce una voz que es su propia voz, “hablada” –retuiteada- por un funcionario del gabinete nacional.

Las características del género hacen, pues, que un tópico del peronismo – “la felicidad del pueblo”- sea escenificado con las propias voces del “pueblo feliz” (“medidas que hacen ensanchar el corazón”). Si bien la referencia a las voces de los beneficiarios de la obra de gobierno está lejos de ser una novedad²⁰³ en el campo de los discursos políticos, la intervención pública de un funcionario de primera línea a través de la recuperación de las voces que otros ciudadanos ya han hecho públicas en el mismo soporte es un fenómeno nuevo en el campo del discurso político.

Este tipo de enunciados cobra un fuerte valor argumentativo: como señala Aristóteles en la *Retórica* (p.69), al tratarse de testimonios de sujetos “ajenos al caso” resultan adecuados para atestiguar sobre “la cualidad de la acción (si es justa o injusta, beneficiosa o perjudicial)”. Asimismo, los tuits son indicios de la cualidad del sujeto colectivo en el que se encuadran – lo cual repercute, evidentemente, sobre la figura de propio Abal Medina y del gobierno en su conjunto.

II.1.2.2 Figuras de la interpelación

La imagen social de los géneros web acentúa, como se ha señalado, el potencial dialógico que, técnicamente, estos formatos ofrecen. Esto podría hacer esperar, especialmente en el ámbito de la palabra política, una particular abundancia de formas de interpelación al/ los destinatarios. Sin embargo, las marcas explícitas de destinación son, en el corpus analizado, más bien escasas. Es posible que esto guarde alguna relación con el hecho de que el receptor efectivo de los tuits es alguien que, en cierto modo, ya “se ha dado por interpelado” al ingresar a la plataforma y decidir seguir a un enunciador determinado²⁰⁴.

²⁰³ Por ejemplo, en el seno de la misma tradición política, la revista “Mundo Peronista” incluía una sección de notas testimoniales. (Cfr. Qués, 2008).

²⁰⁴ Cabe recordar aquí los postulados de Louis Althusser (1970:69): “La ideología interpela, por lo tanto, a los individuos como sujetos. Dado que la ideología es eterna, debemos ahora suprimir la forma de temporalidad con que hemos representado el funcionamiento de la ideología y decir: la ideología ha siempre-ya interpelado a los individuos como sujetos; esto equivale a determinar que

Hechas estas aclaraciones cabe preguntarse ¿de qué maneras se marca la destinación? ¿Qué perfil de destinatarios se privilegia?

Las principales formas de inscripción del destinatario que he detectado corresponden a:

Actos de habla: La convocatoria y el agradecimiento -ambos formas clásicas del discurso político- refuerzan y escenifican lazos de adhesión y pertenencia a los respectivos espacios políticos y partidarios²⁰⁵. En el primer caso, se destaca en el corpus la convocatoria al acto organizado en Vélez para celebrar el aniversario de la victoria electoral de 2003. Los formatos de la convocatoria²⁰⁶ innovan poco con respecto a la tradicional convocatoria política: los rasgos novedosos son recursos como el *hashtag* (#abrazoaCFK), la @XXX y la incorporación de una lógica transmedia: la red es un espacio de circulación ampliada de afiches (a través de links a imágenes), documentos partidarios, textos mediáticos y consignas. Como he anticipado, los enunciados que se formulan en Twitter tienen un nivel de autonomía bajo. Si bien se podría objetar que la red semiótica siempre es infinita (Verón, 2012), las marcas de referencia a otros enunciados y soportes no siempre resultan tan ostensibles y codificadas como en esta plataforma (#, RT; Fav, enlaces, etc.). Por ejemplo:

los individuos son siempre-ya interpelados por la ideología como sujetos, lo cual necesariamente nos lleva a una última proposición: los individuos son siempre-ya sujetos.” Si bien el planteo de Althusser trasciende ampliamente el campo de la palabra política, resulta especialmente valioso en ese ámbito, ya que en el discurso político la interpelación y la búsqueda de inscripción de los sujetos en colectivos es explícita y es objeto de un trabajo enunciativo y retórico deliberado. Un problema diferente – que implica situarnos en el polo de la recepción- es que los destinatarios se reconozcan efectivamente en esa interpelación (de Ípola, 1983).

²⁰⁵ Evidentemente, esto vale también para otras convocatorias: por ejemplo, el primero de mayo el socialismo y la izquierda trotskista convocaron sendos actos de conmemoración del Día del Trabajo.

²⁰⁶ Me refiero exclusivamente a esta convocatoria en particular, que tiene una estructura vertical al modo de las tradicionales convocatorias políticas. Internet es, este caso un canal más. En este sentido, es bien diferente del tipo de convocatorias “horizontales”, producidas y gestionadas fundamentalmente desde la red. Para un análisis de este tipo de estrategias ver, por ejemplo, Menna (2012). Por otra parte, Vivas Márquez (2014:160) designa estas expresiones como “actos de habla comisivos, cuyo objetivo ilocutivo se define como la expresión de la intención del hablante de realizar, en beneficio del oyente, la acción descrita por el contenido preposicional (Haverkate, 1994: 106).”



T38, 39, 40

En el caso de los actos de habla de agradecimiento existe una distinción entre el agradecimiento a otros tuiteros –renombrados o no-, que refuerzan los vínculos entre pares o el rol dirigenal del enunciador, y los agradecimientos a la Presidente de la Nación, que refuerzan lazos verticales y el gesto de adhesión del enunciador, que subraya su costado militante. Vivas Márquez (2014:160) se refiere a este tipo de enunciados (felicitaciones, agradecimientos, saludos, cumplidos, expresión de buenos deseos y expresiones de apoyo y de ánimo), como “actos de habla expresivos” y señala que su “objetivo ilocutivo puede definirse como la expresión de un estado psicológico del hablante, causado por un cambio, que atañe al interlocutor o a él personalmente.”

La diferencia puede apreciarse en estos dos tuits:



T41, 42

Los agradecimientos a los partidarios, señalan Mancera Rueda y Pano Alamán (2013a) contribuyen a crear una imagen de proximidad comunicativa.

Sin embargo cuando se dirigen a la Presidente se añaden otras funciones: diferente, la de exhibir contacto ante los militantes “rasos”, dar un indicio del compromiso de los dirigentes/militantes, de la armonía interna del gobierno y proponer un modelo de recepción para el anuncio presidencial.

Esa tensión entre el circuito restringido de la dirigencia y el de la relación con la ciudadanía está, naturalmente, lejos de ser un rasgo específico de Twitter. Es más bien un rasgo constitutivo del discurso del representante, el entrelazamiento de indicios que orientan a la igualdad con otros que marcan la jerarquía (esto ha sido expuesto, por ejemplo, en el análisis que hace de Ípola del discurso de Juan D. Perón el 17 de octubre de 1945 (de Ípola, 1983).

Marcas pronominales clásicas: Evidentemente, no están ausentes las formas más tradicionales de interpelación dentro o fuera del campo del discurso político. Ordenados en función del mayor o menor grado de convencionalidad, encontramos, en primer lugar, el uso de “ustedes”. En ocasiones, se trata de un colectivo segmentado (“a los que les interese”, “para los que preguntaron”, etc.). Tal segmentación opera como indicio de una escucha (a las preguntas e intereses de los seguidores) y como un indicio de cortesía valorizante (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2013b) destinado a mitigar la imposición de la palabra propia. En la misma línea, la promoción de textos de enunciadores afines suelen estar acompañados de actos de habla de recomendación, que fortalecen el vínculo con el lector a través de valoración explícita de la mirada del otro y del reconocimiento del lector como parte de un segmento que comparte gustos e intereses.



Agustin Rossi @AgustinRossi

25 abr

A los q puedan (en el momento q puedan y donde puedan) les recomiendo seguir debate en el Senado x YPF. Vale la pena senado.gov.ar/web/sesiones/s...

Abrir

T43

La alternancia marca la tensión entre el imperativo de personalización y la búsqueda de consolidación de un colectivo político.

Por otra parte, es frecuente el uso del “vos” que, si bien tiene un sentido genérico, indica también las condiciones de recepción propias del género. Por ejemplo en este tuit de **@BoudouAmado**:

“Dicen que nos sacan del G20. En Mitre lo escuche//
Ves? Quieren confundirte! Cuanto peor el país mejor ellos”

Considero interesante subrayar la trama de alianzas y enfretamientos que se diseña en este breve texto. El *yo* asume un rol esclarecedor frente a la confusión que siembran *ellos*, los enemigos del país, encarnados, en esta ocasión, en Radio Mitre. El polo de la verdad integrado por la serie *yo ± vos- país* configura una suerte de alianza defensiva frente a las falacias urdidas por las entidades de la serie *ellos- Mitre- ¿la antipatria?*. En este caso, como en muchos otros, se enlazan dos polémicas emblemáticas cuyas trayectorias, sin embargo, podrían considerarse autónomas: la disputa con el multimedios *Clarín* y los debates sobre el impacto internacional de la expropiación de las acciones de Repsol.

II.1.2. 3. Figuras de la temporalidad

Al referirme a los rasgos de la temporalidad que constituyen una marca distintiva del género, he subrayado que Twitter permite un seguimiento en tiempo real de la coyuntura.

Asimismo he señalado que las marcas cronológicas (fecha, hora) son indicadas automáticamente por el dispositivo (enunciador marco) y que los indicadores de tiempo explícitos en los enunciados enmarcados se refieren, por lo general, a un espectro temporal inmediato (*ahora, esta noche, ayer*) marcas de los usos correspondientes a la crónica y el contacto.

Sin embargo, existe otra dimensión de la temporalidad empleada para inscribir la coyuntura política en un tiempo más amplio, el de la historia nacional.²⁰⁷ Me refiero a dos tipos de operaciones entrelazadas: por un lado, aquellas destinadas a la construcción del presente como “momento patriótico” y, por otro, las que agrupo bajo la designación de “recurso a la historia”. La importancia de ambos aspectos reside en su valor argumentativo: a través de estas estrategias discursivas el tiempo cotidiano se transfigura en historia y destino de la nación (cfr. Introducción. Punto 5.3). Se trata de argumentos no desplegados en los textos pero que evocan valores y tópicos ya instalados en la memoria discursiva. Por lo tanto, pueden presuponer un piso de valores comunes al conjunto de la ciudadanía.

II. 1.2.3.a. ■■■■■■

A lo largo de los capítulos previos he hecho referencia a este motivo que recorre buena parte de los tuits analizados. He creído conveniente, sin embargo, desplegar el concepto en esta sección, debido a que se engarza con el tratamiento de la temporalidad desde una perspectiva específicamente política y por lo tanto, integra, necesariamente, los aspectos enunciativos y argumentativos del corpus.

²⁰⁷ En la entrevista que mantuve con Rafael Bielsa, el excanciller propuso una interesante definición de discurso político centrada en la articulación de la temporalidad. “La estructura del discurso político pone en contacto un activo que está en el pasado- mediato o inmediato-, que permite anclar lo que está diciendo en algo que no sea evanescente... y vincularlo con lo que vas proponiendo: proyectarlo al futuro con la figura del dirigente como el materializador.” En el caso de YPF este formato resulta adecuado para considerar los usos del relato histórico y la proyección del futuro de la empresa, con la figura de la presidente Cristina Kirchner como articuladora entre el pasado y el futuro.

Los rasgos centrales del momento patriótico son cuatro: la excepcionalidad, la unanimidad, la celebración, la superioridad moral y la emotividad.

- **La hora excepcional.**

Es sabido que las formas de gestionar los tiempos de la política son un recurso estratégico fundamental en el ejercicio del poder. El tiempo político poco tiene que ver con la cronología. Sus pausas, aceleraciones, espasmos y acentos marcan los ritmos de la vida social. Al presentar los rasgos enunciativos del enunciador militante y de la líder he subrayado las formas con que una y otros califican la coyuntura política como un evento histórico trascendente, lo cual implica un salto cualitativo del tiempo de la cotidianidad al tiempo de la Historia.

El momento patriótico postula, asimismo, un ideal de unanimidad, aunque, en una sociedad democrática, tal ideal no puede sino postularse como una situación breve y excepcional o un horizonte utópico. La irrupción de la idea de patria produce una especie de rasgadura en la trama de debates y discusiones que deja a la vista, por un instante, los fundamentos de la vida en común. Como señala Arnoux, al analizar la matriz de los discursos latinoamericanistas, los principios que orientan el programa político (en este caso, la expropiación parcial del paquete accionario de YPF) se articulan con la “unidad natural” y con la promesa de “un futuro venturoso, una vez lograda la unidad, que apela a un tono profético” (Arnoux, 2008). El corpus analizado está atravesado por esa ligazón, en particular en el caso de los dirigentes entonces encuadrados en el oficialismo. A modo de ejemplo, estas entradas son ilustrativas del clima retórico del período:



T 44 y 45

En el caso del tuit de Agustin Rossi, la fotografía conjunta así como el enfático elogio a la intervención de uno de los líderes de la oposición y a las tradiciones de la UCR remiten al clima de unanimidad que desarrollaré a continuación. En la intervención de Sabbatella, en cambio, se destaca un tono épico, el énfasis en la

emoción patriótica, subrayado por la sonoridad ampulosa de las esdrújulas. A la vez, al destacar la coyuntura como un mojón en la historia nacional, el enunciador postula tanto una interpretación del pasado colectivo, como una idea acerca del destino común.

- **La unanimidad.**

En la medida en que el momento patriótico se inscribe en una dimensión de trascendencia (enlazada a los conceptos de bien común e interés nacional) produce una suspensión – real o ficticia, sincera o táctica- de las divergencias políticas desdibujadas en pro de un interés superior.

Raoul Girardet (1996), que ha rastreado “el mito de la Unidad” en la filosofía política francesa de los siglos XVIII y XIX, lo caracteriza como

“la voluntad de juntar y fundir, la visión de una sociedad homogénea y coherente; la condena, en nombre del bien común del repliegue del individuo sobre sí mismo y sus intereses, el temor de los cismas y las disidencias, la búsqueda de una fe común y la exaltación de las grandes efusiones colectivas.”

En efecto, la idea de unanimidad que caracteriza el momento patriótico es indisociable de la idea de igualdad que, por definición, entra en tensión con la idea de libertad, es decir, con “la insistencia en la autonomía del individuo y sus capacidades para disponer libremente de sí mismo, la aceptación deliberada de una sociedad conflictiva, la desconfianza tenaz hacia todas las iglesias, sus aparatos y sus dogmas” (Girardet, op. cit.). Al analizar los tuits de la Presidente, he señalado la referencia al apoyo de la oposición (T32) como marca del inicio “de un tiempo de grandeza”. Tal “grandeza” está dada por la disposición a sacrificar márgenes de diferenciación eclipsados por la adhesión a valores comunes que se suponen previos – cronológica, lógica y éticamente- a las divisiones partidarias.

También en los enunciados que corresponden al perfil que he denominado el “enunciador militante” se encuentran abundantes alusiones celebratorias de la unanimidad. Por ejemplo, en estos tuits, publicados por Daniel Filmus:





T46

Girardet llama asimismo la atención sobre un cierto “impulso místico que nunca parece dejar de acompañar a la celebración unitaria”. En efecto, es posible rastrear en el corpus, en particular en los textos de los enunciadores oficialistas, una idea de trascendencia que se relaciona con una suerte de suspensión simbólica del tiempo cronológico. Esto les permite articular discursivamente pasado y presente, invocar a los grandes muertos, postular – como se verá en el siguiente punto- una suerte de equivalencia entre los momentos significativos de la historia. La patria y sus prohombres contemplan la coyuntura *sub specie aeternitatis*. Mosconi, Kirchner y Juan Domingo Perón son invocados en los tuits como participantes presentes/ausentes; recuperan momentáneamente la voz a través de sus exégetas. Tal es el caso del siguiente tuit:



T47

Este tipo de uso aforístico (Maingueneau, 2008) es un rasgo habitual en los tuits de Alicia Kirchner. Sus publicaciones, por lo general, son citas de su hermano Néstor o de la ex Presidente Cristina Kirchner. La cercanía familiar y política la autoriza como mediadora entre la palabra de los líderes fundadores del espacio político y sus lectores. En cierto modo, invierte la figura del enunciador coral ya que no se ofrece como vehículo de palabras “anónimas”, sino de voces consagradas.

²⁰⁸ El tuit reproduce el título de una entrevista al entonces Senador Filmus, publicada en *Infonews* el 26 de abril de 2012, con motivo del tratamiento del proyecto en el Senado de la Nación. Allí Filmus afirmaba: "El apoyo de los distintos sectores y la mayoría importante que se logró en la votación final refleja que, al contrario de lo que decían las grandes corporaciones mediáticas y lo que se decía afuera del país, no se trataba de un proyecto oportunista o de coyuntura sino que es un proyecto que la Presidenta elevó al Congreso en un sentido estratégico".

- **La superioridad moral:**

La postulación de la unanimidad es posible en la medida en que se supone fundada en valores, como ya se ha dicho que se considera idealmente, no sujetos a disenso. Esto se vincula a otro aspecto que Girardet destaca: el hecho de que, históricamente se ha adjudicado “una superioridad moral a los valores de la unidad”: los valores comunes sobre las divisiones sectoriales, el bien común sobre los intereses particulares. Se trata en efecto de un tópico que trasciende el ámbito estudiado y está inscripto en la memoria discursiva dentro y fuera del campo político²⁰⁹. Por ejemplo, en este tuit de Brienza, reproducido por Abal Medina:



T48

El tuit aúna varios de los rasgos descritos: asocia la unanimidad (“sea uno oficialista u opositor”) y la felicidad y las contrapone a las “mezquindades”. Hay un gesto de desconfianza que postula implícitamente que sustraerse a esa felicidad, que se quiere colectiva, implica algún tipo de debilidad moral que impide participar de las emociones populares.

- **La celebración**

El momento patriótico tiene, asimismo, una dimensión festiva. Las celebraciones – señala Balandier (1992)- “traducen simbólicamente las relaciones políticas y sociales y organizan una puesta en espectáculo de la ideología”. En el caso que analizamos, tal dimensión acompaña toda la secuencia de anuncios y debates: desde el mismo momento del anuncio hasta el debate en un recinto cuyas barras aparecían

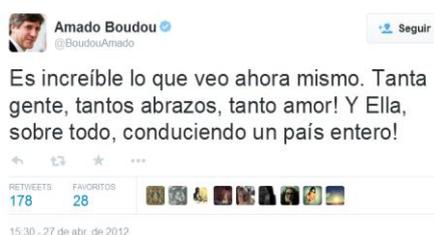
²⁰⁹ Si nos limitamos a unas pocas referencias vigentes en el ámbito nacional lo encontramos en textos tan diversos como el Preámbulo de la Constitución Nacional (“con el objeto de constituir la unión nacional”), el refranero tradicional (“La unión hace la fuerza”) o el poema nacional por antonomasia (“los hermanos sean unidos”). La idea de unidad como imperativo moral es permanentemente reapropiada, retrabajada tanto en lo que hace a los grandes colectivos políticos (“El pueblo unido jamás será vencido”) como a otros grupos sociales o familiares. Sin embargo, tal vez sea el peronismo, el partido que más ha tematizado ese concepto a lo largo de su historia. Baste recordar un verso de su célebre marcha (“todos unidos triunfaremos”) o repasar las “Veinte verdades peronistas”: “El peronismo anhela la unidad nacional y no la lucha. Desea héroes pero no mártires.” Lo que me interesa subrayar aquí es la vigencia ideológica y emocional del concepto. Desde este punto de vista, resultan indiferentes las divisiones y conflictos internos que históricamente han desgarrado ese colectivo.

colmadas por grupos de militantes oficialistas, desde las marcas de emoción eufórica en el discurso de funcionarios y simpatizantes hasta el acto callejero que tuvo lugar inmediatamente después de la sanción de la ley frente al Congreso de la Nación. El punto más intenso de esa serie fue el acto organizado en el estadio del club Vélez Sarsfield, el 27 de abril²¹⁰. La celebración de la unidad, afirma Girardet, se articula con un sistema de llamados y signos que marcan “la universalidad de los gestos y palabras sagradas”. En el contexto analizado, tales signos están compuestos por estribillos, consignas, pancartas y también, claro, está por el discurso que circula a través de las redes sociales.



T42

En el corpus estos momentos festivos están presentes de dos maneras: a través de la convocatoria – todos los dirigentes oficialistas cuyos perfiles consultados utilizaron las redes para convocar a sus seguidores-, a través de links que exhiben imágenes de la escena festiva o fragmentos del discurso de la ex Presidente en la ocasión y, por supuesto, a través del tono emocional de los enunciados (Cfr.I.4.3.4) que lo comentan. Por ejemplo, este tuit del entonces vicepresidente, Amado Boudou, durante el acto:



T50

²¹⁰ El acto había sido organizado inicialmente para celebrar el aniversario de las elecciones que llevaron a Néstor Kirchner a la Presidencia de la Nación. Luego del anuncio referido a YPF, sin embargo, adquirió otra significación como se puede ver en las banderas argentinas con el logo de la empresa que abundaron entre los asistentes. (Cfr. F12)

- **La emotividad**

Como se puede ver en los ejemplos presentados, el momento patriótico es una categoría fundamentalmente emocional. Presupone que la medida gubernamental está en sintonía con los valores patrióticos y que todos los ciudadanos son sensibles a la emoción patriótica. Son esos presupuestos los que permiten interpelar al conjunto de la nación, “más allá de las banderías políticas”, como suele decirse. La patria es, desde esta perspectiva algo preconstruido y no un objeto a ser redefinido en el juego de la política. Por razones históricas y políticas, YPF –emblema del nacionalismo petrolero- aparece, en este contexto, como uno de los atributos de la idea de patria restaurada.

La emotividad aparece marcada en todos los niveles del texto: en las referencias de los enunciadores a su estado anímico, en el plano del léxico, en la puntuación. Por ejemplo:



T51

Asimismo, el uso de las mayúsculas enfáticas para destacar determinados vocablos)(...La Historia..) o en microrelatos que presentan anécdotas cerca de la recepción colectiva, Como se observa en este tuit publicado en el muro de Amado Boudou:



T52

II1.2.3.b. Los tiempos de la historia

Explicar o legitimar el presente a través del relato histórico es un recurso clásico del discurso político. Al recurrir a la historia, la palabra política suele trabajar con materiales cristalizados (Amossy, 2001), es decir, ya inscriptos en la memoria discursiva como puntos significativos del devenir colectivo, eslabones de una epopeya que recupera clichés de la historia escolar, narrativas ya transitadas por el discurso político y acentos valorativos ya establecidos, a salvo de los claroscuros propios de la discusión historiográfica académica. Recurren, como Aristóteles aconsejaba, “a las sentencias más trilladas o alabadas, puesto que por ser corrientes, como todos están de acuerdo en ellas dan la impresión de ser verdaderas”. Así, la política, afirma Angenot (2010:71), crea “una feliz complicidad fraseológica” y, de esta manera, facilita “el acceso a la identidad colectiva”. El valor de tales marcas temporales es, a la vez, enunciativo y argumentativo.

En el corpus analizado, un indicio de esta estrategia es la abundancia de verbos y frases verbales que enlazan presente y pasado (“volver a”, “recuperar”), nominalizaciones (“recuperación”), expresiones adverbiales (“otra vez”, , “nuevamente”). El objeto de esa recuperación se expresa con sustantivos y frases nominales que corresponden a un polo positivo (“desarrollo económico y social”, “soberanía”, “futuro”, “control de los recurso naturales”, etc.) y se proyectan al futuro²¹¹. Por ejemplo:



T56

²¹¹Hay lazos de parentesco entre las formas que asume el recurso a la historia por parte de los enunciadores cercanos al oficialismo y los rasgos característicos de la historiografía revisionista. Halperín Donghi (1983:13) ha subrayado que el vigor del revisionismo obedece a su capacidad de expresar “las cambiantes orientaciones de ciertas vertientes de la opinión colectiva, en un país que a través de más de medio siglo se ha hundido progresivamente en una crisis cada vez más radical y abarcadora”. El historiador enlaza esta pervivencia a lo que denomina la “visión decadentista” del revisionismo, es decir una mirada que sitúa en un punto del pasado la sede de una “positividad perdida”. En el caso que nos ocupa, la figura de Mosconi funciona como la encarnación de la positividad perdida y, a los ojos de los creyentes, por fin recobrada.

Como contrapartida, desde la oposición de izquierda más radical se acuñó el neologismo “reprivatización” que, simultáneamente niega validez a la argumentación oficialista e ironiza acerca de recuperación de la petrolera. El hilo de la historia al que remite es, evidentemente, otro. Por eso, en nombre de los mismos valores (el control de los recursos energéticos por parte del estado) caracteriza de manera opuesta la política propuesta:



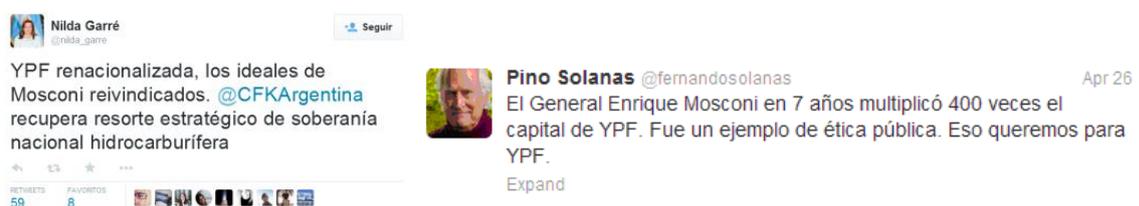
T57

Por otra parte, como he anticipado en el discurso de buena parte de los promotores de la medida resuenan los ecos de la matriz que han popularizado los historiadores revisionistas y sus epónimos. Tales lazos de parentesco se expresan en el anacronismo deliberado, la proyección del presente en el pasado, la valoración maniquea, la vocación épica. Un esquematismo que sintoniza perfectamente con las exigencias de condensación que caracterizan a Twitter y –de manera más amplia- con la lógica de las comunicaciones masivas, que trabajan sobre la doxa²¹². Como se ha anticipado, el momento patriótico implica trazar una articulación entre la coyuntura presente y los eventos destacados de una historia que traza un recorrido

²¹²La fundación del Instituto Nacional de Revisionismo Histórico Argentino e Iberoamericano Manuel Dorrego, creado en 2011 significó una revitalización del revisionismo y de las polémicas que siempre han rodeado esta tradición historiográfica. En aquel momento, Mario O’Donnell, primer director del Instituto, planteó que la institución respondería a “la necesidad de una historia nacional, popular y federalista, alternativa a la liberal, oligárquica, porteñista, antipopular y antiprovincial” (Ailín Bullentini, 2011). Frente a definiciones de este tipo, desde diferentes sectores del campo académico, se ha reprochado reiteradamente al revisionismo su perspectiva maniquea y altamente politizada de la historia. Horacio González (2011), por ejemplo, califica al revisionismo como una “corriente historiográfica politizante y de trinchera”, que tiende un “puente de plata para proceder a sus traducciones mediáticas.” En el mismo trabajo, González sintetiza algunas críticas que se suelen dedicar al revisionismo: “los estereotipos de interpretación construidos en el pasado, la actual tendencia a que los medios de comunicación salden los diferendos desde sus propias restricciones de lenguaje, la imposición sobre el pasado de los modelos del presente”. Una discusión amplia del tema del revisionismo excede los límites de esta tesis, pero es oportuno señalar que la proyección del presente sobre el pasado favorece el empleo –frecuentemente deliberado- del anacronismo.

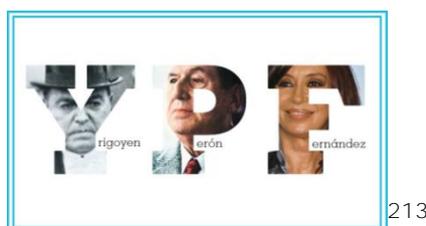
de altas cumbres: un enlace entre el presente y otros momentos y figuras ya entronizados en el panteón nacional-.

El eslabón que enlaza pasado y presente es la matriz discursiva del nacionalismo petrolero. Esa matriz se condensa en la figura del general Enrique Mosconi.



T58 y 59

Los ejemplos permiten verificar que la retórica del nacionalismo petrolero enlaza tanto con el estilo ideológico discursivo del kirchnerismo como con la tradición de la matriz latinoamericanista (Arnoux, 2008) descripta previamente. Esta semejanza facilita la reformulación de líneas de genealógicas que permitían a los promotores de la iniciativa postularse como herederos legítimos de la tradición mosconiana. Es la idea que condensa esta imagen publicada por militantes juveniles en #YPF el 16 de abril de 2012 (<http://twitpic.com/9a12r1>) que evoca otra trilogía cara a cierta tradición nacionalista (San Martín, Rosas, Perón) y juega con el nombre de la empresa y las iniciales de Yrigoyen, Perón y Fernández:



213

T60

Este pasado de “larga duración” se condensa en algunos hitos considerados significativos para la construcción de un patrón histórico y soslayar aspectos conflictivos del pasado reciente.

²¹³La imagen fue exhibida además en las bancas de los legisladores del Frente para la Victoria durante el debate en la cámara de Diputados.



T61

La analogía permite recuperar un blanco largamente olvidado: la corona española y articular anacronía y colonialismo²¹⁴

Por cierto, las genealogías trazadas por el oficialismo originaron una previsible disputa por parte de dirigentes y simpatizantes de la oposición.

Desde la oposición en general y, en particular, desde la UCR, la apropiación de Mosconi, un héroe proveniente de sus filas, no fue aceptada sin resistencias. Por ejemplo:

@NitoArtaza Nosotros siempre estuvimos ahí nunca avalamos la venta de YPF somos Mosconi YPF celebramos q llegue al senado este proyecto

@ PatoBullrich De Vido interventor, es la privatización de los negocios kirchneristas. Mosconi no lo puede creer. Sale Ezkenazi entra Devido

T 62 y 63

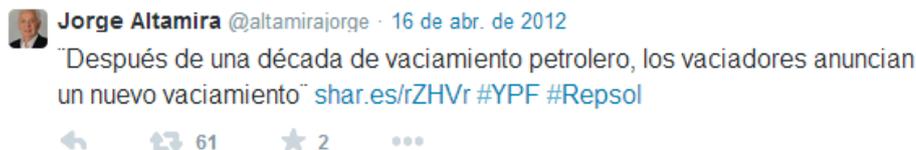
De hecho, desde algunos sectores del partido radical se hicieron reclamos formales para que la reivindicación de Mosconi se hiciera extensiva al presidente Yrigoyen²¹⁵.

²¹⁴ En la misma línea se sitúa la interpretación del escenario en que se desarrolló la conferencia de prensa del Jefe de gobierno porteño planteada por Werner Pertot (2012) en *Página 12* "Bien temprano, Macri ingresó ceñudo al Salón Blanco de la Jefatura de Gobierno, donde lo esperaba su gabinete y sus diputados. Detrás de él estaba el cuadro de la llegada a Buenos Aires de los conquistadores españoles, que siempre sirve de fondo a las conferencias de prensa." El cuadro de la fundación de la ciudad queda resignificado en este contexto.

²¹⁵ El bloque de diputados de la UCR de la provincia de Chubut emitió una declaración señalando que "el justo y merecido homenaje que el Gobierno de la Provincia y el Municipio de Comodoro Rivadavia brindarán el lunes 4 de junio en esa ciudad al general Enrique Mosconi, debe ser extensivo al ex presidente de la Nación Argentina, Hipólito Yrigoyen". (Carrizo, 2012:33). La figura de Alvear, sin embargo, estuvo prácticamente ausente a pesar de que fue quien designó a Mosconi y, según afirma Gadano (2007), quien mantuvo una mejor relación con el general. "Nada tuvo que ver Yrigoyen con la llegada a YPF de Enrique Mosconi, designado por el presidente Alvear. Luego de un crítico informe sobre el calamitoso estado en el que encontrara a YPF, Mosconi diseñó un nuevo reglamento para la repartición que permitió su despegue a lo largo de la década. Cuando en 1928 Yrigoyen retornó a la presidencia, Mosconi presentó su renuncia. Volvería a hacerlo en 1929 y en abril de 1930 ya que consideraba que el retraso presidencial para aprobar el presupuesto de la repartición provocaba severos trastornos organizativos. Las diferencias de criterio con Yrigoyen fueron significativas."

Sin embargo, resulta más significativa la discusión referida al recorte del pasado que se considera válido para enmarcar la coyuntura. La tensión entre las estrategias del oficialismo y el variopinto arco opositor reside en el cambio de escala temporal. Retomo aquí el planteo de Ricoeur (2000) presentado en la introducción. El filósofo francés ha subrayado que, en materia de historia, el cambio de escala implica un cambio de objeto. El cambio de escala resulta pues una herramienta ideal para enfatizar diferentes períodos, protagonistas o acciones y producir una narración adecuada a los diferentes fines políticos que se desea alcanzar.

Los opositores fijan la mirada sobre los últimos veinte años y de este modo unifican los gobiernos de Carlos Menem y los de Néstor y Cristina Kirchner como promotores de una política de explotación privada de los hidrocarburos. Esta lectura pone en duda la credibilidad de los enunciadores oficialistas, socava la estrategia de identificación con los paladines del control estatal de los hidrocarburos y erosiona los fundamentos del “momento patriótico”. Con matices y retóricas diferentes este tipo de objeción recorrió todo el arco de la oposición, especialmente a medida que se diluían las expectativas de los legisladores de introducir cambios en el proyecto. Por ejemplo, los siguientes tuits de Jorge Altamira del Partido Obrero, R. Giustiniani del Partido Socialista y Alfonso Prat Gay de la Coalición Cívica:



T64

@rgiustiniani: "Quienes fueron responsables y artífices del saqueo de YPF deberían pedir PERDON"

@alfonsoprattgay "Gracias @CFKArgentina por la sinceridad de reconocer el fracaso de su política con esos gráficos."

T65 y 66

Finalmente, en un contexto en el que la reivindicación de los linajes político ideológicos y la disputa por sus legados tenía cierta centralidad ¿cuál es la genealogía de “los nuevos”? ¿Qué estrategias de encadenamiento con el pasado nacional podían tejerse desde las fuerzas que han hecho de la novedad su marca de distinción frente a la “vieja política”?

El énfasis puesto en la reivindicación de las genealogías políticas por parte de la mayor parte del arco político, colocaba en una posición de cierta orfandad a los voceros del Pro.

Tal vez por eso, Mauricio Macri ensayó, en el contexto del debate analizado, una recuperación de la figura de Arturo Frondizi. La iniciativa se enlaza con una serie de acciones políticas, más o menos contemporáneas, destinadas a vincular al líder del PRO con el ex Presidente desarrollista.²¹⁶

Por añadidura es sabido que el tema de los hidrocarburos fue una de las banderas enarboladas por el líder de la UCRI; durante la campaña que lo llevó a la presidencia de la nación su libro *Petróleo y Política* fue objeto de intensos debates²¹⁷. Es sabido también que desde la presidencia, su gestión en materia de hidrocarburos corrió por otros carriles, más afines a la participación del capital privado internacional.

²¹⁶ El MID, que otrora lideró Frondizi, es actualmente un partido prácticamente residual. En cuanto a Pro, varios de sus dirigentes han estado vinculados (personalmente o a través de sus familias) a la UCRI y al MID (Rogelio Frigerio, los hermanos Rodríguez Larreta). En el mes de Marzo de 2012, al cumplirse 50 años del derrocamiento de Frondizi, Macri participó como orador principal de un homenaje al ex mandatario. (*La Nación*, 29 de marzo de 2012). En mayo de ese año un sector juvenil del Pro lanzó – siguiendo la tendencia de distintas agrupaciones juveniles de identificarse con figuras del pasado- la agrupación “La Frondizi”. Explícitamente orientada a jerarquizar el perfil de estadista de Mauricio Macri con miras a los comicios de 2015, la iniciativa generó enfrentamientos internos (<http://www.lapoliticaonline.com/nota/60875/>, 2012) y fue enfáticamente objetada por miembros de la familia Frondizi: “En una carta pública, los familiares del líder desarrollista advirtieron que no fueron consultados y que los macristas no cuentan con su aval ya que ‘expresan intereses políticos e ideológicos que nada tienen que ver con la historia y el pensamiento’ de Frondizi.” (*Página 12*, 23 de mayo de 2012).

²¹⁷ Las tesis de aquel libro, sin embargo, no estaban en línea con la postura del líder del Pro. “Era un trabajo inspirado en la tesis de que el petróleo estaba en el centro del problema imperialista en la Argentina. (...) Será la introducción, que se reeditará en forma independiente un año después, ‘La lucha antiimperialista. Etapa fundamental del proceso democrático en América Latina’, como una suerte de breviario del pensamiento frondicista, lo que atraerá lectores y adeptos y también condenas de los antifrondicistas de dentro y fuera del radicalismo.” (Altamirano, 1998). Es también conocido, el giro que dio Frondizi poco más tarde. En julio de 1958, cuando presenta los lineamientos de su política petrolera, se inicia la etapa conocida como “la batalla del petróleo: define como objetivo central el autoabastecimiento y plantea que sólo es posible alcanzarlo recurriendo a la colaboración del capital extranjero. Tal cambio afectó, desde luego, la frágil cohesión de su base electoral (Altamirano, 1998:38). Para un desarrollo de las polémicas de la época y los resultados de la política frondicista, véase Bernal, 2005, capítulo III).

En el corpus analizado, sin embargo, la evocación que Macri hizo del líder desarrollista no se detuvo en ninguno de estos dos aspectos – aunque ambos eran pertinentes para vincular con la coyuntura- sino que se limitó a citar un difusa máxima atribuida al líder intransigente:



Mauricio Macri @mauriciomacri

17 abr

'Como ya marcó Frondizi hace 50 años, los argentinos tenemos que ser confiables y no prepotentes' #YPF ^A

[Abrir](#)

T67

Considero que lo notable del texto citado es la evaluación de las relaciones políticas internacionales en términos válidos para la moral individual. También en este caso, el cambio de escala enmascara un cambio de objeto y, por lo tanto, tiende a enmascarar la polémica. Sin embargo, bajo el paraguas de la máxima moral, Macri se postula como posible depositario de la confianza interna y externa frente a la prepotencia que atribuye a quienes dirigían el país en aquel momento.

II. 1.2.4. Figuras de la espacialidad: la politización del espacio

El tratamiento del espacio al que me refiero es, naturalmente, el espacio “dicho”, representado de diversas maneras: desde las más funcionales, necesarias para que la comunicación, en el sentido más básico, pueda fluir, a las formas sometidas a un trabajo retórico que recurre a las referencias espaciales para evocar una serie de valoraciones ideológico políticas, reminiscencias de relatos, polémicas, afinidades, lugares de pertenencia.

Las referencias al espacio existentes en el corpus se pueden agrupar, por lo tanto, en una gradación de usos relacionada con la intensidad de la carga política que se les asigna.

a. Como marqué en el punto I.3.3.2., hay un primer nivel, que corresponde a los índices políticamente más neutros en el que sitúo las **referencias al espacio virtual**, es decir, a la interfase en la que el enunciador se hace visible al lector. El uso del deíctico “aquí” no hace referencia al espacio físico sino al espacio virtual de comunicación. Aquí es la pantalla como espacio de encuentro, el link o el documento al que deriva. Por ejemplo:



Agustin Rossi @AgustinRossi

4 mayo

Aquí con nuestro Presidente de la Cámara de Diputados @dominguezjul que condujo con maestría una sesión histórica.

pic.twitter.com/GPOmr6tp

[Ver foto](#)

T68

b. **Referencias a espacios institucionales:** Al tratarse de una comunicación sin copresencia, la deixis resulta insuficiente en estos géneros para referir al espacio físico de la enunciación. Como indiqué previamente, en el entorno de los géneros web el aparato de la deixis y el valor de sus marcadores se redefine necesariamente.

El espacio, el lugar de enunciación “físico”, sólo puede ser desambiguado a través de referencias más precisas y explícitas (“estoy en Santa Fe/ en Mendoza/ en casa de Gobierno/ en Armenia”). Estos espacios pueden y suelen estar investidos de un sentido político que trasciende su función de locación. Naturalmente, las referencias a los espacios institucionales (Congreso, Casa Rosada) son abundantes en el contexto que estoy analizando ya que el debate parlamentario del proyecto de expropiación estaba en el centro de la agenda política. Estos indicios tienen un valor no sólo informativo sino también retórico en tanto refuerzan o modifican el ethos del enunciador: son indicios de su jerarquía política, de su laboriosidad, de su cercanía con los ámbitos de decisión, etc.



Agustin Rossi @AgustinRossi

26 abr

En minutos empezamos a tratar 1/2 sanción del Senado sobre YPF en comisiones de Diputados: Energía, Asuntos Constitucionales y Presupuesto

[Abrir](#)

T69

c. En tercer término, encontramos referencias al **espacio territorial**. Los legisladores, que por su función están, generalmente, alejados de su base electoral, suelen publicar en las redes testimonios y crónicas que muestran del contacto con sus representados. Contracara y complemento de la espacialidad institucional, las marcas del espacio territorial ponen en escena la “bajada al llano”. Al exhibir su presencia en los dos espacios, los legisladores ofrecen un haz de indicios del ejercicio cabal de la representación, una especie de prueba de la vigencia del contrato entre representantes y representados.



Agustin Rossi @AgustinRossi

23 abr

Algunas fotos de la entrega de kits multimedia que realizamos esta mañana en Rosario y Casilda #EducacionparaSantaFe facebook.com/media/set/?set...

Abrir

T70

En el caso de la entonces Presidente de la Nación -por la jerarquía de su función- las referencias al territorio adquieren otras connotaciones: por ejemplo, operan como metáfora de un tipo de vínculo político e institucional entre la capital y el interior, entre la Nación y las provincias. Vínculo polémico desde la etapa fundacional que se postula, en este caso, como saldado en virtud de una mirada integradora. El espacio geográfico deviene espacio político (el país, la Patria). Así como al referirme al tiempo señalé que la mirada de la líder integra pasado y futuro al situarse en una perspectiva supratemporal, en este caso, el trabajo discursivo es análogo:



T71

Los anuncios, actos, inauguraciones, firmas de acuerdos, etc. funcionan como verificación de esos postulados.

d. Finalmente, considero que el aspecto políticamente más relevante de las referencias espaciales en el recorte que decidí privilegiar en esta tesis está dado por la trama de oposiciones que se traza en función del eje nacional/ extranjero. Como es sabido, la cuestión nacional, el control territorial y la relación con el capital y las potencias extranjeras han conformado el eje central del debate en torno a la cuestión petrolera desde sus inicios, a comienzos del siglo XX. Las políticas destinadas a gestionar y financiar la provisión de insumos, la exploración, la extracción, el refinamiento, la distribución y la comercialización del petróleo darían lugar a una compleja red de sucesivos conflictos, alianzas, asociaciones y rupturas entre la conducción política y los capitales internacionales en particular ingleses y norteamericanos. (Gadano, 2006; Luchini y San Román, 2012).

En el debate sobre la expropiación parcial de las acciones de YPF, el blanco polémico aparece, pues, desplazado hacia el exterior y se postula un campo político nacional unificado frente a un blanco situado más allá del colectivo: Repsol, dirigentes políticos españoles y figuras más generales como el imperialismo/colonialismo.

Las ideas de unidad nacional, patriotismo y espacialidad se integran en el concepto de soberanía y, en el corpus que nos ocupa, el sintagma “soberanía hidrocarburífera/energética” es recurrente.



T72

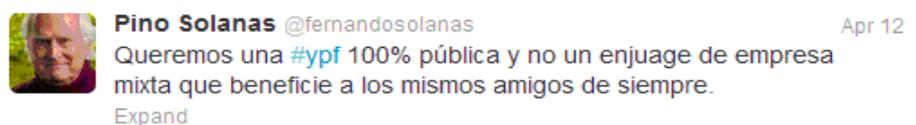
La oposición nacional/extranjero es una oposición espacial pero fundamentalmente una herramienta de interpretación política y económica que recorre el conjunto de los tuits analizados. Aún evaluando de manera antitética la gestión del oficialismo, la enorme mayoría de los enunciadores presupone que el polo positivo es aquel ocupado por el control nacional de los hidrocarburos.



T73

Como señalaré más adelante, las divergencias están en ver quién y cómo ocupa legítimamente ese polo. Por otra parte, el eje nacional/ extranjero permite en este caso eludir la oposición estatal/ privado. Al expropiar la mayor parte de las acciones de Repsol, y en la medida en que el grupo Eskenazi es un grupo empresario nacional, el oficialismo utilizó el término “nacionalización” para designar la medida, con cierta ambigüedad. Ésta, sumada a la enfática insistencia con que se aludía al rol del estado, desdibujaba la participación del capital privado, mientras que desde algunos sectores de la izquierda, se insistía precisamente en este aspecto.

Por ejemplo, desde el Frente Amplio Progresista se intentaría, con distintos argumentos, desambiguar el desplazamiento. Incansablemente, Solanas reclamará, a lo largo del debate:



T74

Desde un rechazo más radicalizado, el líder del Partido Obrero, José Altamira, caracterizaba la medida gubernamental como un mero corrimiento en las alianzas, destinado a dar lugar a capitales extranjeros de otro origen:

"Vuelven los anglo-yanquis" <http://shar.es/2jcY4> Les mando algunas notas de Prensa Obrera sobre la cuestión #Ypf²¹⁸.

T75

De esta manera, el veterano dirigente de izquierda denunciaba la falsedad del núcleo de la argumentación oficialista, es decir, de la idea de recuperación de los resortes de la soberanía hidrocarburífera y el rescate de las banderas del nacionalismo petrolero.

En cambio, la apuesta de Mauricio Macri, situado en la vertiente opuesta de la oposición, no discute la "verdad" de la reivindicación del nacionalismo petrolero, sino su pertinencia. En la argumentación del líder del Pro, el problema central es la necesidad de inversiones extranjeras y, en la medida en que la iniciativa del gobierno nacional afectaba la confiabilidad frente a potenciales inversores, resultaba contraproducente para los intereses nacionales.

²¹⁸ En la nota a la que hace referencia el planteo se expande: "Entre las empresas que se entrevistaron con De Vido y Kicillof en los días posteriores a la intervención de YPF, sobresalieron tres pulpos norteamericanos: Exxon Mobil, Chevron Texaco y Conoco Phillips. Las tres empresas tienen, sin embargo, una nula o pobre participación en el mercado argentino. Después de la 'expropiación parcial' a Repsol, el gobierno corteja a monopolios yanquis como no ocurría en los últimos veinte años. Del fracaso de la entente entre empresarios amigos y los capitalismos emergentes, ¿se viene un realineamiento con los anglo-norteamericanos?" (Peralta, M. "Vuelven los anglo yanquis" *Prensa Obrera* 3- 5- de 2012)

Paralelamente, denuncia a los gobiernos kirchneristas por no haber administrado correctamente los recursos energéticos y descrea de la solvencia de las figuras convocadas para conducir la transición:



T76

En este esquema de razonamiento la antítesis espacial (e ideológica) no es nacional/ extranjero sino Argentina/el mundo²¹⁹ y el vínculo entre estas dos entidades remite a un ideal de integración armoniosa. Al “mundo”²²⁰ se le asigna, en este caso, un plus de racionalidad, ligado a su condición de países exitosos, prósperos y estables. Esta condición implícita los avalaría como legítimos evaluadores de la postura, la credibilidad y confiabilidad del país y sus autoridades. Desde esta perspectiva, el valor del patriotismo está en las antípodas del planteo oficialista:



T77

En los días siguientes, el entonces jefe de gobierno porteño emprendió una gira y los tuits publicados desde el exterior (Armenia, Alemania) admiten ser leídos como una puesta en escena del tipo vínculo con otras naciones que postula y de su eventual capacidad para llevarla adelante.

²¹⁹ Este tipo de referencia al “mundo” se emplea, sistemáticamente, como un eufemismo, para referirse al grupo de naciones más prósperas y poderosas y con sistemas institucionales estables. Dado lo abstracto de la referencia es una locución que permita la atribución de cualquier predicado.

²²⁰ Esta corriente argumentativa -que no es exclusiva de Mauricio Macri- emplea el término “mundo” como una sinécdoque en la que “mundo” equivale, fundamentalmente a los mercados de capitales de los países centrales.

Sobre la base de estas diferencias, no resulta sorprendente que el oficialismo haya seleccionado a Macri como blanco interno preferencial. La estrategia de refutación de sus dichos consistió –de modo también previsible- en situarlo fuera del campo de lo legítimo o lo deseable en términos políticos: en lo cronológico, la estrategia central consistió en identificarlo con el modelo de pensamiento de “los 90”. Por ejemplo, en este tuit de Amado Boudou:



T78

También se aísla al adversario recurriendo a lo geopolítico, es decir, identificándolo con los intereses extranjeros, como en este caso:



T79

Esa cita de Rajoy (que evidentemente fue formulada en otro contexto) fue abundantemente reproducida en las redes. Recuperar ese argumento permitía plantear una paradoja muy oportuna para polemizar simultáneamente con el líder del Pro y el mandatario español. Y, mejor aún, permitía hacerlo con armas provistas por el adversario. Desplegado, el argumento plantearía que mientras Macri argumenta a favor de cierta racionalidad y coherencia que atribuye a “el mundo”, los voceros de ese mundo lo desautorizan y, en el fondo, avalarían la postura del gobierno nacional.

II.1.3. Otros aspectos retóricos argumentativos

Como se ha visto en el punto anterior, la separación entre enunciación y argumentación en este caso resulta un tanto artificiosa ya que las figuras del

dispositivo enunciativo son inseparables de la estrategia retórico- persuasiva en la que se insertan. Sin embargo, es también evidente que la dimensión argumentativa de los textos no se agota en este nivel. Es necesario, por lo tanto, hacer referencia a otros elementos relevantes a la hora de considerar la orientación persuasiva de los tuits en la coyuntura analizada. Anteriormente, he anticipado, que – como cualquier usuario sabe- las características formales del género lo hacen inadecuado para el desarrollo de argumentos²²¹; Dominique Maingueneau²²² considera que en este tipo de dispositivos se produce “una borradura de los textos estructurados, argumentativos, a favor de la expresión fragmentaria de opiniones”. En efecto en Twitter (y en general en los géneros web) se valoran situaciones y textos desde la doxa, sin mayores precisiones que fundamenten una afirmación y, por lo general, sin mayores reclamos por parte de los internautas para que las afirmaciones se fundamenten. En ese clima, las jerarquías sociodiscursivas que separan a expertos y legos, a protagonistas y “público” se aplanan. Los 140 caracteres contribuyen a profundizar esta situación ya que la brevedad exigida funciona como una coartada que exime a los enunciadores de aportar mayores precisiones sobre aquello que afirman (Cfr. Sarlo, 2010).

Esta evidencia debe ser, a su vez, matizada ya que, en una sociedad mediatizada –especialmente, a partir de las posibilidades tecnológicas que abre la Web- los discursos públicos se entrelazan en lo que ha dado en llamarse una lógica transmedia. Hay una pérdida de autonomía de los textos que, en muchos casos son difícilmente decodificables al margen de la veloz dinámica de intercambios mediáticos en que se inscriben. La dimensión argumentativa en Twitter está, por lo tanto, marcada por la remisión al intertexto.

En el corpus, el gesto recurrente es el reenvío a los discursos pronunciados en el debate parlamentario, palabras de los referentes de los respectivos espacios o textos periodísticos de diferente tenor. Un caso ejemplar es este tuit del Senador Aníbal Fernández:

²²¹ En ocasiones, los tuiteros publican secuencias de tuits para poder plantear algún concepto, esta estrategia que, en cierto modo, transgrede las reglas del juego y suele merecer – dentro y fuera de la plataforma comentarios que sancionan esa trasgresión. Por ejemplo: “Nueva catarata de tuits de la presidente”. (el titular esta tomado del *Diario Cuatro vientos*, 1 de septiembre de 2013 pero los casos son muy numerosos y abarcan todo tipo de publicaciones) Considero que esas situaciones reiteradas son un indicio de las tensiones entre la lógica restrictiva del género y la lógica expansiva del discurso político.

²²² Entrevista con Dominique Maingueneau.



Anibal Fernández @FernandezAnibal

26 abr

Para los que preguntaban, mi participación anoche en el debate por la recuperación de YPF youtube.com/user/VideoAnib...

Abrir

T80

Otra vertiente son los “indicios argumentativos”, es decir, la inclusión de guiños o breves referencias que aluden a ideologemas que, en el marco de una comunidad político-discursiva específica, son reconocibles como parte del “arsenal argumentativo” contemporáneo²²³. Por ejemplo, si se considera el recurso al argumento de autoridad por parte del Senador Fernández y de la Presidente Cristina Kirchner al mencionar los elogios de Paul Krugman, el peso argumentativo de la referencia esta dada no sólo por la autoridad técnica del economista y por su condición de Premio Nobel, sino también por un tipo de “autoridad” fundada en que se trata de una persona distanciada de los debates y pugnas locales. Krugman se postula, por lo tanto, como un garante de la validez de la propuesta económica aureolado por un resplandor de “objetividad”.



Anibal Fernández @FernandezAnibal

5 mayo

El camino de la Argentina, de Paul Krugman, premio nobel de economía anibalfernandez.com.ar/index.php/reco...

Abrir

T81

Sintetizando lo expuesto anteriormente, el debate que analizo, se organiza en torno a una serie de dicotomías clásicas (lo público/ lo privado, la ruptura/ la continuidad; la lucha/la resignación; la liberación/ la entrega) que lo conectan con la matriz nacional/ popular, tributaria de la matriz latinoamericanista. Dado que la mayor parte de los enunciadores reconoce esos polos como pertinentes, la disputa se centra en apropiarse del polo positivo y desplazar de allí al adversario. Si el género exige la condensación – y favorece por esa razón, las expresiones

²²³ Marc Angenot (2012:3) utiliza el concepto de “arsenal argumentativo” para referirse al conjunto finito de argumentos y recursos aceptables en una sociedad dada. El autor insiste en la necesidad de considerar la historicidad del valor persuasivo y la aceptabilidad de un argumento: “El historiador de las ideas enfrenta constantemente la obsolescencia de lo convincente y de lo racional. El pasado es un vasto cementerio de ‘ideas muertas’ producidas por gentes que han desaparecido, ideas que fueron sin embargo, tenidas, antes o después, por convincentes, demostradas, adquiridas y también importantes, movilizadoras, etc.. Las ideas con las que el historiador hace la historia son ideas que fueron tenidas por creíbles, bien fundadas, ‘sólidas’ y que, en el momento de ser estudiadas están devaluadas o en vías de estarlo”.

metonímicas-, la organización del debate favorece la preferencia de antítesis y paradojas como figuras retóricas que son simultáneamente compatibles con la matriz ideológico-discursiva y con la economía del género. En muchos casos, la combinación de estas operaciones da lugar a “microbarroquismos”, que exigen del lector competencias específicas. Es el caso de este tuit de Jorge Altamira destinado a descalificar al flamante directivo de YPF:



T82

Los indicios que se ofrecen suponen un lector familiarizado no sólo con las últimas noticias – designación de Miguel Galuccio al frente de YPF- sino también con su recorrido profesional, con los rasgos y los tiempos de la gestión de Estenssoro²²⁴ en la petrolera y con el sistema de valoraciones que caracteriza al discurso del enunciador. Se trata de un texto retóricamente muy complejo ya que la antítesis opera a través de una cadena de condensaciones y presupuestos:

- la iniciativa oficial condensada en la figura del nuevo gerente general de la empresa, cuyo nombre permanece tácito.
- su curriculum vitae condensado dos puntos (“privatista”, “yanquis”) que en la gramática ideológica de Altamira son suficientes para situarlo en la antítesis de la independencia nacional y del paradigma considerado deseable.
- El acto de habla implícito de convocatoria a luchar por la “verdadera independencia”, que sería fruto del programa y las prácticas de protesta del Partido Obrero.

De manera más moderada, desde otros espacios del espectro opositor, se emplearon estrategias retórico–argumentativas similares para polemizar con el discurso gubernamental. Como anticipé al analizar el dispositivo enunciativo, aún

²²⁴ José Estenssoro fue el interventor de la empresa desde 1990. Lideró el proceso de privatización y continuó siendo presidente de la empresa hasta su muerte, en 1995.

quienes aceptan la pertinencia de las oposiciones propuestas, polemizan acerca del llenado “correcto” de esas categorías, la idoneidad de los funcionarios convocados, el alcance de la expropiación o los recursos para financiar el proyecto. El énfasis de la disidencia se fortalece a medida que se desarrolla el debate parlamentario, en el que el proyecto fue aprobado sin incorporar ninguno de los cambios propuestos por sectores de la oposición. Por ejemplo, en este tuit de Solanas se puede apreciar la señalada preferencia por las figuras de la antítesis y la paradoja:



Pino Solanas @fermandosolanas

May 3

Es difícil aceptar que el conductor de este proceso en YPF sea el ministro de Planificación, responsable de la crisis energética del país.

Expand

T84

Un caso aparte es, como ya he subrayado en otros apartados, la argumentación que postula Mauricio Macri. Lo que se discute en este caso no es el modo en que el oficialismo llena los polos de la oposición nacional/extranjero sino que el líder del Pro descrea de la validez de la oposición. Así lo expresa en este tuit:



Mauricio Macri @mauriciomacri

17 abr

'Estamos discutiendo simbolismos y lo que la gente necesita es energía barata para vivir y trabajar' #YPF ^A

Abrir

T85

La oposición “abstracto/ concreto” recupera el tópico tradicional que opone las palabras y las cosas; lo “simbólico” y lo “necesario”. Tal oposición remite al ethos predicursivo²²⁵ del enunciador: un hombre de negocios devenido político, ingeniero

²²⁵ La noción de ethos predicursivo resulta tan atractiva como problemática por su carácter difuso (¿qué fuentes son las seleccionadas para identificarlo y describirlo? ¿Cómo se establece su validez, aceptación, impacto etc.?) Retomo aquí la perspectiva de Maingueneau (2002:3), que, pese a sus reservas, considera que se trata de un concepto pertinente “en el dominio político, por ejemplo, donde la mayor parte de los locutores, constantemente presentes en la escena mediática, son asociados a un tipo de ethos que cada enunciación puede confirmar o cancelar.” Desde este punto de vista, el ethos predicursivo integra las condiciones sociales de producción, circulación y recepción de los discursos de los dirigentes. Personalmente considero que, pese a los interrogantes planteados, es una categoría a la que no es posible renunciar cuando analizamos discursos de circulación masiva en una sociedad mediatizada. El ethos predicursivo condiciona, por ejemplo, la verosimilitud de un enunciado, su aceptabilidad, y la posibilidad misma de la escucha.

de formación, que ha cultivado un perfil antiintelectualista, pragmático, etc.²²⁶. Desde ese punto de vista, la noción de las demandas sociales “reales” – de las que el enunciador sería intérprete- se contrapone a una discusión tácitamente caracterizada como estéril –“ideológica” o superestructural.²²⁷

Una política anclada en lo factual estaría resguardada de los riesgos de “lo simbólico”, que van de la abstracción a la mentira (“la palabra de los argentinos quedará devaluada”, afirma en otro tuit). Es preciso señalar, en todo caso, que resulta llamativo que alguien que viene del mundo de los negocios califique como “simbólica”, la propiedad de la mayoría accionaria de la mayor empresa del país.

II.1.3.1. Pasiones polémicas

Considero necesario incluir en el estudio de los aspectos retórico-políticos del corpus, una referencia a los recursos destinados a alimentar las emociones políticas de los destinatarios. El tono agresivo que adopta la polémica en este género es comentado con frecuencia en las caracterizaciones que hacen los entrevistados (Suárez Lastra, Raffo, Tischik, Campero, Bielsa). En efecto, en lo que hace a la dimensión polémica, Twitter se sitúa como un epígono virtual de lo que Angenot (1982) denomina los “géneros agónicos” – la invectiva, el epigrama, el panfleto, la sátira- en los que, afirma Angenot, los actores son tres: la *verdad*, el enunciador y el adversario.

Personalmente considero que algunos rasgos del género pueden contribuir a la profusión prácticas descorteses. Por un lado, el efecto enunciativo del “uno a uno” crea una fingida atmósfera de privacidad debilita las pautas que regulan

²²⁶ Para un estudio detallado de los orígenes y surgimiento político de Mauricio Macri, véase Vommaro, Morresi y Bellotti (2015)

²²⁷ Es sabido que el tópico puede remontarse a Aristófanes y un rastreo prolijo excede el marco de esta tesis. Me limito a elegir como ejemplo, los breves artículos de *Mitologías* (1957:190) en los que Roland Barthes ha descrito con agudeza la argumentación antiintelectual en política y sus supuestos. En esos textos, Barthes dedicados al discurso del dirigente populista francés Pierre Poujade: “Los intelectuales, politécnicos, gentes de la Sorbona y funcionarios, no hacen nada: son estetas. (...) Aquí surge un tema caro a todos los regímenes fuertes: la asimilación de la intelectualidad y la ociosidad.”

habitualmente la palabra pública. En ese contexto A responde a B *como si* fuera un intercambio entre pares, sin distancias jerárquicas y sin visibilidad pública.²²⁸

En segundo lugar, a diferencia de los medios tradicionales, no hay en Twitter anfitriones que oficien como moderadores del intercambio. ¿Pero qué función cumplen, en esta economía discursiva, los insultos, descalificaciones y agresiones verbales? No parece verosímil considerar, salvo alguna excepción, que se trate de estallidos pasionales²²⁹. Vincent y Bernard Barbeau (2012) subrayan que el insulto tiene además de una dimensión pasional, el valor de una sanción a alguna acción del insultado que violaría las normas a las que el que insulta adscribe. Al proferir un insulto, el locutor se sitúa jerárquicamente por encima del insultado – ya que exhibe su capacidad de “sancionar”). Por otra parte, al ser proferido ante un público – los internautas y seguidores- el insulto tiene un potencial persuasivo: los seguidores pueden compartir y multiplicar el epíteto descalificante.

“Toda descalificación ante un tercero tiene como objetivo persuadirlo de adherir a la tesis implícita de la validez de la calificación peyorativa, lo cual se manifiesta, en el plano perlocucionario, de dos maneras: persuadir de odiar (hacer adherir a la descalificación del otro) y persuadir de actuar (fomentar una acción consecuente con la adhesión a la descalificación del otro)” (Vincent y Bernard Barbeau, op. cit: 5)

En efecto, toda injuria implica un acento emotivo: ya Aristóteles en la *Retórica* afirmaba que la persuasión se produce cuando el discurso lleva al auditorio a experimentar una pasión y, por lo tanto, algún tipo de transformación con respecto al estado en que se encontraban anteriormente. Claro que el espectro de las pasiones trasciende ampliamente el terreno de la injuria. En el corpus analizado, las pasiones se expresan según tres mecanismos fundamentales:

- En primer lugar, las referencias explícitas a las emociones de los destinatarios contribuyen a fortalecer un clima de emotividad (positiva o negativa). Al hacer de los sentimientos populares un tema de su discurso, los funcionarios hacen saber a sus seguidores que han tomado nota, que han sido vistos, que la

²²⁸ Un ejemplo de los desbordes a que da lugar la atmósfera de Twitter fue el fuerte intercambio de agresiones personales que se dio entre el ex canciller Héctor Timmerman y el publicista Gabriel Dreyfuss. Más tarde Timmerman decidió cerrar su cuenta de Twitter. Como en otros aspectos, el uso de Twitter que hacen los dirigentes políticos ha ido cambiando a partir de la experiencia de los usuarios.

²²⁹ En esos casos, los tuits suelen ser borrados más tarde. En nuestro corpus es el caso de Victoria Donda. Los enunciados citados en esta tesis son los que pude capturar antes de ese borrado.

distancia del poder no les impide percibir las emociones –el alma podríamos decir, del pueblo llano.

- Por otro, ayudan a postular un modelo de recepción ideal de la palabra y las acciones de gobierno, a través del relato de pequeñas anécdotas, microrelatos cuyos protagonistas se proyectan como sinécdoque del sujeto popular²³⁰. Es el caso del siguiente tuit:



T86

- En tercer lugar, numerosos tuits expresan las emociones de los propios dirigentes en supuesta sintonía con el estado emocional que atribuyen a sus destinatarios. Por ejemplo:



T87

Como permiten ver los ejemplos presentados, el componente emotivo contempla una particular abundancia y variedad de recursos. Considero que esto se debe a la convergencia de varias razones: por un lado, el impacto emocional de la reactivación del nacionalismo petrolero y los valores patrióticos asociados; por otro, la tradición discursiva del peronismo –voz dominante en el debate- que ha hecho un tópico de la

²³⁰ Con respecto al uso de anécdotas y ejemplos individuales vale recordar la reflexión de Ernesto Laclau (2008:27) según la cual “una particularidad no es nunca una *mera* particularidad porque aparece siempre cruzada por un tejido de relaciones equivalenciales que universalizan su contenido”

reivindicación de las pasiones políticas²³¹ y, finalmente, el entorno pasional de las redes que resulta propicio para el despliegue de este tipo de expresiones.

II.1.4. Conclusiones del capítulo

En las páginas precedentes he expuesto el análisis de las estrategias ideológico-discursivas desplegadas en Twitter por los dirigentes que participaron en el debate sobre YPF.

En primer lugar, he abordado los problemas de la enunciación y, en particular, en las redes sociales, es decir, los perfiles de enunciador que se reiteran en los tuits analizados. Las variantes discriminadas son cinco (el cronista, el editorialista, el líder, el militante, el coro).

Estos roles se corresponden, en parte, con los usos de los tuits estudiados en la primera parte y, como en aquel caso, combinan figuras tradicionales de la política con figuras que, o bien nacen de los géneros emergentes, o bien reconfiguran funciones tradicionales del discurso político.

El cronista, por ejemplo, reconfigura la dimensión informativa que siempre tuvo el discurso político y, en este sentido, es un rol generado en y por las redes. El cronista sólo puede darse en función de la instantaneidad y la orientación informativa de Twitter. Al analizar los ejemplos he señalado que sus tuits están modelados según el formato del discurso periodístico: suelen ser impersonales, valorativamente austeros y, generalmente, se organizan según la fórmula “espacio + acción” (por ejemplo, “en el recinto, debatiendo”). La abundancia de gerundios es un indicio de la comunicación en tiempo “real” que permite la plataforma.

El *enunciador editorialista*, en cambio, asume una voz más analítica: evalúa, fija posición, orienta a sus seguidores. En el corpus, este perfil fue más habitual – aunque no exclusivo – entre los dirigentes opositores ya que, según he planteado, eran éstos quienes más necesitaban un mecanismo rápido para fijar públicamente su postura, señalar matices que articularan el apoyo puntual y su rol opositor y contener a un espectro más disperso de pro y paradesinatarios. El editorialista establece, pues, con los destinatarios un vínculo asimétrico y asume un tono pedagógico para definir las posiciones personales o partidarias. Previsiblemente, los objetivos

²³¹ Para un análisis de este rasgo en el discurso del peronismo renovador ver Podetti, M., Qués, M.E. y Sagol, C., 1988.

del editorialista entran en conflicto con el escueto formato del género: para sortear esos límites, emplean dos tipos de recursos: las series de tuits o los links a otros textos (periódicos partidarios, entrevistas, blogs, etc.).

En cuanto a *la líder* he subrayado que se trata de una posición que, por definición, está distanciada de las otras y que, en el clima del “momento patriótico”, aspira a ocupar un lugar suprapolítico, fundado en la “comunidad” de oficialismo y oposición. En este periodo, los tuits de Cristina Kirchner tienen un rasgo particular: todas las entradas relacionadas con el tema de YPF son enlaces o fragmentos de discursos producidos originalmente para otros soportes (cadenas nacionales, discursos de tribuna). De esta manera, la palabra de la líder, en Twitter, deviene un metadiscurso, una palabra que se señala a sí misma.

Por otra parte, la asimetría de roles hace que los demás enunciadores de su espacio político ocupen frente a la líder un rol de enunciadores segundos, es decir, voces que multiplican la palabra fundante y, en ese gesto, refuerzan los vínculos de adhesión.

Al referirme a la figura del *enunciador militante* he planteado que se trata de una marca del proceso de reapropiación del “legado” de los ’70, que ha caracterizado al discurso kirchnerista. El militante es el enunciador segundo “por excelencia”: predica y celebra la voz de la líder. Considero que este tipo de vínculo eclipsa las distancias jerárquicas, entre altos funcionarios y quienes militan desde el llano, debido a que todos se legitiman de manera equivalente a partir de un punto único.

Sin embargo, he sostenido que la retórica militante no es exclusiva del oficialismo de la época: desde la oposición, Pino Solanas se erige como referente alternativo de la idea de militancia y depositario del legado de la izquierda setentista. Desde ese lugar, se postula como “custodio verdadero” de aquellos valores y denuncia las inconsistencias de sus adversarios.

Finalmente, la figura del *enunciador coral* nace de las características del género. Según he señalado, el coro es la suma de una pluralidad de voces “anónimas” que, invocadas a través del retuit, enmascaran al dirigente-enunciador. El enunciador coral ilustra la recepción ideal que el discurso gubernamental postula para sí. Por eso, se lo puede considerar un eslabón entre las figuras del yo y las estrategias destinadas a delinear el perfil del destinatario.

Por otra parte, al referirme a las estrategias de *construcción del destinatario*, he destacado el escaso aprovechamiento de las posibilidades de intercambio que abre

el género. Esta característica aparece, sin embargo, marcada como un efecto de sentido a través del uso de escenografías dialógicas. Asimismo, en un estilo de interpelación tradicional, he subrayado la profusión de actos de habla clásicos en el discurso político (en particular, en este caso, el agradecimiento y la convocatoria) que interpelan preferentemente al prodestinatario y refuerzan la pertenencia a un colectivo común.

Un aspecto central del análisis es el valor que adquieren las *referencias espacio-temporales*, que enlazan enunciación y argumentación. Dicho de modo sucinto, existe una competencia entre dos recortes de la historia que suponen dos lecturas contrapuestas del presente y proyectan distintas visiones de futuro.

Los ejemplos presentados permiten ver que, en el campo oficial, se privilegia el largo plazo, se pone en equivalencia el presente con la etapa fundacional de la empresa y se sortean los conflictos del pasado reciente. La recuperación de la figura de Mosconi es, en este diseño, el eslabón que enlaza pasado y presente, oficialismo y oposición, amparados ambos por los valores del nacionalismo petrolero. De esta manera, se inscribe la coyuntura en el tiempo de la Historia: una hora excepcional que se celebra como un “momento patriótico”, cuyo rasgo fundamental es la unidad. En ese contexto, los enunciadores hablan en nombre del metacolectivo (la patria) identificado metonímicamente con la sigla YPF. El momento patriótico es, por otra parte, una escena festiva en la que se exalta la emotividad a través de todos los recursos que el género ofrece.

La oposición, por el contrario, –sobre todo cuando el breve “momento patriótico” se diluye– enfoca el pasado reciente, es decir, los últimos veinte años. De esta manera, unifica la gestión de Carlos Menem con las de Néstor y Cristina Kirchner y desmonta la estrategia oficial de postularse como herederos del legado de Mosconi.

Por otra parte, en un contexto dominado por la oposición nacional/ extranjero las categorías espaciales también devienen herramientas de la polémica: aún cuando el llenado de esos polos puede ser muy diferente, la mayor parte del arco político reconoce esa dicotomía como un principio válido de interpretación política.

Queda fuera de esta línea argumentativa el discurso de Mauricio Macri, que cuestiona la pertinencia de la oposición nacional/extranjero y propone otros valores, clásicos del liberalismo económico (seguridad jurídica e integración al mundo, por ejemplo). Esta toma de distancia lo convirtió en blanco preferencial de los discursos

oficialistas, que trazaban una línea de equivalencias entre los blancos internos y externos.

Lo expuesto permite ver que el debate estuvo dominado por un conjunto de dicotomías (público/privado, nacional/ extranjero, ruptura/continuidad, lucha/resignación, liberación/entrega y, por cierto, la oposición pueblo/antipueblo, capaz de sintetizar todas las anteriores). Esta preeminencia de las formas de argumentación antitética se comprende mejor si se considera que éstas no sólo tienen una gran afinidad con las reglas de juego de Twitter, heredero más joven de los géneros agónicos, sino que también condensan la gramática del dispositivo discursivo del populismo, que el kirchnerismo encarnó en la primera década del siglo.

En el próximo capítulo, analizaré la forma en que estas estrategias se reorganizan al pasar a otro género, es decir, a un entorno dominado por una lógica diferente, en el que los vínculos se conforman de otra manera y en el que predomina una materia significante distinta.

Segunda Parte

Capítulo II. 2. Por el camino de Facebook

Introducción

La diferencia de recursos expresivos que ofrecen Facebook y Twitter plantea algunos interrogantes ¿hasta qué punto los rasgos específicos del género explican que se acentúen o atenúen determinados matices de las estrategias discursivas de los actores? ¿Cómo se rediseñan las figuras de la enunciación al pasar a un entorno en el que lo político se “iconiza”?

Tal vez sea oportuno recordar a Valentin Voloshinov quien, en medio de los turbulentos debates sobre estatuto de la ideología que tenían lugar en la URSS de los años ´30, solía decir que la ideología “refleja o refracta” lo real. Tal vez esa expresión doblemente metafórica resulte adecuada para considerar la manera en que las estrategias político-discursivas cambian al migrar a otro género. Se trata de los mismos actores políticos, del mismo contexto e idénticos objetivos. No es sorprendente por lo tanto que, en algunos casos, los enunciadores publiquen textos idénticos en ambas plataformas (por ejemplo, en los casos de A. Boudou, D. Filmus, H. Binner o F de Narváez)²³². En todos estos casos, los enunciadores no aprovechan plenamente –por lo menos, en el periodo analizado- recursos propios de cada género. Considero que las intervenciones están condicionadas por dos procesos paralelos: por un lado, el cambio permanente de las formas de funcionamiento de los dispositivos y, por otro, los procesos de aprendizaje en los usos, convenciones y pautas que hacen que los cambios de criterios y estilos de publicación por parte de las figuras públicas sean muy dinámicos²³³.

Otros usuarios (en parte, por estar más atentos a la diversidad de recursos que ofrecen estos géneros y más conscientes de que los públicos y los contratos de lectura difieren y, en parte, porque disponen de más recursos para derivar la gestión de las redes en profesionales especializados) producen un variado arco de

²³² Sin embargo, es posible que, como el Quijote de Pierre Menard, esos textos produzcan efectos de sentido completamente distintos en cada plataforma.

²³³ Por ejemplo, el estilo incendiario que alguna vez mantuvieron en Twitter Aníbal Fernández o el canciller H. Timerman fue abandonado. Timerman cerró su cuenta en 2012, mientras que Fernández morigeró considerablemente su estilo mientras estuvo en el Senado. Sobre este tema, ver también nota 138.

operaciones de adecuación. A estas operaciones me referiré en los próximos apartados.

II.2.1. Figuras de la enunciación

Como he explicado anteriormente (Cfr.I.3.3.1.) es posible contraponer los géneros aquí estudiados a través de las diferencias enunciativas y de los recursos expresivos que permiten u obturan diversas estrategias retóricas. Asimismo, hay que considerar que la “voz” del enunciadador marco promueve distintos tipos de vínculos en Twitter y Facebook. Tales diferencias dejan, naturalmente, sus huellas en los dispositivos enunciativos que emplean los usuarios (enunciados enmarcados). Por ejemplo, el tipo de preguntas con que se interpela a los usuarios (“¿Qué estás haciendo?”) y las formas de evaluación disponibles para los lectores ²³⁴promueven en Facebook un mayor protagonismo del yo. (López y Ciuffoli, 2012)

Contribuye a esta exaltación del yo la mayor disponibilidad de recursos icónicos: las estrategias de autostrucción promovidas por Facebook²³⁵ son afines a la personalización de la política que se ha ido profundizando a partir de la hibridación de los géneros de la política con los del mundo del espectáculo y los del marketing comercial. La creciente iconización del género²³⁶ hace que las figuras públicas organicen habitualmente sus intervenciones en torno a una imagen de sí mismos.

Las próximas páginas estarán dedicadas a analizar las formas en que las figuras del yo anteriormente presentadas se “refractan” en Facebook.

²³⁴ “Me gusta” es una expresión más personal que el “Fav” de Twitter. Sin embargo, la tendencia a la homogeneización de las redes sociales dio lugar al verbo “favear” y a la expresión “dar un fav” que permiten una expresión más personal para referirse al uso de esta herramienta (por ejemplo, Hinde Pomeraniec tuiteó el 9 de agosto de 2015: “No faveo ni hago RT de esas cosas.”. También el uso generalizado del dativo de interés asociado al verbo compartir (“Les comparto...”) se relaciona, a mi juicio, con la cierta hipertrofia de la personalización de los vínculos *online*.

²³⁵ La tendencia a la homogeneización de los géneros web (y, en menor medida de los géneros mediáticos en general) es asimismo visible en otras series de préstamos, copias de recursos exitosos, adopción de aportes de los usuarios, etc.. Por ejemplo, en Twitter, después del periodo sobre el que trabajo, se produjo un mayor grado de iconización. Las imágenes ya no aparecen sólo como enlaces sino que es posible verlas en el *timeline* del usuario.

²³⁶ La iconización del yo es aún más intensa en los muros de usuarios privados. En el próximo párrafo, desarrollaré este aspecto.

II.2.1.1. Figuras del yo

Diversos trabajos (Ghidoli, 2009 y 2010; Zelcer, 2002; Sibilia, 2008; López y Ciuffoli, 2012, entre otros) han señalado que el énfasis de Facebook (Cfr. I.4.1.2) en la cotidianeidad está ligado, en los perfiles de los usuarios “anónimos”, al tratamiento de los hechos más banales en clave de suceso²³⁷ y del “yo” en clave de “celebrity”²³⁸. El intertexto de las “revistas del corazón” es uno de los modelos sobre el que se configuran muchas entradas. Desde la perspectiva de Ghidoli:

“parece que se desea dejar huella de la propia actividad más que actuar sobre el contexto de referencia, de modo que otros tengan conocimiento. Al mismo tiempo, se busca valorizar estas intervenciones proponiendo como eventos elementos cotidianos que no lo son: devienen eventos en el momento en que son compartidos y valorizados por la intervención de los otros” (Ghidoli, 2009:159)

En el caso de los dirigentes políticos el movimiento es, en cierto sentido, inverso. Se trata de “humanizar” la tarea de gobierno, de abrir para los ciudadanos otras vías de conocimiento de lo público, de permitirnos dar un vistazo en el *backstage* en el que se entretajan los hilos de la historia. Parte del atractivo del género es, en estos casos, la promesa de vislumbrar un yo que se considera oculto “*detrás de*” la celebridad, la vieja idea del “hombre detrás del funcionario” (Brunner, 1983). El evento público se presenta en primera persona, visto bajo la luz de lo cotidiano, tamizado por las emociones y ansiedades de los protagonistas.

La serie de figuras del yo es similar a las estudiadas en Twitter, tanto en lo que se refiere a las figuras político-periodísticas (el cronista, el editorialista/analista) como en los perfiles de corte político clásico (la líder, el militante). Un caso aparte es la figura del enunciador coral detectado en Twitter y ausente en Facebook. En efecto, un contrato de lectura que estimula el anclaje en el yo dificulta la disolución del

²³⁷ Si bien excede el tema que aquí desarrollo considero que los postulados de Roland Barthes en “La estructura del suceso” resultan sumamente estimulantes para considerar ciertas estrategias de los usuarios privados en la plataforma.

²³⁸ En un plano más general, la antropóloga Paula Sibilia (2008) ha dedicado un extenso y muy difundido trabajo a las formas de espectacularización del yo y la privacidad, como tendencia de la cultura contemporánea. Un pionero en la materia es Guy Desbord (1967) con *La sociedad del espectáculo*, de Guy Desbord (1967), frecuentemente revisitado en los últimos años por su sintonía con la problemática de la comunicación contemporánea.

enunciador en una figura coral. Se podría objetar que la función permite técnicamente que un usuario se limite a reenviar materiales ya publicados por otros o que en su “muro” solo aparezcan entradas en las que son “etiquetados” por terceros. Sin embargo, este modo de utilización no aparece en el corpus²³⁹.

La función “Compartir” se reserva, por lo general, para los momentos en que los enunciadorees ocupan un rol de enunciadorees segundos, es decir, para la reproducción de enunciados producidos por los referentes de su espacio político y, en particular, por la enunciadora líder.

Es probable que la ausencia del enunciador coral se vincule también con el ritmo más reposado de Facebook que permite otro tipo de elaboración de los posts, mientras que los ritmos vertiginosos de Twitter estimulan la reacción/participación inmediata a través del instantáneo retuit.

El cronista: del tiempo real a la síntesis diaria

En este apartado me referiré a los matices que adquiere la figura del enunciador cronista frente a su “versión Twitter”. ¿Qué tipo de crónicas se publican en Facebook? ¿Qué función cumplen en la construcción del perfil público del enunciador? ¿Qué ofrecen estas crónicas a los lectores?

La primera diferencia que salta literalmente a la vista es la índole de la materia significativa. Dada la naturaleza iconotextual de Facebook, estos enunciados se inscriben, generalmente, en una genealogía que se remonta a las crónicas ilustradas de la edad media y, en tiempos modernos, a la crónica ilustrada de la prensa gráfica. En segundo lugar, la temporalidad cotidiana le imprime otro ritmo al discurso del cronista. El seguimiento minuto a minuto da lugar a la síntesis diaria: el cronista presenta en sus posts un pantallazo de la actividad del día. Hay por lo tanto un evidente “cambio de escala” en la presentación y en la selección de los hechos representados. (Cfr. Introducción, punto 5.3).

²³⁹ Al hacer la búsqueda del corpus encontré páginas (como la de Víctor de Genaro, por ejemplo) que, en el momento de la recolección, no tenían actividad visible y se encontraban “invadidas” por terceros: otros partidos de izquierda que etiquetaban al titular en busca de cierta visibilidad vicaria. En su mayoría las entradas correspondían a un pequeño partido de izquierda radicalizada. También he detectado usos similares de pequeñas firmas comerciales. No considero que este tipo de fenómenos se encuadre dentro de la figura del enunciador coral porque es evidente que ese funcionamiento es totalmente ajeno a la voluntad del titular de la página. En todo caso, expresa el desinterés del titular por el uso de estas herramientas de comunicación.

En ese panorama, las imágenes ilustran y son operadores de veredicción del texto. Si en Twitter la marca diferencial es el vértigo, en Facebook la prioridad es el realismo: predominan los textos explicativos y las fotos de carácter testimonial: los personajes aparecen capturados en su labor, actúan como si la cámara no estuviera allí o no fueran conscientes de su presencia. Y en política, ciertamente, el realismo se postula como signo de verdad, transparencia y franqueza, sentidos connotados que aspiran a ser leídos como denotación pura (Barthes, 1964).

El involucramiento del enunciador se expone ante los ojos del lector. Al mostrarse rodeado de sus pares, presente en ámbitos emblemáticos, participe de las situaciones en que se define el rumbo de la política nacional, el enunciador ofrece a la vez información sobre su propia jerarquía, sobre su rol en el colectivo de pertenencia y en los eventos en curso. Por ejemplo, esta publicación del Senador Fernández que corresponde al debate en Comisión del proyecto enviado por el ejecutivo:



F19

Aquí como en otros casos no hay miradas a cámara ni otros indicios que interpelen directamente al observador. Este recurso se considera, por convención, el equivalente icónico de la tercera persona y de las marcas de objetivación en el

discurso verbal. Papeles, computadoras, actitudes corporales de escucha o exposición remiten a una acción en curso, al devenir del trabajo legislativo.

Los internautas pueden asomarse a una faceta del trabajo de los funcionarios y legisladores habitualmente menos visible – y, seguramente, más decisiva- que la que se desarrolla en el recinto. Por eso, considero que la figura del *backstage*, popularizada en el mundo del espectáculo es una metáfora adecuada para este tipo de entradas²⁴⁰. La utilización del mosaico de imágenes permite obtener una suerte de panorámica, organizar secuencias, y ver la reunión desde diferentes perspectivas: un “privilegio” vedado a los protagonistas.

En el ejemplo presentado, el texto que acompaña a las imágenes ofrece información básica sobre el proyecto en debate que puede ser expandida pulsando sobre el título o bien a través de la entrada que se ofrece en la columna derecha que reproduce el texto completo de la ley tal como apareció en la página de la expresidente.

La mayoría de los casos en que el legislador/enunciador remite al *backstage*, corresponden al oficialismo. Seguramente porque la coyuntura les ofrece una buena oportunidad para destacar su protagonismo en los ámbitos de la conducción nacional. Por lo general, los enunciadores que ocupan bancas en el Congreso – oficialistas y opositores- publicaron entradas sobre su participación en el debate. Estos posts incluían videos que permitían acceder a la exposición completa del enunciador o bien álbumes de fotografías que condensaban su perspectiva del debate y del clima en el recinto. Las entradas son, por lo tanto, elásticas, pueden expandirse o contraerse según el interés del lector (texto del proyecto, enlace al texto de la intervención, síntesis de lo dicho en forma de consigna, valoraciones sobre la coyuntura, etc.).

²⁴⁰ Precisamente, tanto las referencias a un ritmo cotidiano como la idea de *backstage* aparecieron entre las prescripciones que los ejecutivos de Facebook plantearon en 2015 a los políticos argentinos en campaña. En la entrevista publicada en *La Nación*, K. Harbath, Gerente de Política y Gobierno de Facebook, explicita crudamente los límites de esta “espontaneidad construida” y severamente codificada: “*Periodista*: ¿Cuál es la mejor forma para expresarse? *K. Harvath*:-Tienen que mostrar el detrás de escena; que el candidato se vea más auténtico. Mostrar cómo es como persona. Puede ser una foto o un video filmado con un celular desde un auto o esperando un avión. Los videos cortos, de no más de 15 segundos, sobre lo que hicieron ese día o sobre su reacción frente a alguna noticia del día son muy recomendables.” (Dapelo, en *La Nación* 6-4-15. Los subrayados son míos.). Esta clase de fórmulas adocenadas actualiza los aspectos tradicionalmente más cuestionados de la retórica clásica.

Los videos ofrecen un fotograma que, como su título, funcionan como “signos de pasaje” más amigables que el críptico lenguaje de las URL que predomina en Twitter²⁴¹. Tal estrategia hace de los muros de Facebook una superficie puntuada por microrrelatos –entrecortados, como las viejas fotonovelas- que ofrecen nuevas posibilidades de expansión verbal e iconotextual a la voz del cronista.

Las crónicas de Facebook permiten asimismo un mayor despliegue valorativo. Un ejemplo ilustrativo es el post publicado por la diputada Victoria Donda²⁴² al terminar la sesión del 4 de mayo. En esa ocasión, la Cámara Baja discutió el proyecto en particular. Visiblemente disgustada por la actitud del oficialismo, Donda publicó un texto extenso en el que daba cuenta de los resultados de la sesión. En las primeras líneas, la legisladora señala:

Listo, ya se aprobó la ley de renacionalización de YPF. Como era de esperar, no aceptaron ninguno de los cambios que propuso el interbloqueo del FAP (controles, expropiación acciones Ezkenazi, auditoría al resto de las petroleras, que participen todas las provincias, etc... Nada.).

Bien, ya no hacen falta mas palabras, todo lo que teníamos que decir, lo dijimos. Primero y principal, que *estamos de acuerdo* con que vuelva a ser nacional la empresa

F20

Lejos de la eufórica unanimidad exhibida hasta el día en que la norma se aprobó en general, el texto presenta la crónica de un desengaño. Ninguna otra entrada es tan explícita y abrupta para expresar el cambio de escenario en las relaciones entre oficialismo y oposición. La frontera temporal entre ambos momentos -marcada por expresiones como “*Listo, ya se aprobó*”, “*bien, ya no hacen falta*”- indica, “*como era de esperar*”, que el momento patriótico se ha disuelto: la brecha política entre “nosotros” y “ellos” ha vuelto a erigirse con premura. Volveré sobre otros aspectos de esta entrada más adelante.

²⁴¹La extensión del texto visible y los signos de pasaje que permiten seguir leyendo son definidas automáticamente por el dispositivo. El titular de la página dispone de más espacio pero no puede sortear las fronteras planteadas por el enunciador marco.

²⁴² Días más tarde, la diputada borró de su muro todos los posts correspondientes al periodo estudiado. Sólo pude disponer de los fragmentos capturados con anterioridad. Para esta investigación resultó un contratiempo ya que resulta una intervención muy útil para visualizar el auge y la declinación del momento patriótico.

El editorialista expandido

¿Qué oportunidades se le abren al enunciador editorialista en un género en el que la extensión y la iconicidad surgen como las marcas diferenciales? En las próximas páginas señalaré cuáles son los efectos de este nuevo abanico de opciones en las prácticas discursivas que los enunciadores editorialistas utilizan en Facebook. Para ver los modos en que se aprovecha la posibilidad de publicar textos más extensos tomaré el ya mencionado texto de Facundo Suárez Lastra²⁴³ (cfr. nota 13) publicada inmediatamente después de la presentación del proyecto. Como se verá, Suárez Lastra se ocupa de cuestionar los postulados que sostienen la atmósfera celebratoria y la unanimidad de lo que he llamado el “momento patriótico”. El dirigente radical considera que su partido no debe apoyar la medida, por lo cual polemiza fundamentalmente con un blanco interno.

Sostener ese lugar distanciado de la corriente central de opiniones hace necesario que el enunciador explicité sus propios puntos de partida: en primer lugar, un gesto autobiográfico destinado a dejar sentado que polemizar con el gobierno no implica renunciar a las banderas del nacionalismo petrolero, tradicionales en la UCR, sino que, por el contrario, el enunciador esgrime un acceso privilegiado a la historia de la empresa. La legitimidad del enunciador está condicionada a quedar dentro de ese campo.

Tenía 9 años cuando mi padre fue designado por Arturo Illia como Presidente de YPF, y desde entonces llevo a YPF en mi corazón.

F21

A partir de esa legitimidad emocional e ideológica, el dirigente polemiza con las medidas del gobierno y las inscribe en una tradición negativa; la de transformar los valores en simulacros:

²⁴³ Suárez Lastra, en la entrevista que mantuvimos, se refirió a la situación en que fue escrito el texto. El relato resulta interesante no sólo porque es ilustrativo de la dinámica de la política en las redes, sino también porque muestra las tensiones internas de la UCR frente al tema. “Cuando yo lo escribí en Facebook, estaba solo y estaba aislado. (...) Primero me llega que el partido va a votar en contra de la propuesta del Gobierno y yo tuiteo y pongo un mensaje en Facebook diciendo “que buena la posición del radicalismo”. Era lo que decía la página del partido. Entonces empiezo a recibir mensajes de gente que me decía “Facundo, estás lejos... van a votar a favor, en general”. Me dio tanta bronca que escribí el artículo, y lo colgué en Facebook. Básicamente lo que yo hacía era una recomendación al radicalismo de que votara en contra del proyecto. Y lo de mi papá y todo eso lo ponía para decir: “yo no soy un privatista anti-YPF, pero esto es una ilusión, esto es un camelo”.

La YPF que defendemos y que queremos reencontrar no existe más por obra y gracia del peronismo. Ésta, que se llama como aquélla, es una empresa de capitales mayoritariamente españoles, acompañados por empresarios argentinos ajenos al negocio del petróleo y cercanos al poder de los Kirchner.

F22

Desde el título (“La UCR no puede acompañar otro error”) se percibe que el destinatario primordial son sus propios correligionarios²⁴⁴ y el blanco es el apoyo de su partido a la ley. Claro está que no ahorra descalificaciones para caracterizar la gestión del gobierno nacional en general y el giro en materia petrolera, en particular (“irresponsables”, “cómplices del vaciamiento de la empresa”, “demagogos”) son algunos de los calificativos que les dedica). El núcleo del argumento consiste en señalar que, ante las obligaciones incumplidas por Repsol, hubiera correspondido anular la concesión, lo cual liberaría al Estado de pagar indemnizaciones. Y concluye: “La expropiación más que un castigo, en este caso, es un premio ya que, cualquiera sea el precio que se pague, será indebido.”

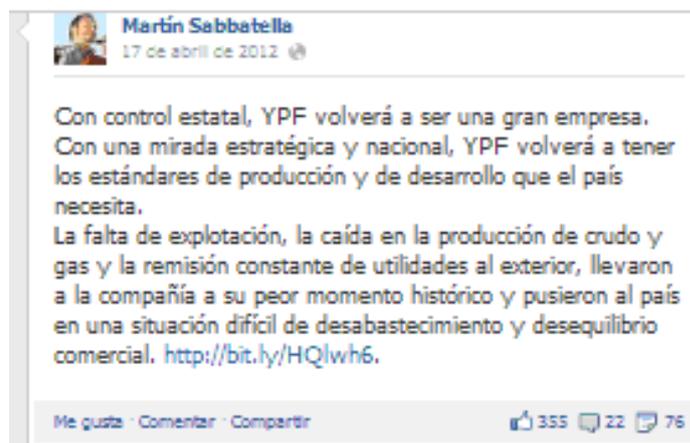
Como se ve, la posibilidad de extenderse que ofrece Facebook es indisociable de las operaciones pedagógico-argumentativas que se desarrollan en el texto, de la construcción del lugar del enunciador y de las formas de delinear al prodestinatario y al contradestinatario. Se trata, pues, no sólo de contrastar el propio ethos con el del adversario político, sino también de explicar matices, de difundir argumentos (por ejemplo, la presentación del régimen legal o en la descripción de la situación de la empresa) y de “reencauzar” a sus propios compañeros de ruta.

Estos rasgos estilísticos y argumentativos – el didactismo, la necesidad de reivindicar la pertenencia a la tradición del “verdadero” nacionalismo petrolero, la denuncia de la posición gubernamental como engañosa o incoherente- están ligados a las características de extensión que permite el género.

En los tuits del oficialismo, el tono entusiasta borra la frontera entre los roles del enunciador editorialista y el enunciador militante. La diferencia reside en que el didactismo desplaza el régimen de la emoción propio del discurso militante. La

²⁴⁴ “La UCR no puede acompañar otro error” En la misma línea, días mas tarde, en declaraciones radiales F. S. Lastra señaló: “Le pido a mis correligionarios que demos señales de coherencia histórica con los recursos hidrocarburíferas” Cfr. *Contrapunto*: Programa del 23 de abril de 2012.

pedagogía, que permite ofrecer líneas argumentativas a los militantes de base, necesita un desarrollo más extenso que la mera celebración. A modo de ejemplo, en el siguiente post de Sabbatella el léxico valorativo es el encargado de marcar la contraposición del escenario condenado (“falta de explotación”, “caída”, “peor momento”, “desabastecimiento”, etc.) y el escenario prometido (“gran empresa”, “mirada estratégica y nacional”, etc.). De esta manera, Sabbatella ofrece a sus predestinatarios un camino para enfrentar la prédica opositora que subraya la contradicción entre las posturas presentes y las defendidas por los dirigentes nacionales pocos años atrás. La contraposición *antes/ ahora* es sustituida por otro recorte temporal que confronta el deterioro presente con la promesa de un futuro de prosperidad:



F23

En suma, a un lado y otro de la divisoria política, la posición del editorialista emplea recursos pedagógicos que marcan una asimetría entre el “dirigente experto” y los militantes rasos. En el caso de los dirigentes opositores, el escenario es más complejo porque en la mayoría de los casos enfrentan la necesidad de confrontar a la vez con el oficialismo y la de contener las disidencias internas. En ambos casos, las estrategias argumentativas que se despliegan y la expresión de matices, derivan de las posibilidades expansivas que ofrece Facebook.

La Líder: imágenes del contrato patriótico

Las entradas de Facebook en el muro de la expresidente en este periodo se pueden agrupar en dos series de piezas:

- Las que combinan fotografías de la actividad presidencial con fragmentos de los discursos pronunciados por Cristina Fernández de Kirchner en las ocasiones correspondientes.
- Videos institucionales-propagandísticos sobre YPF compartidos en la página de CFKArgentina pero originados en otras instancias públicas o gubernamentales (la misma YPF, el canal Encuentro, el canal *Youtube* de la Presidencia de la Nación).

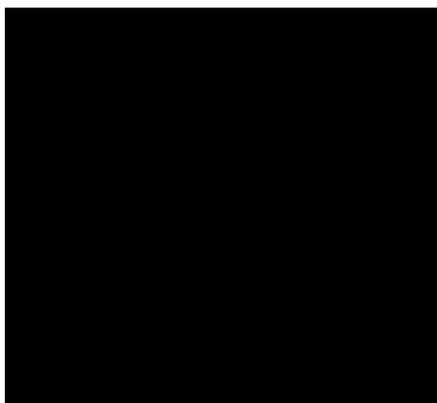
Ambas admiten ser leídas como niveles diferentes de una narrativa que enlaza los eventos de la gestión con historias más de largo plazo (en particular, la de los orígenes de YPF) y proveen un marco interpretativo al anuncio.

Ahora bien, en la primera serie se alternan entradas cuya estética corresponde a una suerte de grado 0 de la representación presidencial con otras que se caracterizan, en el plano de las imágenes, por una marcada estilización.

En el primer caso, la entrada que inaugura la serie es una foto tomada durante la presentación del proyecto²⁴⁵. Es una fotografía testimonial que acompaña la transcripción del texto completo.

La maqueta del Ministerio de Acción Social con la imagen de Eva Perón en su fachada forma parte de la escenografía habitual de los anuncios presidenciales. El pequeño tubo de ensayo que Cristina Kirchner sostiene en la mano (una muestra del primer petróleo extraído en el Sur, según explicó la oradora en su alocución) ancla la imagen con el tema del anuncio y enlaza pasado-presente.

²⁴⁵ Esta entrada fue reproducida por buena parte de los enunciadores segundos y se enmarca en lo que Verón, al analizar los contratos de lectura, denomina “discurso verdadero”, en la medida en que hay una borradura de las marcas del enunciador. Una entrada muy similar fue publicada cuando se promulgó la ley.



F24

Como ejemplos de representación estilizada, en cambio, cabe citar dos imágenes de la misma jornada: se trata de tomas inusuales, descentradas, que resultan disruptivas con respecto al tratamiento visual de las ceremonias públicas y generan un efecto de extrañamiento, al presentar la escena mirada “desde otro lado”.



F 25 y 26

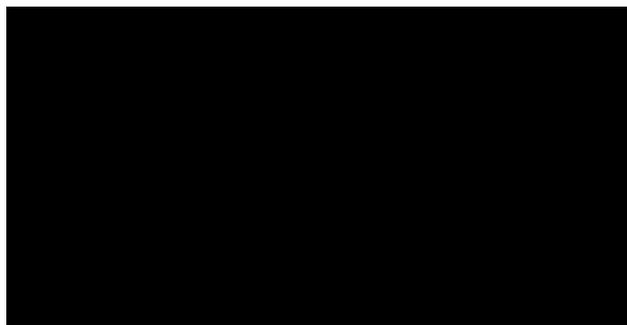
En el primer caso, se ve en primer plano, a la Presidente de espaldas; la imagen invierte la toma del ejemplo anterior y sitúa el “punctum” (Barthes, 1980)²⁴⁶ en el tubo de ensayo decorado con una cinta argentina. Curioso efecto de corrimiento, en el que el protagonismo del primer plano – el cuerpo de la ex Presidente ocupa el 75% de la imagen- parece desmentido por el punto de vista escogido.

²⁴⁶ Barthes (1980: 58) define el *punctum* como aquello "que sale de la escena, como una flecha y viene a tocarme", por oposición al *studium*, que depende de los "contratos", las convenciones que existen en el entorno cultural e ideológico. Verón (1997 a) apunta que en estos dos niveles de lectura se juega la tensión entre lo individual y lo social,

Algo similar ocurre en la entrada siguiente: en este caso, los elementos representados son tres: la bandera nacional, en primer plano, ocupa dos tercios de la imagen. Bastante más atrás, de pie y mirando hacia abajo, en actitud reflexiva, se ve a la Presidente. Al fondo, se ve el retrato de la dirigente socialista Alicia Moreau de Justo (lo cual nos sitúa en el Salón de las Mujeres, sede frecuente de los anuncios presidenciales). La estilización de la toma crea un esquema más complejo que en el caso anterior que resulta rico en connotaciones:

- el protagonismo presidencial aparece subrayado *precisamente* por su corrimiento del primer plano, ligeramente fuera de foco, frente al protagonismo fulgurante de la bandera nacional, reforzado por el dorado de las letras bordadas.
- La imagen de Moreau de Justo en el fondo remite al ecumenismo del momento patriótico descripto anteriormente.
- Las dos imágenes femeninas sugieren una secuencia genealógica (fragmento de una serie amplia que da nombre al salón) Una genealogía alternativa con respecto a la sugiere la toma frontal. Las figuras que flanquean y encuadran a la ex mandataria enhebran, entonces, la figura de Cristina Kirchner con la patria y la historia.
- Los textos, más extensos y en función de relevo, son fragmentos argumentativo- prescriptivos: la enunciadora líder fundamenta sus decisiones de gobierno y las alinea con el modelo del deber ser.

La segunda vertiente que aparece en la página presidencial son videos propagandístico-institucionales. En estos casos, la página de Cristina F. de Kirchner es un soporte para la circulación del texto, que no es un enunciado “propio”. Claro está que son instancias políticas colindantes, diferentes canales de distribución de la presidencia. Sin embargo, una instancia institucional -y no el yo de Cristina Kirchner- aparece como responsable original del enunciado. Por ejemplo:



F27

El fotograma corresponde a uno de los spots de la campaña: “YPF es argentina. Institucional”. El audio corresponde a la lectura del artículo único de la ley, por parte de un locutor²⁴⁷, ambientado con un fondo musical de tonos épicos²⁴⁸. La secuencia de imágenes se inicia con fotogramas que recuerdan a Yrigoyen, Mosconi y Perón, imágenes cotidianas como la que se ve en el fotograma de presentación y, en el cierre, se ve a una embarazada simbolizando el futuro. Como se ve, la campaña emplea códigos publicitarios²⁴⁹ para evocar un reservorio formal e ideológico ya instalado en la memoria colectiva. La reiterada idea de “recuperación” de YPF se expresa con una retórica escolar “retro” según la cual muchas generaciones aprendieron a hablar del patriotismo, la familia y la alegría popular²⁵⁰.

En suma, la figura de Cristina Kirchner es el eje en torno al cual se despliega la escena y cuya palabra es retomada, elogiada o discutida en todo el periodo; sin embargo, en sus propios espacios en las redes se observa un distanciamiento enunciativo, que probablemente sea efecto de la delegación del manejo de estos

²⁴⁷Cfr. <https://www.youtube.com/watch?v=H7eniAGliUA>

²⁴⁸Cfr. <https://www.youtube.com/watch?v=JKyP3nNWFYs>

²⁴⁹ U. Eco (1968) en su análisis de las piezas publicitarias señala que tanto en el plano ideológico como en el retórico los anuncios pueden ser “nutritivos” (ingeniosos, innovadores) o “redundantes” (transitar los lugares comunes consolidados por la tradición). En estos casos, la opción es, evidentemente, la redundancia en ambos planos.

²⁵⁰ Un ejemplo de esa prédica es la presencia del Día del Petróleo en el ámbito escolar. Una mirada actual de esas prácticas se puede ver en el trabajo de Alfredo Vega (2011:19). El autor se ocupa de analizar la conmemoración que organizó en Comodoro Rivadavia el Ministerio de Educación de Santa Cruz, con motivo del centenario del hallazgo de petróleo en esa localidad. Según señala el autor, en el evento resonaron los ecos de las tensiones propias del debate petrolero. Un entrevistado, citado por Vega, señala: “Nos propusimos mostrar imágenes, lo que incluía también fotos de tapas de diarios, algo que molestó a los ex ypefianos, ya que no aceptaban la inclusión de la tapa de diarios locales donde se referían a las recientes huelgas de trabajadores petroleros”.

espacios en esos días. Se trata de una centralidad mostrada desde un otro, más que enunciada.

Como se ve en este recorrido, tanto la líder como el editorialista y el cronista comparten lo que Verón denomina “contrato pedagógico”, que supone una relación asimétrica con los destinatarios, a diferencia del enunciador militante que, como se verá a continuación, enfatiza cierta idea de simetría.

El militante iconizado

A diferencia de lo que ocurre en Twitter, donde el enunciador militante construye el vínculo con la líder a través de citas y actos de habla de agradecimiento y felicitación, en Facebook la representación icónica de la militancia contribuye a exaltar el vínculo entre pares, su pertenencia a un colectivo, la celebración conjunta, el achatamiento de las jerarquías entre representantes y representados.

Los enunciadores se muestran integrados a la multitud en fotografías y videos. Por ejemplo, al terminar la sesión del Senado en que se aprobó el proyecto, varios funcionarios de aquel momento – el Vicepresidente Boudou, el Jefe de Gabinete Abal Medina, el Senador Filmus, el Diputado bonaerense Fernando “Chino” Navarro se presentaron en un palco armado para celebrar junto a los manifestantes reunidos frente al Congreso²⁵¹. En el muro del Vicepresidente, la “crónica” del hecho que reproduce el fragmento de *Visión 7* – noticiero de la TV Pública-



F28

Obviamente, el tipo de recursos narrativos y descriptivos son los del informativo de televisión (partición de pantalla para mostrar imágenes igualmente eufóricas del

²⁵¹La secuencia es un ejemplo de la capacidad de Facebook para exhibir los préstamos de otros géneros de manera más explícita que en Twitter.

palco y el recinto, o la plaza y el estrado, locución en off que fija el sentido de las imágenes, zócalo, sonido ambiental). La secuencia muestra una suerte de juego en que el vicepresidente y otros funcionarios presentes recogen camisetas que les tiran los asistentes y las extienden para ser fotografiados con ellas. En el segmento que muestra la plaza se ve la otra cara de la fiesta: la multitud embanderada con estandartes diversos (desde la imagen del Presidente Correa de Ecuador, hasta sectores partidarios o institucionales, y el infaltable logo tradicional de YPF, insignia del proceso vivido en esos días)²⁵². Los dos fotogramas inscriben el evento del día en series políticas, ideológicas, históricas y regionales asimilables a la matriz del discurso oficialista y, por lo tanto, inmediatamente reconocibles, sobre todo para los prodestinatarios.

Esta vertiente de la euforia callejera tiene su continuidad en las entradas referidas al acto del 27 de abril que publicaron los referentes del Frente para la Victoria. Tal es el caso de la siguiente imagen que forma parte de un “álbum” publicado en la página de Sergio Urribarri, gobernador de Entre Ríos²⁵³.



F29

Si en todos los casos se reiteran imágenes de la multitud abigarrada, banderas y estandartes en los que predominan los colores patrios y representaciones diversas de Néstor y Cristina Kirchner, la foto presentada, además de compartir estos rasgos, tiene un trabajo retórico más interesante. La metonimia casi lexicalizada²⁵⁴ que representa al kirchnerismo con la figura de un pingüino se enriquece en este caso

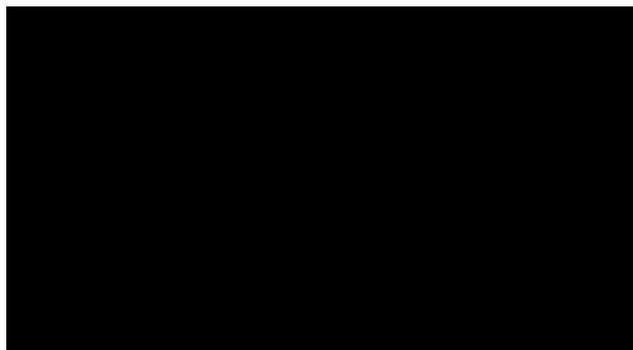
²⁵² En el fragmento de video publicado la imagen y el audio se alternan imágenes del recinto (cantos, aplausos, papelitos) con las de la plaza (fuegos de artificio, banderas, cantos).

²⁵³ El álbum completo puede verse en www.facebook.com/media/set/?set=a.444653775560342.120362.109351389090584&type=3

²⁵⁴ Sobre el surgimiento y los usos políticos de la voz “pingüino”, véase Yabkowski (2014).

con los corazones/logos/escarapelas dibujados en el pecho del muñeco. Duplicados, los corazones admiten ser leídos como huella de los liderazgos sucesivos de Néstor Kirchner y su esposa. Finalmente, el aspecto lúdico de la figura remite a cierta reivindicación de la informalidad, asociada al estilo de la militancia juvenil²⁵⁵.

La tercera serie de escenas en que dirigencia y militancia se fusionan es el recinto del congreso nacional, con las bandejas colmadas de militantes. Por ejemplo la siguiente entrada publicada por el entonces Jefe de Gabinete Juan M. Abal Medina.



F30

Los códigos parlamentarios tradicionales –como la asimetría marcada por la arquitectura- ceden terreno a una fusión de códigos tradicionales del peronismo²⁵⁶- como la marcha partidaria o los dedos en V-, y con otros asociados a la tribuna futbolística –por ejemplo, la gigantesca bandera con la imagen de Néstor Kirchner sobre un fondo celeste y blanco, la lluvia de papelitos, cantos y consignas- que postulan vínculos simétricos y enfatizan los códigos, valores y saberes compartidos entre el recinto y las bandejas. Retomaré este aspecto más adelante.

Otro ejemplo, tomado de la página de Agustín Rossi, suma una variante al tratamiento icónico de la militancia:

²⁵⁵ Montero (2012) ha analizado el uso de giros y términos coloquiales en el discurso de Néstor Kirchner, como un rasgo que contribuía a enlazar su figura y su estilo con el aura de juvenilismo e informalidad atribuidos a la militancia setentista.

²⁵⁶En los videos que acompañan algunas de las entradas, se puede ver a los legisladores y simpatizantes coreando la marcha peronista y/o alzando los dedos en V.



F31

En este caso el diputado recurre a la ilustración y a la simbología. La afectividad representada una vez más a través del juego gráfico con el logo de la empresa, el nacionalismo marcado por los colores patrios, la evocación de la militancia popular en la tipografía que imita el graffiti y la paráfrasis de un fragmento emblemático del estribillo de la marcha partida en la que se sustituye el nombre del fundador del partido por el de la petrolera. Una vez aprobada la norma, las insignias partidarias recuperan el centro de la escena. También desde el oficialismo, el tiempo de la unanimidad patriótica se da por terminado. Partido, nación y empresa operan en este texto como equivalentes.

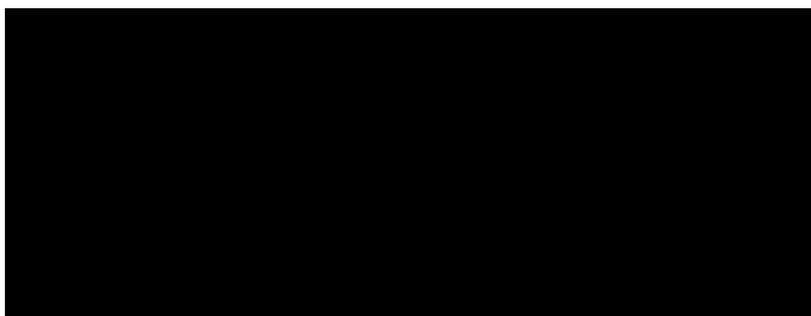
II.2.1.2. Figuras de la interpelación

Como ya he señalado, la atmósfera de Facebook, centrada en lazos de afinidad, favorece que el acento se ubique en la figura del prodestinatario. Ahora bien ¿de qué manera refieren los responsables de las páginas a sus seguidores? ¿Cuáles son los límites del tal ecumenismo? ¿Qué recursos discursivos se emplean según las diferentes necesidades políticas?

En el momento patriótico se postula —en especial desde el oficialismo— un prodestinatario ampliado que aspira a representar a la Nación entera. Son escasas, en el campo oficialista, las interpelaciones verbales directas al lector (casi todas ellas asociadas a la convocatoria al acto realizado en el estadio de Vélez Sarsfield); sin embargo, la mirada a cámara funciona como equivalente icónico de la interpelación verbal mientras que la exhibición del contacto (Cfr. I.4.3.1) ofrece figuras de

identificación al lector afín, capaz de reconocerse como un par de quienes aparecen en pantalla.

Bastante diferente es la relación con los prodestinatarios en el campo opositor, como se vio en el caso de Suárez Lastra. Los opositores se ven obligados a argumentar y contener a los que rechazan el apoyo a la medida gubernamental. Tal es el caso del intercambio que mantiene el socialista Roy Cortina ante algún cibernauta disidente. La interpelación individual contempla, por analogía, a todo el segmento crítico:



F32

En este inusual *tête à tête*, Cortina aprovecha la intervención crítica para reafirmar su rol dirigencial, marcar la línea estratégica del partido y poner límite a la disidencia.

El mismo tipo de estrategias, con matices personales, se encuentra en las páginas de Hermes Binner y Pino Solanas. Este último subió un video en el que, en tono pedagógico evaluaba el resultado de la votación, explicaba a sus seguidores la importancia del tema petrolero y- las razones que habían llevado a Proyecto Sur a votar a favor de la ley.

(<https://www.youtube.com/watch?v=8muoT4wONa8&nohtml5=False>)

El retorno del contradestinataro

Como he señalado, el momento patriótico es por definición, efímero. La idea de unanimidad rápidamente halla sus límites y las diferentes perspectivas – nunca totalmente borradas- recuperan protagonismo. El caso de YPF no es una excepción. El tratamiento en particular del proyecto hizo visibles las objeciones no menores del campo opositor (referidas al carácter de Sociedad Anónima que mantiene a la

empresa fuera de un cabal control público y al 49 % de las acciones que permanecen en manos privadas). La negativa de la bancada oficialista a aceptar cambios en el proyecto suscitó expresiones de desengaño, escepticismo e irritación por parte de los partidos opositores. Una de las manifestaciones más explícitas de tal reacción es la intervención de la diputada V. Donda, cuya primera parte cité en II.2.1.2.-:

Ahora vamos a ver cómo las conducen, a YPF y a la política energética. Esperemos corrijan aceptablemente todas las cagadas que hicieron en estos 9 años y que nos llevaron al atolladero en que estamos metidos en ese estratégico terreno. Que además no roben ni beneficien a sus empresarios amigos en perjuicio del país.

No es fácil, a juzgar por la experiencia, que esas cosas no sucedan. Pero vamos a ser esta vez optimistas y a pensar que, después de tantas declaraciones de principios que han hecho -y de tanto golpearse el pecho con la bandera y la soberanía de la patria- van a defender el petróleo y el gas, los van a cuidar, y a poner sus beneficios mayoritariamente al servicio de los argentinos y argentinas.

Dormiremos de todos modos con un ojito abierto. Por las dudas, vieron, no quieran volver a jodernos.

F33

Veinticuatro horas antes la legisladora había compartido la euforia derivada de la aprobación casi unánime del proyecto. El deíctico *ahora* marca el ingreso al tiempo de la derrota política y a otro clima emocional. La legisladora se sirve de una serie de disfemismos para caracterizar la actitud del bloque mayoritario. La distancia *nosotros /ellos* se reinstala. Las incertidumbres a futuro reaparecen sin matices, mientras que la evaluación negativa del pasado reciente deja de ser una alusión más o menos sutil: la descalificación del adversario aúna aspectos éticos y cívicos y político-administrativos: se los caracteriza como hipócritas (“golpearse el pecho con la bandera”), deshonestos (“no roben ni beneficien a sus empresarios”), ineficaces (“todas las cagadas que hicieron en estos 9 años y que nos llevaron al atolladero...”) y pertinaces en la traición (“volver a jodernos”).

Las dudas referidas al futuro se profundizan en una declaración de escepticismo. El optimismo antes proclamado es ahora una “esperanza escéptica” que se expresa por la negativa (“esperemos que no...”) que sirve de gozne entre el entusiasmo y la desazón. El resabio de optimismo se sostiene en la promesa del colectivo de identificación: una oposición que se postula como coherente, experimentada y vigilante: dormirá “con un ojito abierto”.

La secuencia descrita y lo enfático de las intervenciones de la legisladora en uno u otro sentido hacen poco sorprendente su decisión posterior de borrar toda la secuencia.²⁵⁷.

II.2.1.3. Figuras de la temporalidad

Como se puede ver en el ejemplo anterior, en el corpus conviven tiempos diferentes: mientras en los posts de Donda predominan las marcas del presente inmediato y sus fracturas (enlazadas con las acciones, entusiasmos y desazones que matizan su actividad como legisladora), existe otra dimensión referida a la memoria histórica y a los diferentes recortes del pasado que hacen oficialistas y opositores. En un caso, se privilegia la larga duración, la historia de la empresa, articulada con la historia nacional y la experiencia de vida de los ciudadanos; en el otro, se enfoca el pasado reciente, las biografías de los dirigentes, los diferentes compromisos asumidos. En Facebook, el recurso preferencial para presentar estas historias son los videos que permiten entroncar el discurso narrativo con el clima emocional que generan la combinación de diferentes materias significantes.

Tomaré como ejemplo dos casos que permiten ilustrar estas dos estrategias: en primer lugar, el ya mencionado video “YPF: 90 años”²⁵⁸ (publicado en la página de Cristina F. de Kirchner) y, en el caso de la oposición, dos videos publicados por Pino Solanas.

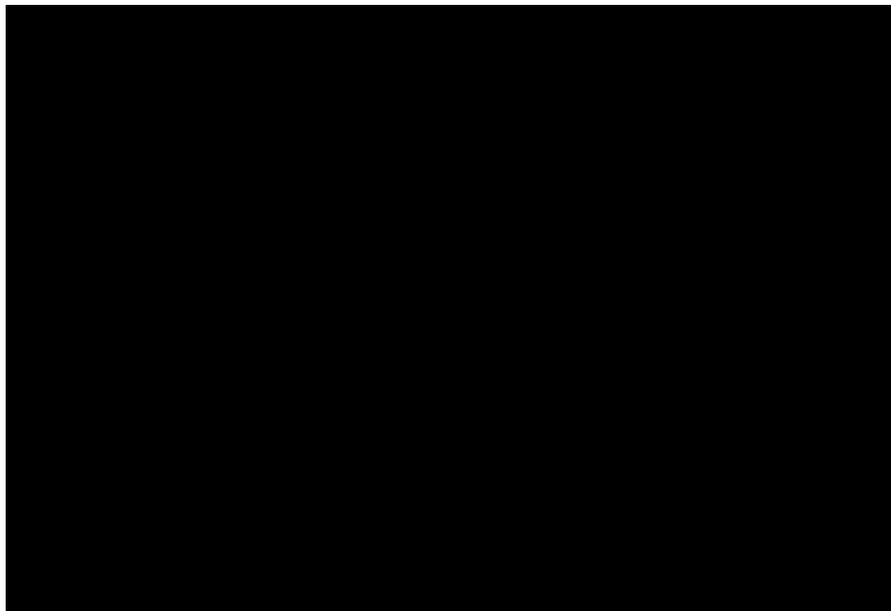
“YPF, 90 años” es un video institucional de la empresa en el que los diferentes niveles del texto recorren toda la gama de tópicos de la evocación nostálgica para potenciar los tonos emocionales que caracterizan el momento patriótico²⁵⁹. Se trata

²⁵⁷ Muchas otras voces de la oposición, en estilos, formatos y soportes diferentes, recorrieron variantes de este argumento. A modo de ejemplo cito un fragmento de la nota de F. Herrera “Desde el oficialismo no hubo grandeza”, publicada en *Infosur* (órgano oficial de Proyecto Sur) el 4/5/12 y reproducido en Facebook: “El kirchnerismo no modificó ni una coma, ni se hizo eco de la buena voluntad, la sabiduría y el fervor nacional tanto de los diputados de Proyecto Sur como de otros legisladores de la oposición. Desde luego, una cuestión tan cara a nuestra identidad como es la recuperación parcial de YPF hubiera requerido (...) un gesto de grandeza. Esperemos que la esperanza en la reconstrucción de YPF no sea, una vez más, traicionada.”

²⁵⁸ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=s4RlqA3OnbA>

²⁵⁹ Algunas de las piezas institucionales pueden encuadrarse dentro de lo que Clara Kriger (2009), en su análisis del cine durante el primer peronismo, denomina “docudramas”: género que describe como cortos propagandísticos que combinan fragmentos ficcionales con fragmentos documentales.

de una emoción patriótica estetizada y despolitizada, que se vincula con los afectos primarios y se sitúa por encima de confrontaciones y conflictos. No hay, por ejemplo, referencia alguna al periodo correspondiente a la privatización de YPF y la gestión de Repsol:



F34

La grave y afectuosa voz en off del locutor recupera el relato de un anciano que evoca su vida en Caleta Olivia (reconocible por la presencia de “El Gorosito”-1969-, escultura colosal que representa a los trabajadores petroleros). El fondo musical es una melodía sentimental que enfatiza régimen de la emoción propuesto:

“El hombre tenía un hablar pausado (...) hablaba del pueblo, de su gente (...) de pronto, nombró a YPF. Dijo, en medio de su relato, entrañable, que era parte de su vida, que estaba asociada a su infancia, el trato diario con sus padres y, ahora, sin una razón concreta, estaba relacionada a su futuro”.

Mientras tanto, la secuencia de imágenes en tonos sepia liga la narración con el desarrollo de YPF y la vida de los lugareños (escolares jugando, viejos pozos petroleros, escenas rurales, modestos surtidores, viejos camiones en rutas de tierra, paisanos trabajando, etc.).

En la pieza se acentúan reiteradamente los costados más emotivos del vínculo entre la ciudadanía y la historia de la empresa. Por ejemplo:

“Es el sueño de los que creyeron, de los que exploraron, de los que invirtieron. Es la fuerza de un país, la que sale de lo más profundo. (...) Es la empresa más importante del país y ahora, es tuya.”

El ritmo de la música, de las imágenes y de la voz que relata se aceleran al acercarse al presente. Se pasa al color y predominan los colores vivos. Se suceden imágenes – como las que presento más abajo- que refieren a modernas tecnologías y al trabajo especializado, junto a otras centradas en la vida familiar y cotidiana.



F35 y36

En diferentes modalidades (escarapelas, grandes mástiles, patios escolares) la presencia de la bandera va puntuando las secuencias y, en el cierre, aparece una gran bandera que ondea sobre el cielo patagónico.

En el segundo caso, los videos publicados por Solanas destacan el activismo del referente de Proyecto Sur en el tema de los hidrocarburos²⁶⁰. (Se recortan escenas de los últimos 20 años y se interpreta la coyuntura presente contraponiendo la biografía política del enunciador y la de sus contradestinatarios. Por ejemplo: la primera escena (mayo de 1991) muestra a Solanas denunciando ante la justicia, irregularidades de la privatización promovida por el Gobierno de Carlos Menem. Como es sabido, al día siguiente sufrió un atentado (Bonasso, 2001; Comas, 1991): en la escena siguiente, el dirigente repite las acusaciones desde la ambulancia y desde la cama del hospital.



F37

²⁶⁰ El siguiente enlace corresponde al video mencionado www.youtube.com/watch?v=ZkkjuVbA64g&nohtml5=False

A continuación, aparecen varios fotogramas en los que se ve a Néstor Kirchner junto al entonces presidente Menem y a su Ministro de Economía Domingo Cavallo, expresando elogios sobre el proceso privatizador, contrapuestas a imágenes de Solanas denunciando ese mismo tema en el recinto. Algunas placas sirven como anclajes que subrayan la diferencia de posturas asumida en los '90 por el líder de Proyecto Sur y el entonces Gobernador de Santa Cruz.

Como es notorio, Solanas emplea estos recursos para fortalecer una épica alternativa, la del militante genuinamente rebelde, desafiante, que se postula como encarnación de la coherencia.

Hacia el final del periodo analizado, luego de la sanción de la ley en diputados, Solanas publica otro video dirigido fundamentalmente a la militancia de Proyecto Sur²⁶¹. Como líder del espacio intenta contener y alentar a las bases y, a la vez, realzar el perfil opositor de su espacio. Al hablar a sus seguidores interpreta el episodio de la expropiación de acciones de Repsol casi como un logro personal. Los argumentos que esgrime son básicamente dos:

1. el proyecto en sí mismo es el éxito de 20 años de prédica y resistencia impulsada fundamentalmente desde su espacio político. En esa línea, Solanas afirma:

“El hecho trascendente para Proyecto Sur es que hemos ganado una batalla político cultural. Si el 75% apoya la expropiación, esto no vino del aire. Es el resultado de veintipico de años de prédica, (...) y de luchas que protagonizaron los ex trabajadores de YPF. No podemos olvidar esto. Los grandes cortes de ruta en Cutral-có, en Tartagal, en Gral. Mosconi”

F38

El pasado reciente también tiene su Panteón, poblado por las víctimas caídas en los piquetes que Solanas evoca (“Hubo varios muertos: Teresa Rodríguez, Aníbal Verón y tantos otros”). Con la lectura de la expropiación parcial de Repsol como una victoria propia, Solanas transforma a las autoridades nacionales en sus discípulos, cuyos lentos progresos son celebrados por el maestro, aunque los considere insuficientes.

²⁶¹ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?t=14&v=8muoT4wONa8>

2. Por otra parte, con miras al futuro, el viejo dirigente lanza una nueva denuncia, esta vez referida de los riesgos del *fracking* y de la reaparición de empresas internacionales de otro origen:

“Compañeros: ojo al piojo! ¡Guarda con la introducción de socios extranjeros! Andan rondando la Standard Oil, los chinos y otras empresas internacionales. A reivindicar el triunfo de la batalla cultural y a estar alerta ante cualquier entrega de nuestros recursos”

F39

Lejos del futuro eufórico que profetizan las entradas de los dirigentes oficialistas, el futuro que se proyecta desde la oposición (de derecha y de izquierda)²⁶² es un futuro sobre el que se ciernen amenazantes nubarrones, un futuro en el que ningún avance estará garantizado. De allí la convocatoria que lanza para que sus militantes se mantengan alerta.

II.2.1.4. Figuras de la espacialidad: la plaza, las instituciones, el mítico sur.

Dedicaré este apartado a analizar tres aspectos de las imágenes que representan la espacialidad en el corpus:

En primer lugar, el espacio institucional, fundamentalmente el Congreso de la Nación ya que prácticamente todos los enunciadores/ legisladores subieron imágenes que dan cuenta de su presencia en las reuniones de las comisiones o de sus intervenciones en el recinto. En segundo término, me referiré brevemente a las formas en que se representa la fiesta callejera, contracara y complemento del punto anterior. Finalmente, tomaré las referencias al Sur, espacio geográfico privilegiado en el discurso sobre la industria petrolera.

En el primer caso, es interesante señalar el uso de los “álbumes” que permite a los enunciadores alternar las imágenes de sí mismos con otras en las que se ven las bandejas embanderadas y repletas de simpatizantes. De esta manera, el espacio institucional adquiere una complejidad mayor. La distribución de los cuerpos es un indicio de los diferentes roles políticos de unos y otros. Por ejemplo:

²⁶² Algunos ejemplos: “Nos duele la Argentina”, tuiteó F. Pinedo, legislador del Pro. Francisco de Narváez (Peronismo renovador), por su parte, alertaba “YPF al Estado pero no a la Cámpera” en alusión a la gestión de Aerolíneas Argentinas. Asimismo, Stolbizer (GEN) planteaba “¿Qué van a hacer los Gobernadores que echaron a YPF? ¿Llamar y pedir disculpas? ¡Qué mamarracho!”



F40

Las imágenes del recinto encuentran un punto de partida en la imagen del enunciador-representante. Desde el hemiciclo –eventual punto de vista del legislador- se enfoca al público. En suma, la imagen y la mirada del yo organizan la secuencia.

La representación de la presencia popular invita a recuperar algunas de las ideas plantadas por Bajtin para analizar la cultura carnavalesca medieval: barras y banderas carnavalizan el recinto, construyen un híbrido que, hasta cierto punto, postula “la abolición provisoria de las diferencias y barreras jerárquicas entre las personas y la eliminación de ciertas reglas y tabúes vigentes en la vida cotidiana” (Bajtin, 1987).

Hasta cierto punto, subrayo, porque el carácter utópico de tal abolición y la estricta distribución de roles está marcado también por las indumentarias que distinguen a unos y otros, la capacidad de usar o no la palabra, etc. Los representantes debaten en las bancas, los representados aplauden en las bandejas. Sólo así el espectáculo de la representación democrática puede celebrarse a sí mismo.

Estas imágenes se asemejan y, a la vez, se contraponen con aquellas que muestran la fiesta de Vélez o las de multitud en la plaza. Estas últimas – si

seguimos el planteo bajtiniano- remiten al “carácter universal, el clima de fiesta, la idea utópica”, de la fiesta carnavalesca en la plaza pública. En el primer caso, el evento es el ingreso de lo popular en el espacio institucional; en el segundo, es la dirigencia la que ingresa en el espacio popular para sumarse a la fiesta que se le ofrece como espectáculo. También en la plaza, como en el estadio, la diferencia de roles y los límites de la cercanía están representados por el palco, frontera que separa a los espectadores de los protagonistas de la fiesta popular. Los roles se han invertido; en la multitud callejera no hay espacio para individualidades. Poco importa la identidad de los participantes porque su valor es ser uno en más en la fiesta, que es el verdadero espacio destacado.²⁶³

Finalmente encontramos el espacio geográfico, el espacio dicho, no vivido por los enunciadores, el espacio donde la industria petrolera, por así decirlo, sucede. El espacio de “lo real”. De las distintas zonas petroleras del país²⁶⁴ es notoria la preponderancia que se asigna –en particular en el discurso oficial- al Sur, como espacio mítico, como referencia histórica a los inicios de la empresa²⁶⁵ y –claro está- como alusión al lugar de procedencia de Néstor y Cristina Kirchner. Las referencias icónicas del video “YPF, 90 Años” ya mencionadas, recursos como el muñeco del pingüino en el acto de Ferro, las analogías con Malvinas en los discursos de los legisladores son ejemplo de esta localización preferencial de la esperanza petrolera en la mítica y lejana Patagonia.²⁶⁶ Tal lejanía geográfica es el correlato de la distancia temporal, la larga duración histórica, que permite saltar por encima de los conflictos del sector durante las últimas décadas.

²⁶³ El anonimato del individuo que se funde en la multitud, sin embargo, parece engendrar siempre algún tipo de resistencia. En todo acto – o incluso en eventos deportivos- es visible la necesidad de dejar una marca personal o grupal, de destacarse del anonimato colectivo. Las pancartas, las leyendas en las banderas, el diseño curioso de algunos globos, las referencias geográficas o políticas que se exhiben en los más diversos soportes son las herramientas para lograr esa diferenciación.

²⁶⁴ A lo largo de la cordillera, hay zonas hidrocarburíferas en Jujuy, Mendoza, Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

²⁶⁵ Aunque existen en el país otras áreas petroleras – en Mendoza, Jujuy, Salta- prácticamente no hay referencias a ellas, salvo en el video de Solanas en el que se mencionan los actos de resistencia de los trabajadores y piqueteros partir de los años '90.

²⁶⁶ Se podría trazar una analogía entre las estrategias de distanciamiento histórico (larga duración), geográfico (extremo sur) y político (Yrigoyen) como el punto en que se sitúa el origen y el ideal de la empresa cuya recuperación se postula.

II.2.2.Otras cuestiones retórico argumentativas

Si bien los tópicos argumentativos van por los mismos carriles descriptos previamente, es pertinente puntualizar algunas especificidades del género vinculadas a la retórica de las imágenes.

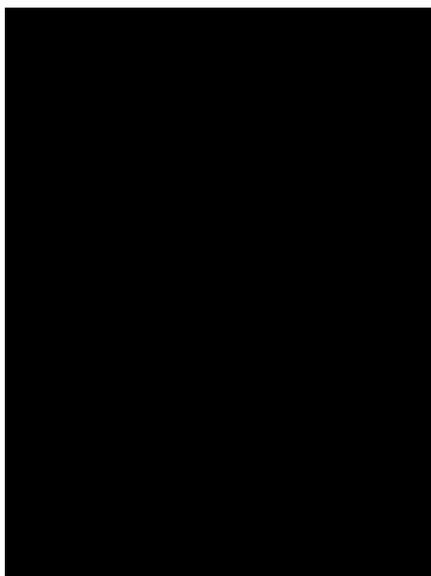
II.2.2.1. La argumentación a través de la imagen

El valor argumentativo de las imágenes ha sido objeto de reflexiones en el campo de la semiótica desde sus inicios. Señala Gronbeck (2006) que las fotografías y otro tipo de imágenes tienen un uso variable en la argumentación según

- la perspectiva asumida por el polemista.
- las características materiales de las imágenes mismas.
- los contextos en los que se encuadran los argumentos,
- la conceptualización de las imágenes generalmente sostenida por el polemista.

Evidentemente, estas afirmaciones están lejos de referirse exclusivamente a los géneros analizados en esta tesis. Se trata más bien de reflexiones generales que se vinculan con los problemas abordados. En efecto, muchas de las imágenes publicadas en Facebook han circulado, antes y después del debate, en otros contextos y soportes (desde el logo de YPF hasta el fragmento del noticiero compartido por Amado Boudou, por tomar solo dos ejemplos presentados pocas páginas atrás). Precisamente, esa vida paralela de las imágenes en otros circuitos es lo que lleva a Gronbeck (op. cit.) a subrayar que la “recontextualización ubica las fotos en múltiples redes de discurso, en las que parecen tener diversos tipos de utilidad política y social”.

El siguiente ejemplo resulta ilustrativo de esas estrategias de recontextualización y condensación de ideogramas que funcionan como tópicos recurrentes en aquella coyuntura:



F41

Como se puede apreciar el núcleo de la imagen son dos metonimias puestas en equivalencia, a su vez, por contigüidad. En el antiguo logo que condensa la historia de una YPF estatal, cobra nuevos sentidos yuxtapuesto al mapa de las islas Malvinas.

La argumentación por imágenes admite más fácilmente esbozar argumentos lacunarios, es decir, argumentos en los que el hilo lógico tiene interrupciones y saltos. Umberto Eco (1968) ha denominado “iconogramas” a estas imágenes vinculadas a clichés que postulan premisas no explicitadas, con un margen de ambigüedad amplio y cuya conexión con el intertexto debe ser repuesta en recepción.

El iconismo permite dar por sentada una equivalencia entre Malvinas²⁶⁷ e YPF, que resultaría -cuando menos- complejo desplegar verbalmente. Ambas figuras – engalanadas y enmarcadas con los colores patrios- resultan en el contexto significantes privilegiados de la “argentinidad”²⁶⁸ en pugna con las potencias extranjeras.

²⁶⁷Recordemos que el anuncio presidencial se formuló pocos días después del aniversario de la invasión militar a las islas y el inicio de guerra en 1982. En el periodo de recolección del corpus, en Internet, todos los miembros del Gabinete Nacional reprodujeron y promocionaron un corto de homenaje filmado de modo encubierto en las islas.

²⁶⁸ La Patagonia tiene una larga y compleja historia vinculada al temor –fundado o no- a la pérdida de control político sobre el territorio. Desde los ingleses a los anarquistas, desde los chilenos a los nazis han sido objeto de sospechas. Ernesto Bohoslavsky despliega esa trama en *El complot patagónico* (2008).

Unas están en manos del Reino Unido; la otra, recién recuperada de manos españolas. La contigüidad provee a YPF de un pasado que se mimetiza con la historia de las islas y eclipsa así el extenso capítulo del entusiasmo por la privatización. La coyuntura queda integrada en una saga heroica.

A la inversa, el presente de la YPF “recuperada” opera como promesa de futuro con respecto a las islas. La soberanía funciona pues, simultáneamente, como demanda pendiente y como demanda satisfecha. Ambas vertientes derraman su prestigio sobre la figura presidencial, cuya actuación es objeto de exaltados elogios en el plano verbal de la entrada: “Cristina, con coraje y decisión ha dado otro paso fundamental para recuperar la soberanía energética del país”.

Las imágenes, sin embargo, no son autosuficientes; sólo resultan eficaces cuando recuperan matrices argumentativas ya instaladas, particularmente, en un contexto de lectura nómada como la que se da en las redes. Un ejemplo de esta operación se puede ver en la confrontación de carteles que tuvo lugar durante el debate de la ley en diputados.



F42 y 43

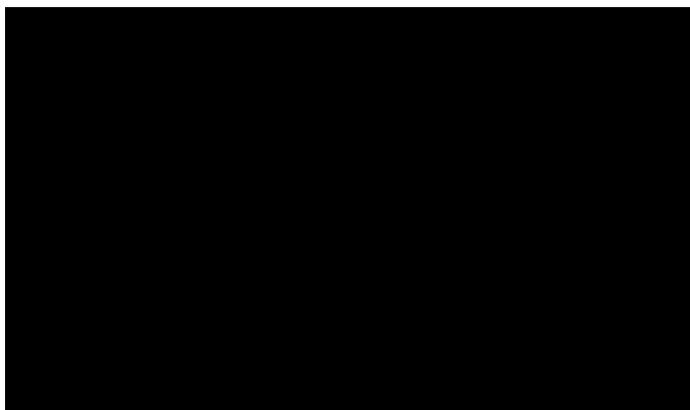
Los respectivos carteles –destinados, evidentemente, a la circulación mediática y no a los pares- condensan la base de la divergencia entre el oficialismo y el Frente Amplio Progresista aun cuando el voto de ambas bancadas sea favorable a la medida. La confrontación de carteles permite a los diputados argumentar de manera continua aún cuando no estén haciendo uso de la palabra.

II.2.2.2 La emotividad como argumento

Anteriormente he insistido en la extensa presencia de los recursos emocionales en los diferentes niveles del discurso sobre YPF en particular en el caso de los

videos analizados. Evidentemente, este rasgo se vincula con rasgos de la tradición discursiva del peronismo (Verón y Sigal, 1986; Laclau 2005; de Ípola, 2008, etc.) He señalado también que el impacto emocional (en recepción) de la expropiación parcial de la petrolera sorprendió incluso a encumbradas figuras del gobierno nacional (Cfr. Introducción punto 2.1.2)

El clima de exaltación afectiva explica parcialmente enunciados en los que la emoción se emplea como si fuera una premisa lógica capaz de sustentar una medida de gobierno. Este post del ex Gobernador entrerriano Sergio Urribarri ilustra estos gestos:



F44

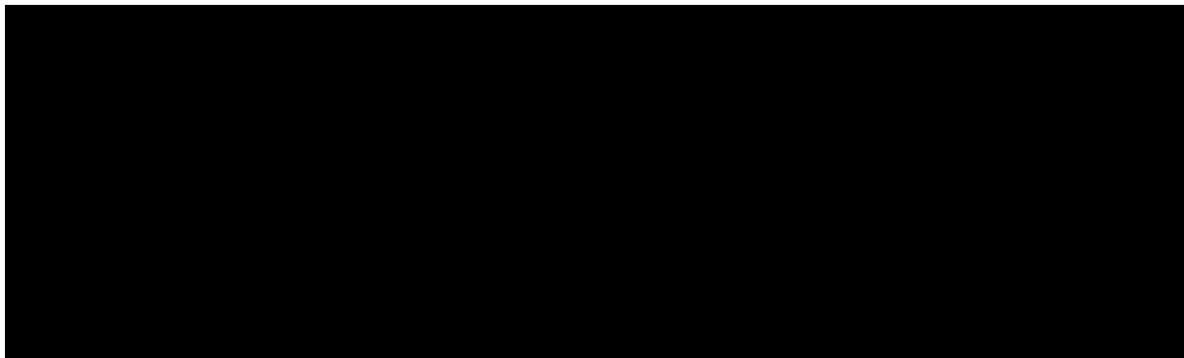
Es evidente que tanto las condiciones de producción como las de recepción (sobre todo en el caso de las redes sociales), conspiran contra la posibilidad de sostener cierto rigor lógico. Ni el formato lo estimula, ni los lectores lo exigen o esperan. En este caso, el entimema habitualmente aceptado plantea algo así como:

X es un atributo de la patria> Amamos a nuestra patria> Amamos a X.

El texto de Urribarri se invierte la causalidad y las emociones aparecen como motivación de la propiedad material, idea que tendría dificultades para circular sin objeciones en otros géneros de la comunicación política más abiertos a la polémica (entrevistas, conferencia de prensa). En Facebook, pese a la alta visibilidad pública, prevalece la lógica de una escena genérica marcada por el consumo rápido y la preeminencia de los prodestinarios²⁶⁹.

²⁶⁹Es posible que estas características obedezcan a cierto apresuramiento por pronunciarse sobre el tema. Seguramente también incide la modestia de recursos con que se intenta dar cauce a las

De un modo muy diferente, el siguiente post de la ex Presidente (que recupera un fragmento del discurso pronunciado cuando se promulgó la ley) recurre al tópico de la necesaria articulación entre razón y emoción en la vida política²⁷⁰ y otorga un plus de sabiduría al aspecto emocional:



F45

El fragmento es llamativo por el salto que se produce entre el comienzo, de corte pedagógico, referido a cuestiones geopolíticas y el abrupto giro hacia una reflexión general sobre el valor cognoscitivo de la dimensión afectiva. El acuerdo presupuesto con el auditorio (recordemos que el discurso se pronuncia en el Salón de las Mujeres de la Casa de Gobierno en un clima de algarabía) contribuye a diluir ese salto argumentativo – “necesitamos seguir apoyando la inversión, el consumo y la educación, en definitiva, la convicción y el sentimiento”. El razonamiento da un giro brusco y pasa a referirse a la prolongada polémica del gobierno con la prensa opositora. Al asumir la perspectiva que propaga la prensa, los opositores quedarían desgajados de los saberes –más auténticos- provistos por los sentimientos y el sentido común.

A pesar de lo diferentes que son las dos entradas citadas, las seleccioné debido a que ambas permiten mostrar un modo de funcionamiento del discurso político que interesa subrayar, porque está en la base de los procesos de consolidación de la creencia y, por lo tanto, del poder de los discursos (su capacidad de ser aceptados,

ambiciones retóricas del redactor. Esto se verifica también en el comienzo de la nota compartida, que parafrasea -una vez más- la célebre frase de Neil Armstrong al describir la caminata lunar.

²⁷⁰ Se trata del fragmento del discurso pronunciado en la Casa Rosada luego de la promulgación de la ley. En la misma línea de argumentación se desarrolla la presentación de la empresa en el video “YPF, 90 años”: “las marcas pueden construirse racionalmente pero siempre son percibidas de una manera emocional. Eso ocurre con YPF”

celebrados, difundidos). Me refiero a los momentos en que el recurso a lo emocional – como tema del texto y/o como empatía con los destinatarios- permite *sellar*, hasta cierto punto, los huecos, saltos o contradicciones de la argumentación propuesta. Se trata, ciertamente de un mecanismo rastreable en diversos formatos de expresión ideológica, sin embargo los formatos y los modos específicos de producción y consumo que se generan en las redes resultan un terreno particularmente fértil para su despliegue.

II.2.3. Conclusiones del capítulo

A lo largo de este capítulo he expuesto los modos en que las estrategias político-discursivas planteadas se “reflejan o refractan” al pasar a un género dominado por la iconicidad y que tiene grandes diferencias en las pautas de extensión así como en los ritmos de publicación y lectura.

En primer lugar, en el análisis he destacado que el predominio de lo icónico estimula el trabajo sobre la visibilidad del yo y que, por lo tanto, observar las formas de tratamiento de la imagen propia constituye un elemento valioso para estudiar la configuración del ethos de los enunciadore. Por otra parte, conviene recordar que estos fenómenos forman parte de un proceso más amplio de expansión del papel de la imagen en la comunicación política y, paralelamente del avance de una cultura política personalista y un retroceso de las estructuras partidarias clásicas. En su conjunto, las políticas de la visibilidad son recursos que contribuyen a personalizar el vínculo con los lectores, a destacar el “perfil humano” de los dirigentes políticos y a mitigar la sospecha de los secretos del poder.

Como en el capítulo anterior, he analizado, en primer lugar, el dispositivo enunciativo y en particular, las figuras del yo, siguiendo el mismo ordenamiento empleado en el caso de Twitter. La primera diferencia evidente es que una de ellas – el enunciadore coral- no existe en Facebook. Desde mi punto de vista, esta ausencia está relacionada, sobre todo, con la mencionada exaltación del yo que no resulta compatible con el ocultamiento del enunciadore tras la figura del coro.

En cuanto a los otros roles, los ejemplos analizados han permitido constatar que todos sufren algún grado de transfiguración, derivada de los cambios temporales y de la iconicidad del género, a saber:

- El *cronista* en Facebook no relata el instante, sino que produce una suerte de crónica ilustrada de la agenda. El cambio de escala temporal favorece una visibilidad panorámica de la cotidianeidad del poder. Al exhibirse a sí mismo participando y construyendo la escena pública, ejerciendo el rol de representante, el cronista escenifica la concreción de la promesa política. En una analogía con los medios tradicionales, Twitter se parece más a la radio, mientras que Facebook se asemeja a una revista ilustrada. Por otra parte, he subrayado que el valor político de Facebook no está en la inmediatez, sino en el realismo fundado en la iconicidad.
- Por otra parte, el carácter expansible de las entradas permite mostrar “álbumes” o fotogramas que remiten a videos. El conjunto resulta una superficie puntuada por microrelatos y secuencias icono-textuales.
- En el plano verbal, Facebook admite textos más extensos y por eso ofrece un entorno más afín a la vocación argumentativa del enunciador *editorialista*, cuya “sustancia” es la palabra (si el editorialista recurre a la imagen es para presentar un video en que expone su postura). El editorialista interpela fundamentalmente a los prodestinatarios, frente a quienes establece una relación asimétrica que distingue al “dirigente experto” del militante de base. A través de una serie de operaciones pedagógicas, les ofrece un arsenal argumentativo con el cual podrán, eventualmente, intervenir y multiplicar los espacios de debate. Como se ha explicado, en el corpus estudiado este tipo de intervenciones ha sido más frecuente entre los dirigentes opositores ya que el desacuerdo, sobre todo cuando es parcial, exige desarrollos argumentativos más complejos que la aceptación o el aplauso.
- En el caso de la *líder*, evidentemente, se distingue de los otros perfiles en que no se trata de un “tipo” cuya actualización admite protagonistas diversos, sino que está anclado en el estilo de quien en aquel momento ejercía la Presidencia. A través de los ejemplos, he mostrado que las entradas del periodo están dedicadas a enlazar el presente –y, en

particular, la gestión y la imagen de la mandataria- con historias de más largo plazo. La centralidad que la figura presidencial tiene en el conjunto del debate produce, como se ha visto, un tratamiento particular: se trata de una centralidad mostrada, más que dicha: los efectos de estilización fotográfica enlazan la figura presidencial con fragmentos de la historia nacional y, a la vez, subrayan una suerte de contrato patriótico, mediante el realce de los símbolos patrios. Como se ha visto, esta última referencia trasciende la página de expresidente y constituye un rasgo relevante en todas las instancias del debate.

- En el caso de los videos institucionales presentes en la página de la ex mandataria (que aparecen en las de otros referentes de su gobierno) he señalado que existe un distanciamiento enunciativo. La página es un soporte alternativo pero la responsabilidad enunciativa es, en este caso, impersonal. Los ejemplos permiten ver que estos videos tienen en común el uso combinado de los tópicos de la emotividad acuñados por la estética publicitaria y los que provienen de la retórica patriótica delineada en la tradición escolar. También es común en ellos el tono pedagógico y, sobre todo, las múltiples operaciones de identificación entre la empresa petrolera y la nación: la coyuntura es leída, por lo tanto, como una suerte de reencuentro entre el todo y una de sus partes.
- En cuanto a la figura del *militante*, he mostrado que, al pasar a un entorno dominado por la imagen, deviene exaltación visual del colectivo. Como se puede ver en los ejemplos analizados, el gesto por excelencia del enunciadore militante es inscribirse, mediante diversos recursos, en la fiesta popular (ya sea en el recinto, en el estadio o en la plaza). He marcado, asimismo, cómo en la plaza y en el recinto se entrecruzan los códigos parlamentarios y partidarios, formales e informales, lúdicos e institucionales. En ese escenario, adquiere especial importancia, en todos los niveles del texto, la representación de los lazos afectivos como sostén de los vínculos internos del colectivo.
- Las formas de representación de los *destinatarios* varían a lo largo del debate. Como he señalado, la fiesta de la militancia constituye no sólo un espacio de inscripción del enunciadore militante, sino también una figura de identificación al prodestinatario. En efecto, en la etapa final del debate, las

imágenes festivas están marcadas por innumerables indicios que remiten a la fuerza gobernante; atrás había quedado el clima del “momento patriótico” y, con él, la identificación del prodestinatario con el metacolectivo.

- En el campo opositor, como se ha podido ver, las estrategias son más variadas, en tanto están dedicadas a orientar y contener al destinatario interno y mitigar polémicas partidarias en un contexto de menor homogeneidad.
- Las referencias al *contradestinataro*, por su parte, se reactivan al esfumarse el momento patriótico, como he ilustrado, con los ejemplos tomados del muro de Victoria Donda y en el video publicado por Solanas. Las estrategias de borrado y resurgimiento del blanco polémico marcan los diferentes momentos del debate.
- Como en el caso de Twitter, se ha constatado que las *referencias temporales* organizan el eje central de la polémica. En Facebook, los videos son la herramienta principal para presentar los diferentes relatos históricos que enmarcan la coyuntura. Los ejemplos que he seleccionado son representativos de las dos estrategias contrapuestas.
- En el campo oficialista, la historia YPF se mimetiza con la historia nacional. El relato que las liga exalta un tipo de emoción patriótica estilizada y despolitizada, aureolada de nostalgia y organizada en torno a los afectos primarios (el “pago”, los mayores, los niños). La proyección al futuro, en cambio, recorre los iconogramas asociados a la tecnología, emblema de la “racionalidad” y condensación de la promesa política.
- El video de Solanas, por su parte, se organiza en torno a una antítesis encarnada en las figuras de Néstor Kirchner y Pino Solanas: las dos últimas décadas se sintetizan en algunos momentos clave del proceso de privatización y en la exposición de las actitudes opuestas de los dos dirigentes. El recorrido implica un trabajo sobre el ethos de Solanas, un ethos de rebeldía “genuina”, que –como he señalado– disputa la representación de los valores de la izquierda militante que el discurso oficialista intenta encarnar. El futuro no es aquí el territorio de la promesa y la utopía, sino el de la advertencia. La amenaza muta, pero permanece y

el rol del militante es permanecer alerta, un estado que parece ser, en este contexto, el núcleo de su identidad.

También en la representación del *espacio* se entroncan el aparato enunciativo y la estrategia argumentativa. En este aspecto, he distinguido tres escenas: el recinto, la plaza y el Sur.

- En el primer caso, la herramienta de los “álbumes” permite armar un mosaico en que se contraponen el recinto y las bandejas: la distribución de los cuerpos, las indumentarias, los recursos expresivos escenifican y celebran la representación política.
- En la plaza, escenario de la fiesta popular, la distribución de los cuerpos y los roles se invierte: el palco es aquí la frontera desde la cual los representantes aplauden el espectáculo de la celebración.
- Finalmente el Sur es la sede por excelencia de la industria petrolera, la cuna de YPF: las imágenes de la vida cotidiana evocan el rol estructurante que tuvo YPF en la vida económica y social de los sureños. El hecho de que Santa Cruz sea, además, el lugar de procedencia de Néstor Kirchner da lugar a una serie de juegos visuales y retóricos que unifican las dos series.

El recorrido propuesto permite, a mi juicio, establecer algunas consideraciones acerca del valor argumentativo de las imágenes en este tipo de contextos. Si bien es claro que las imágenes no son autosuficientes para desarrollar argumentos, resultan eficaces indicios de argumentos ya instalados. Pueden activar rápidamente una tópica histórico-política difusa pero reconocible. Se trata, claro está, de una argumentación fragmentaria, cuyas lagunas deben ser completadas en recepción. Sin embargo, considero que la ambigüedad de la imagen no debilita sino que fortalece la fuerza persuasiva de las publicaciones en lugar de debilitarla. En primer lugar porque una explicitación de las cadenas argumentativas implícitas, dejaría a la vista la flaqueza de algunas de las asociaciones presupuestas y limitaría la posibilidad de que los lectores las completen según sus propias expectativas. En segundo lugar, porque el clima emocional, la lectura veloz de las redes y el vínculo de adhesión que postula Facebook restan importancia a los saltos argumentativos.

Para enmarcar estas últimas consideraciones, resulta oportuno recordar que ni los tuits ni las entradas de Facebook son escrituras autónomas. Su legibilidad presupone su inscripción en la red transmedia, en la que los diferentes soportes establecen remisiones mutuas. Por lo tanto, se trata de textos que postulan un lector capaz que se desplaza entre diferentes soportes y que adquiere su competencia en esos desplazamientos.

En el capítulo siguiente, dedicado a analizar los comentarios de los lectores, mostraré que, en efecto, las intervenciones permiten en muchos casos ratificar la validez de tal hipótesis.

II. Capítulo 3 El receptor en escena

³Hypocrite lecteur - mon semblable, mon frère”

Charles Baudelaire

Introducción

En este capítulo me propongo analizar las formas en que se hace visible la presencia de la voz de los internautas en los géneros estudiados. Para ello, haré, en primer lugar, una caracterización general del problema y presentaré los principales focos de debate al respecto. Luego, examinaré las formas de participación que los géneros estudiados ofrecen y los modos en que los usuarios los usan para establecer vínculos con la palabra del enunciador original y con la de los pares. En esta trama de voces, los usuarios se constituyen como parte de un tipo particular de colectivos políticos que son las “comunidades online”, colectivos dinámicos, fugaces, apasionados e inestables.

En la CMC las huellas visibles de la lectura – aún en un recorte extremadamente fragmentario y sesgado- ofrecen la posibilidad de aprehender de una manera diferente un objeto siempre enigmático: la voz del lector. Entre las novedades que la comunicación online ha venido ofreciendo, esta posibilidad de interacción es, tal vez, el rasgo más innovador y más comentado, dentro y fuera del campo académico.

Una de las dificultades clásicas para estudiar la recepción de la palabra política ha residido siempre en la escasez de testimonios explícitos de quienes la desarrollan y la dificultad de recolectarlos. En este sentido, la “galaxia Internet” transforma el escenario. Las voces de los lectores están por doquier, entrelazadas con las de aquellos que son leídos. Muchas veces, en corpus no tan asimétricos como el que aquí analizo, la distinción misma entre esos dos polos resulta impracticable²⁷¹.

²⁷¹ Al respecto, Sal Paz (2013) califica los roles del emisor y receptor en este género como “perfectamente intercambiables”. En el corpus que aquí analizo, sin embargo, los espacios de emisores y comentaristas están lejos de serlo, dada la asimetría existente en los lugares sociales de unos y otros. Me arriesgaría a afirmar, asimismo, que una situación similar puede suponerse en los materiales sobre los que trabaja Sal Paz (comentarios en la prensa digital) ya que la distancia jerárquica y el prestigio social que separan a un medio de prensa de los comentaristas más o menos

Las preguntas que siempre se han planteado quienes ponen en circulación pública un texto (¿Quiénes leen? ¿Quiénes dejan constancia de su lectura? ¿Por qué y para qué lo hacen?) encuentran un esbozo de respuesta en la visibilidad que permite el registro escrito y la rastreabilidad de los perfiles de usuarios²⁷². No se trata necesariamente de individuos identificables – al menos, no es ése el punto que me interesa aquí²⁷³ - sino de tonos, perfiles, estilos que, en cierto modo, representan voces sociales. Según he podido verificar a través de las entrevistas, los dirigentes - aún siendo conscientes del nulo valor estadístico de estas intervenciones- valoran las redes como un espacio que les permite vislumbrar el pulso de la sociedad de manera inmediata.

La expresión de usuarios no es totalmente controlable por los emisores originales y resulta otra innovación importante, si lo comparamos con cualquier otro género de la arena pública. El control de los efectos es una preocupación permanente de los enunciadores políticos. De modo que lo imprevisible de los usos que pueden dar los internautas a los espacios abiertos para el intercambio abre un flanco de vulnerabilidad. A través de herramientas como las etiquetas y la @XXX los usuarios pueden llegar a dar al elogio o el vituperio un alto nivel de visibilidad pública, aunque cada vez son más las posibilidades de bloqueo de los “indeseables” con que cuentan los titulares de las páginas²⁷⁴. Los comentaristas pueden, a su vez, establecer

anónimos y/o generalmente desconocidos contradice el supuesto de equivalencia que implicaría un intercambio de roles.

²⁷² El informe 2015 de la CAAM (Cámara Argentina de Agencias de Medios) arroja los siguientes datos: el 58 % de los argentinos accede a Internet. Sin embargo hay una profunda brecha según NSE (92 % en los niveles ABC1 y 34% en los niveles D1 y D2.). La mayoría corresponde a la región más densamente poblada (Córdoba y Buenos Aires encabezan la lista). No hay mayores diferencias en los niveles de acceso entre hombre y mujeres, pero sí en los tipos de consumos. El informe no ofrece datos sobre los consumos de información política.

²⁷³ De hecho la recopilación, análisis y aprovechamiento de la información de los usuarios en la web genera inquietantes debates y ha dado lugar a una nueva rama de estudios: el análisis de los Big Data, es decir, el procesamiento de ingentes cantidades de información. Así sintetiza José Luis Fernández (2013:161) las posibilidades y las limitaciones de estas tendencias “...para cada usuario que entre al sitio de Vorterix, podremos tener la información sobre cuánto tiempo está en el sitio, sobre qué celdas clikea, entonces, podremos determinar qué patrones de linkeo tiene, tal vez alejados de su conciencia; pero si quiero tener idea de qué juego sociocultural se está ejercitando allí, mejor les vale a los bigdateros que se provean de teorías semióticas complejas, si no correrán el riesgo de convertirse en otra ciencia social que presupone que analizar discursos es descubrir sus zonas de previsible sentido común.”

²⁷⁴ La búsqueda de control de los comentarios se ha ido haciendo más intensa en el periodo transcurrido desde la captura del corpus. La creciente intervención de los “community managers” ha influido en esto y también la mayor cantidad de herramientas que ofrecen las plataformas para bloquear a usuarios agresivos. Por cierto, también ha surgido una suerte de “comentarista

vínculos entre sí, producir polémicas *inter pares* y, ocasionalmente, generar tendencias en la red.

Sobre este aspecto, Daniela Ghidoli (2009) observa que en Facebook el lector asume un rol de “sancionador”, ya que son sus juicios – elogiosos o condenatorios– los que eventualmente, ofrecen al enunciador una pauta de su propia eficacia y pueden llegar a producir corrientes de reproducción del texto muy valiosas en términos políticos. Asimismo, la analista italiana afirma que tanto los enunciados ratificatorios como los enunciados refutativos evalúan la autoridad de la palabra comentada y de sus fundamentos en el plano del *saber*, del *deber ser* o del *deber hacer*.

No es llamativo, pues, que las intervenciones de los internautas hayan despertado un particular interés entre los dirigentes/usuarios, los especialistas en comunicación y los analistas del discurso. En líneas generales, la discusión privilegia dos tipos de problemas: por un lado, la problemática del anonimato, las identidades lúdicas y proliferación de *trolls* (Tabachnik, 2012; Sal Paz, 2013). Por otro, las pautas de cortesía, descortesía y agresión que caracterizan las intervenciones de los usuarios en los debates online y que, frecuentemente, se asocian a las posibilidades que abre el anonimato o las identidades inciertas²⁷⁵

profesional” - o sospechado de serlo- dedicado sistemáticamente a agredir o provocar a los participantes de otro signo político (*trolls*). Como señala Sorj, 2016:10 : “En la internet circulan, cada vez más, mensajes producidos por robots y agentes provocadores profesionales que no se presentan como tales, especializados en producir “información” tergiversada, que es presentada como siendo escrita por un “ciudadano común”. Estos mensajes son altamente eficaces, pues son elaborados llevando en consideración los prejuicios y sensibilidades de los lectores.”. A modo de ejemplo, después de las elecciones primarias de 2015, el candidato oficialista denunció el accionar de supuestos *twitteros* al servicio de su principal rival. Así presentó el incidente el diario oficialista *Tiempo Argentino*, en su edición del 18 de agosto de ese año: “El mandatario responsabilizó al alcalde porteño por una maniobra de difamación compuesta por una serie de posts en las redes sociales Facebook y Twitter. La secuencia presenta fotos de catástrofes ocurridas en Centroamérica o de situaciones que sucedieron hace años y (...) que fueron publicadas y replicadas por un ejército de 50 mil usuarios truchos de la red del pajarito.”

²⁷⁵ En entrevista que mantuve con Julio Raffo, el legislador comentaba el problema de las agresiones en las redes sociales “Lo que me parece una barbaridad, una degradación es el anonimato que se genera y se aprovecha para el insulto, el agravio”. En otros casos, se opta por no participar de las redes para evitar involucrarse en este tipo de intercambios. Por ejemplo, Rafael Bielsa se pronunció en este sentido al ser entrevistado. Los entrevistados más jóvenes (Tichik, Campero) descreen de la estrategia de resguardarse permaneciendo fuera de las redes. Por el contrario, ambos insisten en señalar que no generar un perfil propio no impide que un funcionario sea objeto de ese tipo de agresiones y le impide en cambio responder y hacer oír su propia voz en ese contexto.

(Varela, 2013; Amossy, 2010 y 2011; Chaput, 2006; Mancera Rueda, 2009 y 2014; Vivas Márquez, 2014, por sólo mencionar una muestra representativa de trabajos).

II.3.1. ¿Qué hacen los lectores?

Al reflexionar sobre la participación y la expresión de los lectores, la curiosidad lleva a preguntarse ¿por qué lo hacen? ¿Qué objetivos mueven a un ciudadano a comentar las intervenciones de los políticos en la Web? No pretendo, por cierto, ofrecer respuestas tajantes a tales interrogantes. Sin embargo, una vía de entrada a los problemas que éstos plantean es comenzar por ver qué tipo de acciones discursivas se llevan a cabo en esos textos.

La supuesta apertura igualitaria de las redes a todas las voces se suele ver afectada por esta serie de factores que reproducen y magnifican en la red, prácticas de descalificación y agresión que, lejos de alimentar el debate, lo obturan. En el extremo opuesto, la mera expresión de entusiasmo –contracara del vituperio– también resulta escasamente estimulante para el intercambio de opiniones. La felicidad o la irritación comparten la pobreza argumentativa²⁷⁶. Por estos motivos, Vincent Miller (2015) considera que las intervenciones en la Web tienen un nivel bajo de politicidad, que se agota en la exhibición del contacto. Para él:

“Las formas de interacción y activismo que tienen lugar en las redes sociales deben ser consideradas como una forma de conversación y los tipos de conversación política que se alientan a través de los esos sitios no se orientan, por lo general hacia la transformación o las metas políticas, sino que reafirman un modo de estar juntos en el que la expresión de sociabilidad se impone, en última instancia, por encima de la acción o las metas políticas. De esta manera, las redes sociales promueven un sujeto político más pasivo, opuesto a un sujeto activo, polémico y transformador”

El aplauso o la denigración contribuirían desde esta perspectiva a reafirmar el lugar del sujeto en un espacio de sociabilidad en el que se ratifica la pertenencia a un grupo – de simpatizantes u opositores a una idea– empleando los tópicos que ligan al grupo. Miller reconoce la existencia de casos en que el “clickactivismo” rebasa las fronteras digitales para volcarse en acción política (baste citar, como

²⁷⁶ En la entrevista que mantuvimos, Beatriz Sarlo asociaba esta pobreza argumentativa con la imposibilidad de adjudicar un régimen de verdad a los comentarios emocionales: “Tiene que ver con el régimen de la expresividad. Uno no puede controlar la verdad de la expresión. Puede decir a lo sumo que es un hipócrita. Si alguien dice “estoy desesperado” no verificás, encarás otra cosa.”

ejemplo, los trabajos de Mena (2012) y Zires (2014) previamente mencionados). Sin embargo, desde su perspectiva “la parte del león (...) sólo involucra intentos de comunión con los demás”. Una comunión que, a su juicio, privilegia lo fáptico sobre los contenidos políticos.

En este campo, uno de los fenómenos que más interés ha concitado es el de la agresión en las diversas formas de CMC, en particular, la escalada de agravios denominada *flaming* (anglicismo empleado para designar lo que llamaríamos “expresiones incendiarias”). Amossy (2010) las define como “manifestaciones de hostilidad bajo la forma de observaciones incendiarias en el seno de un intercambio agónico”. La autora estima que estas agresiones

“permiten observar, en una discusión ciudadana que algunos han querido ver como una nueva herramienta democrática, los puntos de intolerancia en los que la pasión fluye libremente y en el que la búsqueda de un acuerdo cede ante el deseo de desacreditar al adversario”.

En numerosos trabajos sobre la CMC se subraya que la “homofilia” pone un umbral alto para el intercambio persuasivo y de alguna manera genera condiciones más afines para la celebración o la agresión que para la deliberación. Al respecto Lewinski (2010) al analizar los foros virtuales de discusión subraya que, para que la deliberación ocurra, debe partirse de un cierto desacuerdo que haga pertinente la argumentación:

“... el acto de habla de argumentación sólo es realizado de manera significativa como intento de convencer al interlocutor de la aceptabilidad de una cierta opinión expresada (van Eemeren & Grootendorst, 1984: 43). Si el interlocutor ya acepta la opinión el hablante – hablando en términos pragmáticos- está haciendo algo que no necesita hacerse y es, por lo tanto, completamente superfluo. Es decir que, desde una perspectiva pragmática las opiniones compartidas entre el que habla – o escribe- y los demás participantes puede ser significativamente explicada, elucidada, o tal vez pregonada, pero no puede ser ‘argumentada’ en ese grupo.”

En efecto, en el corpus se corrobora que la atmósfera de Facebook y Twitter favorece la agrupación de participantes que comparten de antemano una misma evaluación sobre la política oficial de hidrocarburos y la norma que la modificaba²⁷⁷.

²⁷⁷ Es interesante retomar el trabajo de Hills y Hughes (1998) mencionado por Lewinski (2010). Estos investigadores -cuyo objetivo era evaluar el carácter específicamente argumentativo de las discusiones en los foros- partieron de la hipótesis de que la mayor parte de las discusiones eran de carácter confrontativo (definido como una situación en que las personas se enfrentan en un choque

Ambas variantes fortalecen los vínculos internos del campo oficialista u opositor y la demarcación de la frontera entre ambos. La búsqueda de la persuasión supone también cierto desarrollo de los intercambios que no es frecuente: ni los formatos lo favorecen ni los internautas que comentan la palabra de un político parecen igualmente dispuestos a interesarse y comentar la de sus pares.

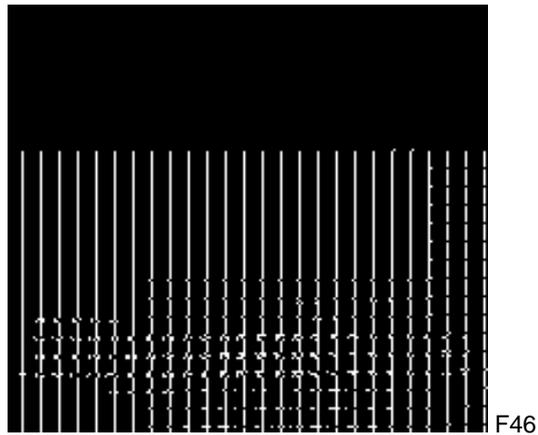
Sobre la base de estos puntos de partida, en las próximas páginas analizaré la participación de los lectores usuarios a fin de establecer qué rasgos los caracterizan, qué objetivos los orientan y qué nivel de politicidad es razonable adjudicarles.

II.3. 2. Las intervenciones de los usuarios: aspectos metodológicos

En este apartado analizaré las principales formas de intervención de los usuarios, en primer lugar, tendré en cuenta la relación de aceptación/ rechazo que establecen frente el enunciado original; por otra parte, focalizaré en los recursos que se emplean para expresar estas actitudes y los indicios disponibles que marcan un mayor o menor nivel de involucramiento.

Llegados a este punto, es necesario hacer una distinción acerca de la diferente visibilidad de los comentarios que permiten Facebook y Twitter y las consecuencias en las posibilidades de recolección y análisis. En Facebook los comentarios resultan visibles para cualquier usuario que haya marcado la página en cuestión con un “Me gusta”. Se trata de una visibilidad fragmentaria que puede ser expandida, clickeando el ícono que indica la cantidad de comentarios de una entrada. A modo de ejemplo, según la información que ofrece el enunciador marco, el siguiente post de Agustín Rossi ha recibido 551 “me gusta”, 55 comentarios y fue compartido 105 veces:

de ideas). Su primera medición indicaba que solo un 30% de las líneas de discusión eran debates argumentativos. Sin embargo, al eliminar aquellas líneas que consistían en un único mensaje (que no era respondido) la confrontación argumentativa era del 76 %. Cabe señalar que, en primer lugar, los foros de debate son un género diferente, sujeto a otra mecánica que favorece el intercambio entre dos o más usuarios. Por otra parte, dado que el cambio porcentajes obedece a un recorte severo del corpus, considero que es lícito preguntarse cuán representativa resulta la muestra final. Finalmente, en los géneros aquí analizados, el intercambio *inter pares* es menos habitual que la expresión de opiniones dirigida al enunciador primario, ya que es el formato que estimula la plataforma. Por lo general, tales comentarios toman la forma de la celebración o el denuesto. En los casos en que el intercambio *inter pares* llega a producirse suelen privilegiarse las formas de la agresión. Véase también al respecto el análisis de Ernesto Calvo (2015) sobre #Nisman. Allí el autor emplea métodos cuantitativos que le permiten graficar la tendencia a la agrupación por afinidad.



Twitter, en cambio, despliega las respuestas sólo para aquéllos usuarios que han respondido a un tuit u ofrece la opción “Ver conversación” cuando el tuit del enunciador primario fue publicado para responder a otro. Esto hace que la captura de las respuestas resulte difícilmente practicable en un corpus que se extiende durante un mes e incluye una cantidad considerable de enunciadores.

La solución encontrada fue capturar los tuits de los lectores a través de los *hashtags* que resultaron más populares durante el debate (#YPF, #YPFnacional e #YPFArgentina)²⁷⁸. La otra razón en que se funda esta decisión es que los *hashtags* son, en este género, espacios consagrados de interacción y participación en los temas de coyuntura (Cfr. I .3.2.).

En cuanto a la transcripción de los ejemplos usados en este capítulo, no los presentaré en el formato original, tanto por motivos de organización textual como para preservar la identidad de los comentaristas, que no son figuras públicas. De todos modos, la transcripción respetará, en todos los casos, las abreviaturas, heterografías y los errores ortográficos y de tipeo de los tuits seleccionados. Cuando resulte necesario mantener el formato, se borrará el nombre del usuario.

En segundo lugar debo aclarar que he considerado que, más allá de las evidentes diferencias que determina la diferente expansión que permiten las plataformas, las

²⁷⁸ “El HT “#YPF”, llegó a recibir más de 257 menciones por minuto desde todas partes del mundo, según gigatweeter.com.” Fuente: “YPF revolucionó Twitter” en *Pantallas (Diario digital del Programa Usina de Medios)*, 17 de abril de 2012. Los distintos *hashtags* tuvieron matices diferentes #YPF convocó a un público variado que, en muchos casos, mantuvo un aura más profesional (muchos periodistas y analistas lo usaron). #YPFArgentina e #YPFnacional, en cambio, convocaron un público más afín al gobierno. El público opositor funcionó de una manera más dispersa, publicando en estos y otros *hashtags* (#LAMUDA, #Cadena nacional)

estrategias político discursivas de los lectores siguen patrones similares en ambos casos. Por ese motivo, decidí tratarlas de manera unificada, señalando los casos en que la diferencia lo amerita e identificando los ejemplos con los íconos de las respectivas plataformas.

Por último, para organizar la exposición, me referiré en primer lugar a los recursos que expresan diferentes grados de acuerdo, aceptación o celebración del enunciado primario y, en segundo término, a aquellos que polemizan con el texto que comentan. Por último, me detendré en dos casos en que se generan espacios de deliberación inter pares.

II.3.3. Los recursos del celebrante

II.3.3.1 El grado 0 del acuerdo

Una de las cosas que hacen los enunciadore-lectores es intervenir para ratificar el enunciado de origen. Si bien no he usado técnicas cuantitativas, estoy en condiciones de afirmar que es el tipo de participación por excelencia en ambas plataformas. En ese plano, el grado 0 de la adhesión es el uso de los botones “Me gusta” o “Fav” que las plataformas ofrecen. Aportan popularidad digital al enunciador primario (el enunciador marco consigna las intervenciones al pie de cada entrada) y ratifican el vínculo positivo (en general unilateral) entre E1 y E2. El enunciador primario recibe automáticamente avisos acerca de estas preferencias y puede así ajustar sus intervenciones según el grado de adhesión que percibe²⁷⁹. Por otra parte, las adhesiones son visibles para amigos y seguidores de ambos; por esta razón, el perfil público del lector resulta alterado, al integrarse en una cierta comunidad de afinidades, que podrán ser comentadas, celebradas u objetadas por sus pares. Maiz Arévalo (2013) las considera estrategias de simplificación de la cortesía²⁸⁰ por oposición a las estrategias de amplificación que consideraré más adelante.

²⁷⁹ Twitter incorporó el botón *Fav* de manera tardía (2012), seguramente a imitación del exitoso “Me gusta”. De hecho, en el momento de captura del corpus era una función aún novedosa. El éxito de la herramienta dio lugar al neologismo “favear” y es usual que haya pedidos (“faveen por favor”), agradecimientos (“gracias por favear”) o reciprocidades (favear una respuesta positiva, por ejemplo). A diferencia de “Me gusta” el botón “Fav” permite conservar los tuits marcados. El volumen de estas marcas de recepción es evaluado por servicios de medición (como *Favstar*) dedicados a detectar a los usuarios más exitosos.

²⁸⁰ “Es una manera cómoda de indicar la recepción del mensaje conservando una conducta educada (aunque no necesariamente sincera) hacia el interlocutor” (Maiz Arévalo, loc. cit)

El segundo grado de adhesión es el uso de los botones “Retuit” y “Compartir” a través de los cuales el internauta asume un rol de “coenunciador” del texto original. Implica un nivel de compromiso mayor, ya que su voz se funde con la del enunciador primario (aunque puede matizar la fusión con comentarios que lo enmarquen²⁸¹). Al retuitear o compartir, los usuarios multiplican los canales de distribución del enunciado original y amplían su alcance.

En estos dos primeros niveles se trata, como ya he señalado, de funciones automáticas provistas por la plataforma: el juego de voces es en buena medida el juego del género. Tales opciones canalizan la expresión de la aceptación del enunciado primario, es decir que, en el campo político, las plataformas favorecen la orientación al prodestinatario como lector modelo.

Considero más interesantes aquellas formas de participación que permiten un mayor despliegue de la voz de los internautas. Como he señalado anteriormente, numerosos autores (Zappavigna 2012, Miller 2008 y 20015; Vivas Márquez, 2014, Zires, 2014, Calvo, 2015, entre otros) subrayan el peso que tienen las redes sociales como espacio en el que se comparten valores y, de ese modo, se estrechan vínculos en el seno de determinado grupo. Los enunciados celebratorios que publican los lectores al interpelar explícitamente al enunciador primario a través de expresiones entusiastas, felicitaciones, gestos de aliento, muestras de afecto, etc., van un paso más allá de la mera indicación de la recepción positiva tratada en el punto anterior²⁸² Se trata de gestos de “cortesía positiva” a los que Vivas Márquez (op. cit.:52), siguiendo a Leech, asigna una “función sociable” es decir se trata de “actos considerados intrínsecamente corteses como pueden ser felicitar o agradecer.”

Es importante destacar que, en el corpus bajo análisis, la destinataria preferencial de estos actos de habla es la Presidente de la Nación, como en este caso:

²⁸¹ Las posibilidades de comentar el retuit han ido variando con la evolución del género. Eran más amplias en el periodo del retuit manual (el usuario podía editar el tuit original para liberar caracteres e incluir sus propias palabras); se estrechó al incluirse el retuit como función automática, que preserva la integridad del texto original y, en consecuencia, minimiza la posibilidad de tener espacio disponible y volvió a ampliarse en la versión vigente en 2015, que ofrece un espacio discriminado para comentar el retuit. El corpus con el que trabajo corresponde al segundo momento.

²⁸² Ciertamente, en un escenario dicotomizado, las fronteras entre la celebración y la agresión están lejos de ser precisas. A ambos lados de la divisoria, las críticas y los insultos al contradestinatario bien pueden ser considerados muestras de valorización positiva hacia el enunciador primario.

GRACIAS QUERIDA COMPAÑERA PRESIDENTA DRA CRISTINA FERNANDEZ DE KIRCHNER! 🐦

El tuit transcripto, como muchos otros de corte celebratorio, muestra un movimiento combinado en que conviven las fórmulas de tratamiento formal (“Presidenta Dra”) con la mitigación del distanciamiento jerárquico a través de expresiones ideológico-afectivas (“Querida compañera”).

Este tipo de intervenciones son, en lo formal, idénticas a las que le dirigen a la Jefa de Estado los dirigentes de su partido tal como se puede ver en los ejemplos consignados en capítulos anteriores. Tal mimetización subraya el hiato enunciativo y político que existe entre la líder y el resto de los enunciadores. El esquema enunciativo indica que la “recuperación de YPF” es construida, en ese juego de voces, como una gesta personal de la Presidente.

Claro está que los internautas también producen numerosos actos de habla de felicitación, cumplidos, gestos de aliento dirigidos a los parlamentarios, en general referidos al brillo de alguna intervención. Por ejemplo, este comentario de Facebook dirigido al diputado Sabbatella:

“Cómo defendés los intereses del pueblo, un orgullo que estés en la cámara.”

Ocasionalmente, estas intervenciones son recompensadas con un “Me gusta” por parte de los responsables de la publicación, pero en general, los comentarios de los lectores no reciben respuesta. El “Me gusta” es un acuse de recibo, una marca de cortesía de baja intensidad.²⁸³

Con respecto al tipo de vínculo que se postula en estos breves textos, es notoria la exhibición de una pseudo intimidad, que se manifiesta a través del tuteo, el uso del nombre de pila o sobrenombres familiares (“Chivo” Rossi), apócope afectuosos (“presi”) y un tono conversacional. Es una intimidad escénica, facilitada por el “conocimiento” previo del destinatario a través de los medios, a veces potenciado por la cercanía generacional y, fundamentalmente, por cierto avance de la

²⁸³ Tales intercambios han sido considerados como un tipo de “actividad cortés enfocada hacia la producción de algún tipo de beneficio para la imagen del interlocutor, beneficio que suele tener consecuencias positivas para la imagen del propio hablante y que contribuye a la creación de lazos interpersonales más sólidos entre los interlocutores y al aumento de la eficacia comunicativa” (Vivas Márquez, 2014:159)

informalidad sobre el conjunto de la escena pública en las últimas décadas. Posiblemente, también existan préstamos de otras escenas englobantes (para usar los términos de Maingueneau). En esta forma de interpelar a los dirigentes resuena el estilo usado para halagar a las estrellas del deporte y la farándula que suele exhibirse en la escena mediática.

II.3.3.2. Tipos de recursos más frecuentes

Estas intervenciones, que aportan lo suyo al clima de euforia del campo político oficialista, emplean una serie de recursos de intensificación valorizadora (Vivas Márquez, 2014) para expresar el tono pasional de la adhesión. A los niveles que propone Vivas Márquez²⁸⁴ (léxico, morfológico y sintáctico), sumo otros planos que considero igualmente pertinentes: retórico, fonético, tipográfico y ortográfico. Los recursos de diferentes niveles suelen aparecer combinados en un mismo tuit. En la siguiente tabla presento un panorama de esos recursos ilustrados con los correspondientes ejemplos:

Nivel	Recursos	Ejemplos
Fonético	Alargamiento enfático	“VAMOS POR YPF Y POR MUCHOOOOOO MASSSS!!!!!!” 
Ortográfico	Sustitución de letras como marca ideológica	“Kumpa”.  “Todxs”  Kpoo!! 
Tipográfico	Mayúsculas enfática	“BRILLANTE SU DISCURSO!!!” 
Morfológico	Prefijos o sufijos apreciativos	“cuadrazo”  “SUPERFELIZ x #YPF”  “genia” 
Léxico	Adjetivos y sustantivos valorizantes	“magistral”  / “grande”  / “de puta madre”  / “lujo”  / “groso”  / “espectacular”  / “memorable”  / “capo” 
	Interjecciones	“Huuuijaja”  / “VAMOS CHIVO CARAJO” 
Sintáctico	Topicalizaciones/ dislocaciones Frases exclamativas ²⁸⁵	“ENORME DISCURSO ROSSI ENORME!!!!!!”  / Lástima me da la gente que no entiende lo que está viviendo#YPF 

²⁸⁴ La autora de refiere específicamente a la valorización positiva pero evidentemente los mismos recursos se emplean en los casos de flaming que analizaré más adelante.

²⁸⁵ Las frases exclamativas no sólo expresan admiración y valoración positiva sino que constituyen actos de habla de adhesión y apoyo.

Retórico	Metáforas lexicalizadas	“Se me caían las medias”/ “no deja títere con cabeza” 
	Amplificación	“Grande, gigante, monstruo, titán vamos martín carajo, viva la patria” 
	Interrogaciones retóricas	“Cómo se puede criticar la emoción? #CFK #YPFArgentina” 
	Intertextuales: Cita de frases/ refranes ideológicamente y culturalmente connotados	“no llores por #YPF, España”  “La unión hace la fuerza”  “Presidenta coraje”  “No nos han vencido”  “Kirchner lo hizo” ²⁸⁶  “Lo lleno? Seee, ponele Super Nestor XXI jj #YPFArgentina” 
	Hipertextuales: Links a notas explicativas o laudatorias	“#YPF Porque no expropiaron a Eskenazi? Pagina12.com.ar/diario/elpais... 

Otros lectores glosan el argumento primario ampliando su alcance, enlazándolo son otros temas, formulando explicaciones complementarias. Considero que estos gestos marcan un nivel de adhesión fuerte y se intenta una lectura cooperativa que produce un eco distorsionado. En parte, estos lectores se atribuyen un rol de intérpretes de la voz del dirigente ante sus pares.

Por ejemplo, la entrada de Facebook que transcribe la conferencia de prensa de muro de Mauricio Macri es objeto de este tipo de lectura expansiva. En algunos casos, se expande el alcance temporal del diagnóstico original. Si Mauricio Macri había señalado que “la palabra de los argentinos ha quedado devaluada”, para referirse puntualmente al proceso de expropiación, el comentarista amplía hiperbólicamente el alcance de la idea.

Si, quedamos *siempre* muy bien parados con las expropiación (sic)... *seguirán* por más empresas, nadie *va a querer* poner su dinero en argentina sabiendo q *al otro día* se lo pueden quitar!!! 

En otros casos se introducen nuevos fundamentos, que estaban ausentes en el diagnóstico original, y que encadenan el tema con otras cuestiones de agenda (la

²⁸⁶ El abanico intertextual es muy diverso: las frases citadas hacen alusión, respectivamente, a la ópera *Evita*, el refranero tradicional, la obra teatral *Madre coraje* de B. Brecht, la canción “todavía cantamos de Víctor Heredia”, a un spot publicitario de la campaña electoral de Carlos Menem y a la comunicación habitual en las estaciones de servicio.

administración de la ANSES, la presión impositiva y la corrupción). Nada de esto estaba en el planteo del ex Jefe de Gobierno:

Me gustaría saber de donde van a sacar los fondos para mantener la empresa, seguro de anses, los impuestos que pagamos los que trabajamos y por supuesto se van a beneficiar gente del gobierno que se van a llenar de guita a costillas de todos los argentinos 

En este sentido, es recurrente la mención del involucramiento del ex Vicepresidente en el caso Ciccone como explicación para el giro de la política del gobierno nacional:

Tenían necesidad de un escandalete que cubriera el tema del vice y optaron por esto 

En síntesis, hay una gradación en las formas de expresar la adhesión al enunciado primario, facilitada por las herramientas de cortesía automatizadas en cada una de las plataformas. El segundo nivel es el del abanico de recursos lingüísticos y retóricos puestos al servicio de la celebración y finalmente una serie de formas en las que los enunciadore lectores asumen un rol más interpretativo, proyectan otras preocupaciones y sospechas, o reelaboran el mensaje del enunciadore primario, como si fueran modestos exégetas.

II.3.4. Herederos de la diatriba

El diccionario de la Real Academia Española define la diatriba como un “discurso o escrito violento e injurioso contra alguien o algo”. Se la puede considerar una forma radicalizada de la polémica²⁸⁷, que desconoce los principios de cooperación que orientan la palabra persuasiva. En este apartado me referiré a aquellas intervenciones que transitan el carril de la agresión y la injuria. Como he adelantado, la injuria es un acto mucho mas frecuente entre aquellos usuarios que no tienen notoriedad pública, mientras que entre los dirigentes el tono se ha ido morigerando a

²⁸⁷ La polémica sería, entonces, un modo verbal de gestión de los conflictos que pone el acento en el antagonismo y la incompatibilidad de los puntos de vista opuestos. Así, exagera y radicaliza la confrontación que se encuentra en el centro de la actividad argumentativa. (Amossy, 2011:26)

medida que avanzaba la delegación del uso de las redes en equipos profesionales²⁸⁸.

De todos modos, el universo de los comentarios en las redes es un universo de intensas emociones y, por lo tanto, un terreno fértil a las valoraciones radicalizadas y tajantes. El abanico de expresiones del desacuerdo que se despliega en las redes le da a esas pasiones el aliciente de interpelar real, pública e impunemente al blanco elegido que, en no pocas ocasiones, es una figura consagrada. Se asume una pose desafiante, aunque el retador se escude en la protección relativa que ofrece el distanciamiento del mundo virtual y/o en identidades ficticias²⁸⁹. Como señala Ammosy (2011:41), al analizar la agresión en los foros de prensa “se trata de individuos que no tendrían la oportunidad de encontrarse con esos contrincantes en el mundo “real” y, menos aún de debatir con ellos. El internauta encuentra una rara oportunidad de encontrarse “cara a cara” con el blanco polémico habitualmente avizorado desde lejos y suele aprovechar esa situación para dar rienda suelta a sus enconos. En palabras de Amossy:

“Los foros proveen en ese sentido un *agora* imaginaria – aunque, por cierto, de un género muy particular, ya que se funda en el antagonismo y la violencia verbal. Despojados de su estatuto social y de toda autoridad previa por el uso de seudónimos, los internautas son como máscaras que expresan sus opiniones libres y discordantes en un foro carnavalesco, en el sentido de Bajtin: en un espacio vaciado de toda verdad consagrada y liberado de las normas de cortesía ordinarias, las ideas no cesan de ser examinadas y respondidas de un modo irreverente” (ibídem)

²⁸⁸ Aún así, el tema de la agresión en las redes y, en particular, en Twitter no debe ser minimizada. Un indicio en este sentido es la nota publicada en el diario *Clarín* en enero de 2016 en la que se plantea que la dificultad para controlar la proliferación de agresiones podría acarrear la decadencia de la plataforma: “Las peleas entre usuarios, los ataques de los tuiteros anónimos, la falta de información confiable y verificable están lejos de ser el motor principal y la esencia de Twitter. Todo lo contrario: según la tesis de Topolsky, es lo que lo está llevando a la ruina.” (Gedes, 2016)

²⁸⁹ Es interesante la reflexión que hace Lewinski (2010:89) acerca de la relación entre el insulto y la caída de ciertas inhibiciones sociales en el contexto de la CMC, en particular, considerando el tono que el debate público ha tenido en la Argentina de los últimos años, dentro y fuera de la Web: “Los ámbitos anónimos mediados por computadoras eliminan muchas determinaciones del status social que evitan que la gente se exprese ‘con franqueza’ y, en especial, desafíe a la autoridad. También limitan la evaluación aprehensiva que es una de las principales fuentes de que inhiben la expresión de las ideas. ‘Desinhibido’, sin embargo, puede no significar libre y abierto – dos valores importantes en la argumentación política-, sino que también remite a no rendir cuentas de los abusos que llevan a la falta de decoro en los debates. Uno amplio uso de un lenguaje denigrante y abusivo en las discusiones *online* (el llamado *flaming*) ha sido considerado como una fuente de inhibición en sí mismo, ya que muchos posibles participantes pueden amilanarse ante contextos de vehemencia confrontativa (Benson, 1996; Dahlberg, 2001a; Papacharissi, 2004).”

En este escenario beligerante, los recursos presentados en el punto anterior se mantienen, con la obvia inversión de signo. En la tabla presento algunos ejemplos:

Nivel	Recursos	Ejemplos
Fonético	Alargamiento enfático	Pino perdon pero que aprobamossssss en el congreso??? f
Ortográfico	Sustitución de fonemas o grafemas como marca ideológica	“Kretina” f “Larrata” t “Ayer @lauritalonso puso nervioshos a los orkos”
Tipográfico	Mayúsculas enfáticas	“ZURDO HIPÓCRITA” f
Morfológico	Añadidura de prefijos o sufijos Composición	“SOS UN ANTIPATRIA!” t t 3 Malinchismo” t “Vendepatria” f “Petrochina” t
Léxico	Adjetivos y sustantivos agraviantes	“Que vergüenza los cipayos que aun tenemos en Argentina” f “Macri, soberano sorete...” f
Sintáctico	Topicalizaciones / dislocaciones	“lo que si dejas entrever es tu intolerancia hacia aquellos que piensan diferente de vos” f
Retórico	Metáforas, metáforas lexicalizadas y metonimias	“Manotazo de ahogado” t “Albóndiga” t “Afeitate el bigotito y ‘mangiate’ unos libros” “darle una navaja a un mono”/ “cabecitas de termo” f
	Amplificación	“Pablo Palitos, idiota, inútil, zurdo, cagón, porque te tenés que meter con la criatura, bazofia, eunuco, sos igual que la vieja apestosa de hebe (sic)” f
	Interrogaciones retóricas	“Estoy confundido, éste no era el que la vendió?” t 290
	Juego de palabras	“Magneto ha perdido magnetismo” t
	Paradojas	“Algunos medios españoles dicen que queremos robarles NUESTRO petróleo” t
	Antítesis	“Mientras @678oficial construye para el crecimiento de Argentina, el Gordo traidor sigue vendiendo la patria en el @Grupo_Clarin #YPFArgentina”
	Intertextuales: Cita de frases/ refranes/figuras ideológicamente y culturalmente connotados	“El extenso malinchismo argentino tiene un nuevo valor en esta émula de Louisa Lane ²⁹¹ ” t
	Hipertextuales: Links a notas condenatorias	“No se vota una ley. Se vota un cheque en blanco. #YPF po.org.ar/po1220/2012/05.”

²⁹⁰ En referencia al ex presidente Carlos Menem.

²⁹¹ Referencia a la entonces diputada del PRO Laura Alonso y al personaje del cómic Superman.

Como permiten ver los ejemplos presentados en la tabla, existe una gran diversidad de grados de expresión del desacuerdo, que van del contraargumento al sarcasmo o la injuria, del formato más creativo al más burdo, según las competencias del comentarista. En el próximo apartado me referiré al tipo de estrategias en que se enmarcan los recursos descriptos y profundizaré la lectura de algunos de los ejemplos ofrecidos.

II.3.4.1 El arte de injuriar

Una primera e ineludible forma que toman las agresiones en Internet es el puro y llano insulto puro²⁹², que recorre todo el abanico del “alfabeto convencional del oprobio” como lo llamó Borges (1933). En tanto se producen en un ámbito público y, en este caso, en espacios destinados a debatir temas públicos la injuria se enuncia para ser mostrada no sólo al agredido sino también a los pares²⁹³. En algunos casos, posiblemente, incida cierto gusto de mostrarse afrentando al poderoso, a sabiendas de que la respuesta es improbable. A lo sumo, será bloqueado y no podrá hacer nuevos comentarios en la página de esa persona. Eso se ajusta a la idea de “fustigación” que Kaul de Marlangeon (2008:729) define como una

“agresión verbal del H(ablante) al O(yente), constituida abrumadoramente por comportamientos volitivos, conscientes y estratégicos, destinados a herir la imagen del interlocutor; para responder a una situación de enfrentamiento o desafío, o con el propósito de entablarla.”

Las intervenciones de este tipo en el corpus estudiado son innumerables. Añado algunos ejemplos:

- Esa Carrió es el cachivache bipolar que siempre predecía catástrofes? 
- #YPF Yuppie Populista Farsante. Acerca de #Kicillof y los pistoleros K 
- España, madre patria? Mejor huérfano que hijo de puta. 

²⁹² Para un estudio de las formas de composición y gramática de uso del insulto en Argentina, véase Kornfeld (2011)

²⁹³ Zires (2014) subraya (en su trabajo sobre el hashtag #verfollow) que aunque hay indicios notorios de la diversidad de los participantes (diversos culturales y políticos y formas de escritura que revelan mayor o menor educación formal) los mecanismos de interpelación que emplean suponen la noción de que la existencia de un colectivo en espera de tuits”

Como se ve en los casos transcriptos, los blancos de la agresión son variados: la Presidente y todo el elenco gubernamental para los voceros del disenso; un universo variado que va desde los capitales internacionales a los líderes y periodistas opositores o la prensa extranjera para los defensores de la propuesta oficial. A todos ellos se les aplica todo el abanico de los argumentos ad hominem.

Los enfrentamientos *inter pares* también son frecuentes, en particular, cuando una voz disonante irrumpe en un espacio relativamente homogéneo, el “intruso” recibe una lluvia de denuestos. Tal es el caso de un simpatizante trotskista que intervino en el muro de Abal Medina, como se puede ver en los siguientes ejemplos:

- Esta es la izquierda sectaria, la que votó a Macri besando la foto del Che 
- Estos de izquierda no tienen nada!!!!!!! son impresentables y delincuentes 

A diferencia de otros casos, en que el denuesto se aplica de manera personalizada, en este caso el blanco de la agresión no es el individuo o su palabra, sino que se amplía al espacio político de pertenencia. Como resulta notorio, el principio de no contradicción resulta indiferente en el mundo polémico argumentativo de la red. Se puede acusar en una misma frase a un grupo de sectario y de participar de una alianza hipócrita con un candidato del otro extremo del arco político – lo cual implicaría un criterio duramente pragmático, incompatible con el sectarismo.

En el otro caso, se esboza un lazo causal entre “no tener nada” –podría suponerse que hace referencia al carácter minoritario de esos grupos- y el carácter de “impresentable” y “delincuente” que parecería postularse como una consecuencia de ese “no tener nada”. Los nexos lógicos, previsiblemente, no se explicitan. Tampoco es de esperar que aparezcan otros usuarios pidiendo explicaciones al respecto, ya que las agresiones se producen contra una *rara avis* en un ambiente de afiliación exacerbada. En tanto el ataque provenga del campo dominante en ese espacio, los umbrales de tolerancia de los pares frente a la falacia son sumamente laxos.

Otro caso similar es el uso de palabras como “zurdos” o “montoneros” con valor de insulto, por parte de algunos segmentos de la oposición de derecha. Es notorio que el carácter insultante de una expresión depende enteramente del universo ideológico en que se ubique el enunciador. Su empleo puede ser independiente de

cualquier causalidad expresa o de cualquier adscripción medianamente verosímil a un espacio político nacional, como en este caso, en que se califica de “kirchnerista montonero” al diario británico *The Guardian* ²⁹⁴:

Vergüenza TOTAL!! El diario kirchnerista montonero THE GUARDIAN (UK) avalando la recuperación de #YPF guardian.co.uk/commentisfree/ 

En un segundo grado de agresión, el insulto y las expresiones despectivas se complementan con algún esbozo argumentativo, como este caso, en el que se despliega una argumentación “ad hominem” contra el Jefe del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires:

“MAURICIO tU PALABRA nunca tuvo valor. Siempre te inclinaste por lo PRIVADO Y Preferís los extranjeros a lo nacional. Acordate de lo que hizo tu papá con el “símbolo” del correo argentino. Reglas claras como las que impones vos? aumentar el ABL y a los 3 meses volver a aumentar por un “reajuste”? Busca en el diccionario la palabra TRABAJAR. No tenés idea de lo que es” 

De una manera desordenada, que ilustra irritación del enunciador (subrayada por el uso enfático –y errático- de las mayúsculas) se hilvanan cuatro líneas polémicas autónomas que convergen en el objetivo denigratorio:

- la descalificación de su palabra.
- la descalificación ideológica.
- la mención de antecedentes negativos en los negocios familiares con el estado.
- la denuncia de un doble standard en el tema de la claridad de las reglas contrapone la exigencia de Macri al gobierno nacional con la política fiscal que lleva adelante en su gobierno
- la acusación de falta de laboriosidad.

²⁹⁴ El texto, firmado por Mark Weisbrot (2012) fustigaba a los críticos internacionales subrayando los logros en la economía argentina durante los últimos años y sostenía que la estatización parcial no hacia mas que poner al país en sintonía con otras naciones productoras de petróleo. La nota fue, por cierto, saludada y celebrada en numerosos tuits del campo oficialista (“#Voy a guardar este art de @guardian en el corazón!”). la argumentación del periodista inglés seguía de cerca los argumentos formulados por la Presidente Kirchner en la presentación del proyecto. El impacto de la nota en las redes probablemente se deba a su origen británico. Es decir, se debe más a la situación de enunciación a enunciado. La nota se publicó el 18 de abril, pocos días después del aniversario del desembarco militar en Malvinas. En esa fecha, hubo una escaramuza verbal, a raíz de un aviso televisivo promovido por el gobierno argentino. El argumento implícito es que aún los “enemigos”, si hablan de buena fe, reconocen la validez de la postura gubernamental.

El texto participa asimismo de un rasgo común a todos los enunciados injuriosos dedicados a los dirigentes: el tuteo y el tono despectivo que invierten las jerarquías institucionales y constituyen la contracara de la cercanía afectuosa de la vertiente celebratoria. Por cierto que el texto citado no es gentil con su blanco. Creo, sin embargo, que el nivel de agresión es menos violento en la medida en que esbozan argumentos que el atacado- o un lector cualquiera- podría negar, discutir y, eventualmente, probar su falsedad. El insulto, en cambio, clausura toda respuesta, sólo puede ser respondido mediante una escalada potencialmente infinita.

Otra vertiente transitada por los usuarios es la denuncia de tramas ocultas, objetivos no explicitados y considerados espurios o contradictorios con los objetivos explícitamente proclamados. Estamos un escalón más abajo en términos de agresividad en la medida en que se postulan patrones de interpretación más generales, mas impersonales o incluso abstractos. Las tramas supuestas son, en este caso, de variado calibre –desde un giro geopolítico del gobierno argentino, hasta una maniobra distractiva para quitar de la agenda el procesamiento del vicepresidente de la Nación, Amado Boudou, a menciones mas bien pintorescas sobre la masonería u otros “poderes ocultos”. En esta lectura, subyace una mirada de lo político como un conjunto de intrigas y maquinaciones subyacentes, en la que lo visible nunca es lo que parece ser²⁹⁵. Por eso, los enunciadores buscan develar las tramas secretas o focalizan temas laterales que constituirían el “verdadero” centro de la escena. Se trata de sujetos que temen quedar atrapados en una lectura literal que consideran ingenua. El sentido, para ellos, está siempre en otra parte, como se puede apreciar en los siguientes textos:

- De Vido=Petrochina, Kicillof=Exxon? Edmundo.es/america/2012/0...#YPF 
- @Accion_Ar: Mientras #Boudou festeja #YPFArgentina, la empresa #Ciccone imprime los billetes públicos: Soberanía Nacional modo #FPV 
- Gente, yo no quiero seguir siendo esclavo de una persona que integra un grupo económico mundial como lo es la MASONERÍA. 

²⁹⁵ El mecanismo es similar al que Ricardo Piglia caracteriza como “ficción paranoica”: un modelo narrativo donde el núcleo es un secreto y la trama visible resulta sólo un haz de indicios que lo encubren y, a la vez, señalan. No me refiero con esto al valor de las diversas hipótesis de los lectores sino a un mecanismo de lectura que resulta políticamente productivo.

En esta serie de “lecturas alternativas”, los usuarios suelen incluir enlaces a otros textos para reforzar la argumentación. Una voz ajena legitima la postura propia. Por otra parte, la utilización de *hashtags* se emplea para lograr una mayor repercusión de las “revelaciones” y encontrar canales de difusión entre los interesados en cualquiera de los temas asociados.

Si bien -en el corpus analizado- este mecanismo de lectura es más habitual en el campo opositor, no está ausente en el campo de los simpatizantes del oficialismo. Se privilegian, claro está, otras redes y se denuncian otras conspiraciones. Una trama subterránea que aúna a los que critican el proyecto, los grandes medios, las transnacionales, algún dirigente opositor:

- Buenísimo ACÁ 2bp.blogspot.com/4kpS3-P1cuo/T... ESCRACHA A LOS QUE VOTARON EN CONTRA DE #YPFARGENTINA MIRALOSSSSSSSSSS Y ACORDATEEEEEEEEEEEEEEE 

II.3.4.2. La parodia y el humor como recursos polémicos

El lenguaje de la denigración transita convenciones semejantes dentro y fuera de la Web. Sin embargo, la condensación formal de las redes –en particular, en Twitter- es un terreno fértil para el florecimiento de formas retóricas que fortalecen complicidades y redes de afinidad con la comunidad virtual. Como señalé antes, la brevedad es una invitación a la agudeza. Las referencias intertextuales son la materia prima fundamental para el ingenio de los internautas. Estos enunciados no abandonan la vocación agravante pero el ataque es indirecto: una faceta caricaturizada de los rivales es expuesta para regocijo de los observadores²⁹⁶. ES evidente aquí que, como señala Bonnafous (2001:90) “el ‘efecto injuria’ o el ‘efecto burla’ dependen ampliamente del contexto, de la intención que se le pueda atribuir o no al autor, de la reacción de la persona que constituye el blanco, de la actitud de los auditores y de su pertenencia o no al mundo social o ideológico del autor, etc.”

²⁹⁶ Desde una perspectiva similar, Claudine Moïse (2012:2) distingue entre violencia fulgurante, definida como “una escalada que se declina a través de diferentes etapas (incomprensión, negociación, elusión, aumento, refuerzo)” y la violencia polémica, es decir, la que “se apoya en actos de lenguaje indirectos e implícitos (...). Se basa en una dimensión vejatoria hacia un grupo o una persona (ironía, refutación, argumentos *ad hominem*, etc.).”

La denigración irónica se ubica lejos del “cuerpo a cuerpo” que postula el insulto directo²⁹⁷. Son formas de la injuria más sofisticadas, que remiten a memorias compartidas y postulan una serie de referencias comunes (políticas, generacionales, culturales) a decodificar para reconocer la alusión negativa. Busca más la complicidad del amigo que el oprobio del contrincante²⁹⁸. Por ejemplo, en este caso:

- Ayer @lauritalonso puso nervioshos a los orkos al decir unas cuantas verdades sobre #YPF 

El texto es una “construcción híbrida”²⁹⁹ (Bajtin, 1935) que deja entrever la voz del adversario inserta en un enunciado que invierte su sentido original. La ortografía remeda la dicción del ex Presidente Néstor Kirchner y alude a una frase que tuvo gran repercusión durante la polémica en torno a la resolución 125³⁰⁰. Por otra parte, “los orcos” son, originalmente, monstruos malignos de la mitología nórdica³⁰¹. También en este caso, la ortografía (sustitución de c por k) se usa para referir de modo despectivo al campo ideológico denostado. El efecto irónico resultante de esta coexistencia de voces – como todos los recursos del humor en política- refuerza la frontera entre los campos de opinión enfrentados.

En una línea similar, en tanto da por descontada la complicidad del destinatario, se pueden situar los tuits que postulan una confusión fingida, producida por los

²⁹⁷ Claire Oger (2012:3) distingue entre la «injuria interpelativa que ataca al injuriado y la «injuria referencial que se dirige a un tercero (en presencia o en ausencia del injuriado) y permite escudarse en “la excusa humorística”.

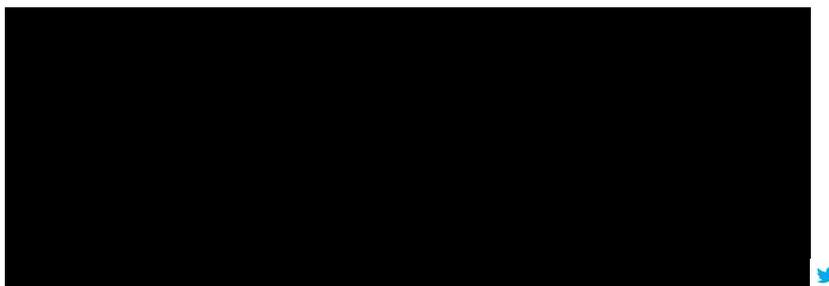
²⁹⁸ En su trabajo sobre los libelos audiovisuales de Youtube, Graciela Varela (2013:10) afirma que se trata de “textos que reclaman enunciatarios informados ya que predominan las alusiones a la vida política de los contrincantes ideológicos, sobre un terreno común de groserías estratégicas que buscan minar su credibilidad, esto es, se reclama enunciatarios interpelados por los mecanismos de descortesía como medio de afiliación y refractariedad”.

²⁹⁹ Bajtin (1935:134) define las construcciones híbridas como “aquellas que por sus rasgos gramaticales (sintácticos) pertenece a un solo hablante pero en la cual se mezclan dos expresiones, dos maneras de hablar, dos estilos, dos ‘lenguajes’, dos horizontes semánticos y valorativos.”

³⁰⁰ A partir de entonces, escaló un enfrentamiento entre el gobierno y el grupo *Clarín*. En un acto público Néstor Kirchner increpó a los responsables del diario diciendo “¿Qué te pasa, *Clarín*? ¿Estás nervioso?”. La frase se popularizó y quedó incorporada a la cantera de las pullas políticas.

³⁰¹ El término orco remitiría originalmente a la denominación latina del inframundo. De la misma raíz deriva la palabra española *ogro*. La popularización del vocablo *orco* proviene del film basado en *El Señor de los anillos* de Tolkien.

cambios en las posturas del partido oficialista y algunas de sus figuras más conspicuas. Tal es el caso de este tuit:



El enunciador encubre en una escenografía de desconcierto un acto de habla de denuncia. Desde la pretendida debilidad del perplejo pasa al ataque, evocando un sistema de enfrentamientos, alianzas y reencuentros conocidos por los lectores que ponen en cuestión el mapa ideológico postulado en el discurso gubernamental. La eficacia del truco reside en ese saber común que hace evidente que la confusión proclamada no pretende ser creída. Se ubica en la posición de quien, careciendo de los saberes comunes accediera solo a lo denotado, a lo factual de dos momentos de la historia reciente, sin poder leer la trama política.

La referencia a sentimientos fingidos es un recurso humorístico bastante habitual en las redes, tal vez por su poder de condensación. En otro caso similar, una internauta escribió poco después de la conferencia de prensa de Mauricio Macri:

“Sabén algo de Antonia? Me quedé preocupada” 

Como se puede ver en este recorrido, la mayor parte de las intervenciones tiene cierto valor argumentativo aunque se trate de argumentos condensados, cargados de presupuestos no explicitados³⁰². Frecuentemente no pueden explicitarlos por razones formales (pautas del género) y casi nunca lo necesitan por razones socioculturales: se trata de tópicos que reelaboran o refuerzan argumentos que ya están en circulación, ideologemas ya instalados, frases hechas, consignas que identifican un campo ideológico, etc.

Por otra parte, si está claro que el objetivo de estas intervenciones no es la persuasión y mucho menos alcanzar un acuerdo, no resulta tan claro cuál es su meta. Rarísima vez hay una respuesta de los titulares de las páginas y, cuando el

³⁰² Borges subrayaba, en “El arte de injuriar” (1933), que el núcleo de la sátira consiste en lo formal de un juego que permite “un contrabando pertinaz de argumentos necesariamente confusos”.

intercambio se produce *inter pares*, predomina la descalificación. Considero que el fin es, en líneas generales, más expresivo que argumentativo. Una expresividad que se presenta en el espacio público cargada de una identidad política y de las pasiones que le son propias y, de ese modo, se inscribe en un colectivo, en un clima de afinidades cuyas fronteras refuerza.

II.3.4.3. El intento de argumentación persuasiva

Si bien el tipo de recursos que hasta aquí he presentado son las armas más habituales de la polémica en la Web, no están ausentes los intentos de ensayar una argumentación más desarrollada, en particular en Facebook, cuyas características formales lo permiten. En el corpus, esto ocurre en casos puntuales: se trata de páginas cuyos responsables tienen cierto perfil público “venerable” (Solanas, Lavagna) o están algo corridos del centro de la escena política (Cortina). Con todas sus diferencias estos dirigentes ambos despliegan en la Web un estilo más medido y argumentativo. Sus intervenciones muestran una tendencia a “mimetizarse”, hasta cierto punto, con el estilo argumentativo del titular de la página y tienen una mayor disposición a manifestar los desacuerdos en un tono similar. A continuación presentaré brevemente dos secuencias en las que se produce este tipo de intercambios.

Caso a. En la página de Pino Solanas, se produjo un breve debate entre algunos lectores que analizaban simultáneamente la expropiación de las acciones de Repsol y los riesgos de contaminación asociados al *fracking*. Allí se ofrecen explicaciones, definiciones, se marcan matices, se subrayan objeciones sin que medien, en la mayoría de los casos, gestos de agresión verbal. Parece más bien un ejercicio de reflexión conjunta, abierta al desacuerdo, atenta a nuevas informaciones. Hay desacuerdos de baja intensidad que no se despliegan en polémicas abiertas. La falta de certezas sobre el tema facilita la predisposición a la escucha y contribuye a que se mantengan las pautas de cortesía. La curiosidad o el interés en la cuestión facilitan que el intercambio se desarrolle a lo largo de varios turnos. Alguno interviene, en tono didáctico, definiendo el *fracking*, ante las dudas de otros participantes:

“Juli y todos: la explotación de gas y petróleo no convencional se realiza mediante un procedimiento llamado fracturamiento hidráulico, hoy prohibido en gran parte de Europa, que básicamente consiste en inyectar en la roca grandes cantidades de agua en las rocas.”

Otro trata de separar los temas enlazados:

“A mí me parece bien haber recuperado YPF porque es algo que nunca debió ser entregado. Ahora, que la extracción de hidrocarburos sea contaminante es otro tema a tratar. Vamos a dejar de dar un paso por temor al siguiente?”

Un tercero ofrece un marco de interpretación más amplio que justifica el *fracking* por considerarlo inevitable:

“La contaminación es un hecho en un mundo capitalista/consumista. Para no contaminar tenemos que cambiar los patrones de consumo que tenemos. Si no extraemos los hidrocarburos no convencionales en unos años estaríamos comprándolos en el exterior.”

De esta manera, el tercer participante desplaza la dicotomía al campo de lo no pertinente. ¿Qué sentido tiene discutir a favor o en contra del *fracking* si se trata de una necesidad que no puede evitarse? La intervención apunta a desactivar el desacuerdo, exhibiendo saberes supuestamente ubicados en un plano superior. Claro que, contra las aspiraciones del participante, la discusión continúa con otras intervenciones de similar tenor.

Caso b. Algo similar ocurre en la página del ex ministro Roberto Lavagna, sin embargo, en este caso el motor de la polémica es un infatigable *troll* que interviene a partir del 17 de abril provocando –sin desmesuras- a los demás participantes. Transcribo algunos fragmentos que permiten apreciar las características de ese intercambio, el punto de partida es la consulta – nunca respondida- de una participante a Roberto Lavagna³⁰³. El provocador – defensor ortodoxo de la postura del oficialismo-, sale al cruce:

Guadalupe, crees que el Sr. Lavagna analice la situación en forma objetiva y desprovista de intereses subjetivos??. Cual sería la alternativa a implementar por quienes se oponen a este método utilizado para la recuperación y nacionalización de una Empresa cuyo objeto además de ser comercial es de utilidad pública?? Querés vivir en un Estado en donde se garantice la seguridad jurídica de grupos que vacían los recursos, aceptando sus efectos como desabastecimiento, control del mercado interno, etc.?? Estas preguntas deberían ser los puntos a responder por el Sr. Lavagna.

³⁰³ A pesar de lo que podrían inducir a pensar los desvelos del participante polemista, Roberto Lavagna se había manifestado a favor de la expropiación. (Cfr. Introducción, punto 2.1.2)

La aludida le contesta poco después:

Al Sr. Fer XXXX, si le consulto al DR. Lavagna es porque creo en su formación y conocimiento académico en la materia, (...) gracias por aconsejarme....en la UBA me han enseñado a formar criterios y conceptos en forma autónoma , pero no te pedi consejo desconozco tu formación lo que si dejas entrever es tu intolerancia hacia aquellos que piensan diferente de vos....me informo la manera de hacerlo es consultando personas y libros escritos por las mencionadas...Vos conoces otra manera de informarse??????????

A diferencia de la mayor parte de los ejemplos vistos hasta ahora, en este caso los textos mantienen el tratamiento de cortesía (Sr. Lavagna/ Sr. Fer XXX), aún en medio de la expresión de un desacuerdo intenso. Ante el tono prescriptivo de “Fer”, la aludida reacciona empleando una fórmula de cortesía irónica (“gracias por aconsejarme”) que entra en tensión con el tuteo y el desdén por sus consejos. Retomando la idea de la mimesis con el tono de la página, el contraataque de Guadalupe se organiza -como la página de Lavagna³⁰⁴- en torno a los ejes saber/no saber y tolerancia/intolerancia. La enunciadora exhibe sus propios antecedentes académicos que, a su juicio, la habilitan para “formar criterios en forma autónoma” y reivindica su derecho a consultar a quien le merece respeto por su conocimiento y sus publicaciones. El interlocutor queda relegado, en cambio, a una enunciación no autorizada, emitida por un sujeto de antecedentes inciertos y – tácitamente- carentes de autonomía en sus opiniones. La irritación y el apresuramiento, típicas de las polémicas online, se perciben en la falta (o sobreabundancia) de puntuación, cierta debilidad en las conexiones lógicas y en el ordenamiento del texto.

El enfrentamiento se extiende a lo largo de varios días y tiene una suerte de cierre el 19 de abril, cuando “Fer” interviene sumamente irritado y su interlocutora baja el tono del desacuerdo (las desprolijidades en la escritura son, en esta ocasión, más frecuentes en el caso de “Fer” que en el de “Guadalupe”, diferencia coincide con el grado de irritación que el uno y la otra expresan). Ante la retirada de “Fer” Guadalupe asume una posición conciliadora. La prenda de unidad es, una vez más,

³⁰⁴ La autopresentación de Roberto Lavagna subraya –en su versión 2012- sus logros académicos por encima de su carrera política. Tanto las imágenes como los textos refuerzan el aura tecnocrática del titular. Cabe recordar aquí la definición de discurso tecnocrático que propone Verón (1985:128): “un discurso que trata de situarse sobre eje exclusivo del saber, es decir rehusando a darse otro adversario que aquel que se equivoca. Juega el juego de la política mientras parece jugar otro juego: el de la ciencia”.

el General Mosconi, cuyo nombre funciona como un talismán, capaz de diluir la disputa y dejar a los contendientes en un mismo campo:

F: Enrique Mosconi, por todos conocidos y pilar de la política hidrocarburífera, al igual que el Dr. Frondizzi (sic), entendían que es necesario e imprescindible la soberanía en materia energética (...) Y para aquellos q cuestionan como obtendremos los recursos necesarios (...) se ve que no escucharon ni interpretación el sentido del anuncio dado el lunes, (...), veo que nadie ni ninguno de los que en este espacio virtual opinan lo entendió. Gracias.

G: por los Ilustres que nombras veo que tenemos más coincidencias que diferencias... No se trata de estar de un lado o del otro (...) Pero permitime hacerme preguntas, buscar como vos mas arriba dijiste mi propio pensamiento mas alla de la fe que deposito en el gobierno...

Aún en un pico de indignación y ubicado en una posición hostil a Lavagna, “Fer” al impugnar a todos los participantes, recurre para desautorizarlos a verbos que refieren a operaciones cognitivas: los que cuestionan y opinan están descalificados porque no supieron interpretar el anuncio presidencial; sencillamente, no entienden.

Pese al tono de hostilidad, el intercambio descrito se adecua al modelo propuesto desde la pragmática³⁰⁵ (Lewinsky, 2010:50) como procedimiento estándar de la discusión crítica; es decir como un conjunto de “varios actos de habla usados por los polemistas en la comunicación verbal cotidiana”. Entre los principales actos de habla característicos que Lewinski enumera y que están presentes en este caso, se encuentran, por ejemplo:

- acordar puntos de partida: estadio de apertura (en este caso, de manera implícita, ambos participantes reconocen la importancia del tema y del debate público);
- postular una premisa (en el intercambio citado, la consulta a Lavagna que implica reconocer su autoridad en el tema),
- aceptar o no aceptar la premisa (primera impugnación de “Fer”),
- plantear otra postura (“Fer” desacredita al ex ministro como referencia válida y considera que son otras las preguntas pertinentes);

³⁰⁵ El mismo Lewinski marca los límites que suelen tener, en este tipo de análisis, al señalar que algunos enfoques pragmáticos parten de la idea de que “idealmente, quienes debaten son pares que defienden o critican abiertamente toda clase de temas en un contexto pluralista y libre de dependencias jerárquicas o sesgos ideológicos. Más aún en el caso de disputas políticas, tendrían igual e ilimitado acceso a foros de debate y deliberación públicos” (ibidem). Es evidente que ese tipo de contexto no es el que regula los debates realmente existentes. La perspectiva del análisis del discurso y la sociosemiótica en las que se enmarca este trabajo rechazan estas perspectivas que no toman en cuenta los condicionamientos sociales reales en que se producen los discursos.

- aceptar o no aceptar la premisa: estadio de confrontación: reivindicación de sus criterios por parte de “Guadalupe”;
- desafiar al antagonista (los desafíos se entre cruzan en este caso: Fer desafía a “Guadalupe” a formular las preguntas “correctas”; “Guadalupe”, por su parte, desafía a “Fer” a acreditar su autoridad en la materia;
- sembrar dudas sobre los argumentos del antagonista, (“Guadalupe” desacredita el desafío de “Fer”, por el desconocimiento de su formación; fer desacredita a los críticos del *fracking* por no comprender las razones de la política de hidrocarburos)
- acordar sobre el resultado (Intervención conciliadora de “Guadalupe” que cierra el intercambio con una referencia común a los “ilustres”).

En suma, si bien este tipo de intercambios sostenidos y argumentados son poco frecuentes y han resultado menos atractivas para los analistas de la *Web* que las furibundas inectivas propias del *flaming*, el intercambio persuasivo tiene un espacio no desdeñable en los debates virtuales, recupera en parte el espíritu de debate de los blogs y los foros, en la medida en que se da entre pares y, muy raramente, como intercambio entre los usuarios “anónimos” y una figura pública.

II.3.5. Conclusiones del capítulo

La visibilidad la lectura que ofrecen las redes sociales brinda a los dirigentes la posibilidad de monitorear la eficacia de su discurso y es para los analistas una oportunidad privilegiada de acceder a los efectos de la palabra política. Por eso he dedicado este último capítulo a examinar las formas de participación que los géneros estudiados ofrecen a los usuarios y los modos en que éstos las aprovechan para intervenir en el debate.

En el recorrido propuesto he destacado que las herramientas automáticas que proveen las plataformas, además de aportar popularidad digital al enunciador primario, tienden a ratificar el vínculo positivo y, por ello, han sido consideradas como muestras de “cortesía digital”, es decir, una forma de cortesía de “bajo costo” según señalan diversos autores, pero que contribuye a la conformación de grupos de afiliación.

Un segundo plano, que implica un nivel de compromiso e identificación mayores, es la reproducción del enunciado primario, el lector se identifica con la voz citada y se ofrece como soporte de su difusión a través del retuit o la función “Compartir”. El efecto de este tipo de adhesiones sobre la configuración de su perfil personal y de las relaciones que mantiene con “amigos” y seguidores es, ciertamente, más intenso, ya que expresa la voluntad de participación activa en la discusión pública.

El tercer nivel es el más rico para el análisis ya que es aquel en que los usuarios utilizan la posibilidad de comentar los enunciados primarios o intervenir en el debate a través de los hashtags. Para ordenar las estrategias de celebración y repudio he confeccionado tablas que permiten ver la amplitud de recursos que involucran todos los niveles textuales desde la fonética hasta la argumentación. Es interesante subrayar que, más allá de cómo se orienta la evaluación, los recursos valorativos que se emplean son del mismo tipo y, una buena parte de ellos, procede de los códigos que han ido surgiendo de los diversos “escritos de pantalla”. También, cabe aclarar, los recursos no difieren a un lado u otro de la separación entre oficialistas y opositores, sólo cambian las identidades de las figuras y las situaciones que se celebran o se vituperan.

Por otra parte, he marcado la pseudointimidad que suelen poner en escena los comentarios favorables, al interpelar a los dirigentes usando el tuteo, expresiones coloquiales o apodos. En cambio, en el caso de las evaluaciones negativas, el tuteo y los recursos de familiaridad implican una inversión despectiva de las distancias jerárquicas.

Por otra parte, considero que las intervenciones – en particular las negativas – tienen como destinatarios efectivos a los pares (aunque se interpele explícitamente al dirigente). Es ante los pares que cobra más sentido el gesto de mostrarse enfrentando al poderoso o celebrando los logros de un referente político. Como se ha visto, son también los pares los que responden, en particular cuando se trata de intercambios polémicos. Los enfrentamientos *inter pares* se precipitan cuando un “disidente” ingresa en un ámbito relativamente homogéneo.

Para ordenar la exposición he presentado en primer lugar las estrategias de la agresión que abarcan un abanico variado que va del puro insulto a estrategias más elaboradas como la ironía o esbozos de refutación.

La expresión más inusual del desacuerdo son los intentos de argumentación persuasiva. Cuando se producen (por razones formales, esto ocurre exclusivamente

en Facebook), estos intercambios tienen lugar en los muros de figuras que no ocupan el centro de la escena (como Lavagna o Solanas) y que se caracterizan por usar, ellos mismos un estilo retórico no centrado en la agresión. No se trata de que estén ausentes en estos espacios las marcas de hostilidad pero se expresa de manera menos violenta y, aún así, suelen aparecer otros participantes que buscan mitigar las diferencias. También, como he mostrado, ocurre que uno de los contendientes busca una suerte de “salida negociada” al conflicto. Tal vez esta diferencia se deba a que los internautas que frecuentan las páginas de dirigentes “periféricos” están menos predispuestos a la afiliación exacerbada que caracteriza otros espacios.

En suma, resulta claro, a la luz del conjunto de este recorrido, que la Web está lejos de concretar la promesa utópica del ágora universal y lo que las redes muestran es una escasa disposición de los internautas a comprometerse en intercambios argumentativos presididos por la buena fe y el espíritu de cooperación. Por el contrario, parecen resultar más seductoras, en la mayoría de los casos, las posibilidades de enzarzarse en alabanzas apasionadas o descalificaciones cruzadas y de ejercer diversas formas de agresión simbólica sobre las figuras públicas.

De todos modos, cabe preguntarse ¿porqué debería esperarse que domine en la Web un tipo de debate más colaborativo y vínculo social más armónico que los que esos mismos ciudadanos ejercen fuera del llamado “mundo virtual”? Los distintos soportes de comunicación ofrecen indicios del funcionamiento de los vínculos sociales y es esto lo que los hace interesantes. No constituyen un universo aparte en el que se generan lazos contradictorios con los que dominan el resto del campo social. Si así fuera, su análisis sería sólo un entretenimiento banal.

6. Consideraciones finales

En las páginas precedentes he abordado diferentes facetas de la confluencia de la palabra política con dos géneros web que ocupan actualmente un espacio central en las estrategias comunicativas de los dirigentes políticos. Como he mostrado, estos textos configuran un híbrido en el que coexisten innovaciones formales derivadas de los formatos visitados y de los estilos discursivos propios de la red con zonas en las que se reconfiguran rasgos tradicionales del discurso político.

Coincido con otros autores en que estos fenómenos nos sitúan frente a una nueva etapa de la mediatización, cuyos atributos se entrecruzan con aquellos derivados de la crisis de las identidades político partidarias. La confluencia de ambos procesos favorece la profundización de fenómenos tales como la configuración de colectivos inestables, la consecuente emergencia de discursos anclados en la primera persona y la frecuente emergencia de liderazgos personalistas surgidos al margen de las estructuras políticas y sociales clásicas. Evidentemente, tales fenómenos trascienden las fronteras nacionales e impregnan buena parte de las culturas políticas contemporáneas.

He abordado estos problemas a través del análisis de las publicaciones de un conjunto de dirigentes políticos argentinos en Facebook y Twitter durante el debate referido a lo que muchos llamaron la “recuperación” de YPF, en abril de 2012. El corpus así recortado me ha permitido analizar el aprovechamiento de los recursos que estos géneros ofrecen, en el marco de una polémica que repuso en centro de la escena los tópicos centrales del nacionalismo petrolero, circunscriptos, durante muchos años, a expresiones relativamente marginales de la escena política nacional.

Desde el punto de vista metodológico, me he servido principalmente de las estrategias de análisis correspondientes a la escuela francesa de análisis del discurso, considerando particularmente los aportes actuales que emplean este tipo de perspectiva para analizar los problemas que plantean los discursos *online*.

Por otra parte, me he apoyado en la noción de *comunidades de discurso* que propone Swales (1990:25) para fundamentar la necesidad de recurrir a la voz de los actores a fin de conocer sus perspectivas acerca de los fenómenos estudiados. Para ello, he entrevistado a informantes clave cuyos testimonios me permitieron

iluminar algunas cuestiones no accesibles desde el análisis del corpus y evaluar mejor algunos de los rasgos observados en los textos. Así pude, por ejemplo, comprobar “de primera mano” la aparente paradoja dada por la alta valoración de estas herramientas y los niveles -casi siempre escasos- de involucramiento personal en su uso. Considero, sin embargo, que la paradoja es sólo aparente. La creciente tendencia a delegar el uso de las redes en equipos profesionales no debe interpretarse como un gesto de indiferencia o desapego, sino que deriva de una mayor conciencia de los riesgos que involucra el uso *amateur* de las redes y de una justificada preocupación por las exigencias retóricas y técnicas de estos géneros.

Dicho esto, resulta oportuno hacer una breve recapitulación del recorrido propuesto para destacar los principales resultados alcanzados.

En primer lugar, confrontar las definiciones clásicas de discurso político con los fenómenos propios de la política mediatizada me ha permitido poner en evidencia la profunda erosión de tradiciones y las fronteras mutantes del objeto así como señalar el consecuente giro que se ha producido en los intereses de la disciplina. En efecto, las principales líneas de trabajo ya no hacen eje en la especificidad de la palabra política sino que se centran en estudiar otro tipo de cuestiones, como los juegos de hibridación y las innovaciones que se producen en diferentes entornos mediáticos, los distintos niveles de significación de discursos compuestos por materias significantes diversas, los efectos de sentido que se producen o las diversas facetas del problema de la recepción. Estos son, de hecho, los senderos que he seguido en este trabajo.

Por otra parte, si bien el fenómeno estudiado sigue resultando novedoso, la relación entre discurso político e Internet tiene ya una breve e intensa historia. Del rápido recorrido por las etapas que este vínculo ha atravesado en nuestro país, destaco dos aspectos: en primer término, el corrimiento que va de los espacios institucionales (como los sitios partidarios y entes oficiales) a formas que se organizan en torno a sujetos individuales, como es el caso de las redes sociales. En segundo lugar, considero significativa la mutación de las expectativas depositadas en Internet: herramienta de transparencia en los ´90, vehículo de participación y democratización en los inicios del nuevo siglo. La dimensión utópica de las TIC es aún lo suficientemente intensa y proteica como para permitir que se proyecten en ellas las sucesivas esperanzas que caracterizan un tiempo histórico.

En cuanto al funcionamiento y los usos políticos de Twitter y Facebook he de destacar que, si bien varios de los rasgos discursivos relevados son comunes a otros géneros web (la alteración de la deixis y la ortografía, la oralización de la escritura o la puntuación expresiva), estos elementos sólo ingresan en el campo del discurso político cuando se generaliza el uso de Facebook y Twitter.

Asimismo, he insistido en subrayar la importancia de la estructura de enunciación enmarcada que produce un desdoblamiento del texto en dos niveles que señalan un vínculo jerárquico y permiten al enunciador marco orientar la lectura a través de indicios de popularidad digital y de signos de pasaje que inscriben los perfiles individuales en la red hipertextual.

En cuanto a la especificidad de cada uno de los géneros, se ha marcado que, en el caso de Twitter, los rasgos más relevantes son la orientación informativa, la gestión de la temporalidad (asociada a la brevedad y la aceleración), la asimetría de las relaciones y un tipo de codificación no intuitiva que exige una mayor competencia en la cultura y la retórica digitales. Asimismo, la orientación informativa privilegia usuarios con cierta notoriedad pública (o adquirida en el seno de la plataforma) y favorece una atmósfera de homofilia. Esta selectividad permite a los dirigentes políticos generar un canal directo con la prensa y abre la posibilidad de multiplicar la repercusión de los mensajes, dos objetivos que los dirigentes políticos persiguen con ahínco. Por otra parte, la instantaneidad informativa y el acceso directo a la voz de los protagonistas perfilan a Twitter como eslabón entre la escena política y la escena periodística.

Por su parte, Facebook –como he subrayado– se vale de una interfaz más amigable para proponer a los “legos” cierto acceso simbólico a la vida pública. Su ritmo es el de la cotidianeidad y la herramienta expresiva preponderante es la imagen.

Debido a esos rasgos diferenciados, cada plataforma encarna promesas diferentes: Twitter ofrece inmediatez (temporal y enunciativa), sumerge a los “iniciados” en el vértigo de la escena política; el atractivo de Facebook, en cambio, reside en el realismo sostenido por las imágenes. En definitiva, estamos ante dos caminos diferentes de fortalecer la verosimilitud de los enunciados y, por ende, de afianzar la credibilidad de la escena pública.

La siguiente cuestión que me interesa destacar se refiere a los modos en que desde la política se aprovechan estos escenarios virtuales. Para ello, he señalado

cinco categorías interrelacionadas, según las entradas consideradas privilegien el orden del contacto, la función referencial, las remisiones intertextuales, la tradición epidíctica o el orden didáctico-doctrinario. Cada una de estos segmentos supone corrimientos en el lugar del enunciador y postula vínculos específicos con los destinatarios. En efecto, al recorrer ese abanico, se pone en evidencia la coexistencia de usos emergentes con otros que reconfiguran aspectos tradicionales del discurso político. Por ejemplo, en el caso de Twitter, he situado en el primer campo el uso de enlaces, las escenografías dialógicas, la hipertrofia del contacto, mientras que, en el segundo, se agrupan las formas clásicas de la intertextualidad, las variantes de lo epidíctico y los esbozos doctrinarios. Como he destacado al analizar el tema, los usos más innovadores se orientan preferentemente a un público especializado, mientras que los más tradicionales privilegian al prodestinatario.

En cuanto a los factores centrales del ordenamiento propuesto, subrayo la importancia que adquieren las estrategias de refuerzo del contacto asociadas al tipo de consumo nómada propio de la red. En Twitter predominan, en este plano, las fórmulas verbales de cortesía y el esbozo de microanécdotas que contribuyen a realzar el “perfil humano” de los enunciadores: objetivo que, según los imperativos de la comunicación política contemporánea, ningún político desdeña.

En cambio en Facebook, territorio de lo icónico, el establecimiento del contacto está dado fundamentalmente por la presencia/ ausencia de la mirada a cámara. Asimismo, he subrayado el peso de lo que he llamado el “contacto exhibido”, que opera sobre el *ethos* de los enunciadores escenificando su cercanía con las bases, su compromiso, su interés por las vidas de la “gente común”.

La segunda categoría relevada corresponde a las entradas que hacen eje en lo referencial: en particular, la agenda del enunciador, presentada “en directo” en Twitter, envuelve al lector/ conocedor en los escenarios de la vida pública y se exhibe en Facebook en galerías de fotos, “prueba de verdad” del cumplimiento de la promesa política.

También me he detenido a considerar dos planos de utilización de la intertextualidad. La primera de ellas remite a los enlaces hipertextuales –forma por excelencia de la textualidad emergente– que constituye el núcleo de la idea del “microblogging”. El tuit, en este caso, amplifica materiales difundidos en otros soportes y genera un archivo virtual. Este factor contribuye a poner de manifiesto el

carácter no autónomo de estos textos, es decir su interdependencia con respecto a los medios tradicionales.

Por otra parte, las formas clásicas de intertextualidad -la parodia, de la alusión al aforismo- se ligan tanto a lo epidíctico como a lo didáctico-doctrinario a través de la evocación de la voz de los padres fundadores, la consigna, o la máxima. En cuanto a Facebook, resultó interesante indagar de qué manera se articulan, en un género configurado en torno a imágenes, las referencias intertextuales. Si bien los signos de pasaje (títulos, fotogramas de un video, etc.) resultan la vía más frecuente y formalmente más innovadora de remisión hipertextual, considero que el trabajo retórico y discursivo más rico y creativo se encuentra en los juegos icónicos que evocan consignas o emblemas tradicionales y configuran narrativas históricas, contextuales o biográficas. Baste mencionar la pluralidad de operaciones retóricas construidas en torno al ícono de YPF, que ha sido marcada en el análisis de diversos ejemplos.

He de destacar, por otra parte, que las características de este debate y la atmósfera pasional de las redes ofrecen un entorno favorable al despliegue de lo epidíctico. Se trata, evidentemente, de una zona discursivamente poco innovadora; tanto quienes reprueban como quienes celebran los acontecimientos abrevan en recursos tradicionales. Sin embargo, estos enunciados pasionales son los que alcanzan una mayor repercusión pública y fortalecen la idea de Twitter como un género agónico, heredero del panfleto y la diatriba, que se ha caracterizado por la abundancia de enunciados agresivos y un lenguaje insultante. Este escenario contrasta con la atmósfera “amigable” de Facebook donde prevalece la vertiente celebratoria de lo epidíctico, condensada en la imagen de la fiesta popular, metonimia del “pueblo feliz”. Al transfigurar espacios públicos e institucionales, la fiesta subraya lo excepcional de la coyuntura, postulada como un tiempo en el que el ser y el deber ser de la política, por fin, coincidirían.

Finalmente, la presencia marginal de las entradas cuyo centro es lo didáctico doctrinario es un indicador relevante en varios sentidos. No se trata sólo de que el entorno no favorezca el despliegue doctrinario, sino que también la cultura política actual muestra una notoria declinación de los desarrollos doctrinarios precisos. En ese marco, las referencias didáctico-doctrinarias consisten en evocaciones de la identidad común –ya sea que remita al colectivo o al metacolectivo- que presuponen

un lector capaz de integrarlas en un tejido doctrinario que no llega a constituirse plenamente.

La consideración general de los géneros que aquí sintetizo, ha sido un paso previo necesario para el análisis político-discursivo del corpus que se desarrolla en la segunda parte de la tesis. Esta segunda fase del análisis se ha organizado en torno una serie de interrogantes: ¿qué estrategias enunciativas y retóricas ponen en juego los enunciadores? ¿De qué manera éstas les permiten forjar una imagen de sí, situarse frente al tema en discusión y establecer cierto vínculo con los lectores?

Para responder a estas cuestiones, he tipificado cinco figuras del yo (el cronista, el editorialista, la líder, el militante, el coro) que los enunciadores ocupan alternativamente y que se corresponden, en buena medida, con los tipos de usos previamente descriptos.

El enunciador *cronista* reconfigura cierta dimensión informativa propia de la palabra política aprovechando los recursos de las redes. En ese sentido, el dirigente-cronista es producto del soporte y, en particular, de Twitter. El mencionado vértigo de Twitter está dado, en buena medida, por el fluir de las voces de enunciadores que narran sus actividades en tiempo real. Los tuits del cronista son enunciados impersonales, valorativamente austeros que constituyen un híbrido entre el discurso político y el discurso periodístico.

En Facebook, por su parte, el cronista presenta una suerte de agenda ilustrada dedicada a hacer visibles los rituales del poder. El conjunto resulta una superficie puntuada por microrelatos y secuencias iconotextuales. En ambos casos, la figura del cronista está, evidentemente, ligada al orden referencial estudiado en la primera parte.

En cambio, la voz analítica del *editorialista* que se dirige a sus prodestinatarios para cumplir un rol pedagógico, enlaza con la vertiente doctrinaria del género. Es el dirigente experto que pone un arsenal argumentativo a disposición de sus bases y de los cuadros intermedios. A fin de sortear la tensión entre las necesidades argumentativas y las restricciones formales de los géneros analizados, el editorialista se vale de enlaces o bien de series de tuits. Este tipo de tensión marca los límites de las afinidades de la palabra política –siempre dispuesta a la expansión– y la escueta gramática de las redes.

El lugar excepcional de la *líder* es, por cierto, el centro de la constelación de críticos y seguidores cuyas voces multiplican la palabra fundante. En el momento

patriótico, esta distinción se exagera y los enunciados de la líder tienden a situarse en un espacio suprapolítico, que a la vez sostiene y es sostenido por la predicada “comunidad” entre oficialistas y opositores. En este caso, he encontrado una mayor elaboración en las entradas publicadas en Facebook. Allí, la estilización fotográfica inscribe a la figura presidencial en una trama histórica y política: que evoca el “contrato patriótico” mediante el realce de los símbolos patrios que la rodean. Por otra parte, la página de Cristina Fernández de Kirchner hospeda una serie de videos institucionales en los que, con un tono pedagógico y emotivo, se refuerza la puesta en equivalencia de la petrolera nacional y la nación *tout court*.

Contrafigura complementaria de la líder es el *enunciador militante*, que predica, celebra, multiplica su mensaje. Su territorio es el de lo epidéctico. En el entorno de Facebook, el gesto fundamental del militante es la exaltación visual del colectivo, encarnado en la fiesta popular con su el cruce de códigos parlamentarios y callejeros, formales e informales, lúdicos e institucionales.

He destacado asimismo que la figura del militante – patrimonio clásico de las izquierdas- es, hasta cierto punto, un bien en disputa y que tal disputa resulta particularmente visible en el periodo estudiado. Emblema de las luchas de los años '70, la reivindicación de la militancia es disputada, fundamentalmente, por Fernando Solanas, “custodio verdadero” de aquellas banderas contestatarias. En esta versión, el militante asume la faceta confrontativa de lo epidéctico y el acto de habla que lo define es la denuncia.

Finalmente, la serie se cierra con la figura del *enunciador coral*, categoría que he propuesto para designar un perfil exclusivo de las redes. Nacido de las posibilidades que abre el retuit, el enunciador coral es la suma de voces más o menos anónimas que, reproducidas en los perfiles de los dirigentes, configura una representación metonímica de la voz popular.

Como es tradicional en el análisis del dispositivo enunciativo, esta galería de *voes* invita a suponer un desarrollo semejante del rol del destinatario, en particular tratándose de géneros cuya imagen pública enfatiza atributos tales como la bidireccionalidad y el intercambio. Sin embargo, el recorrido realizado permite afirmar que, en este punto, lo más relevante es considerar la notoria escasez de intercambios *bis à bis*, meramente escenificados en las escenografías dialógicas, el léxico informal o el tuteo genérico. El plano enunciativo resulta –aún por ausencia- un indicador de importancia en este aspecto. Considero que se trata de una marca

deceptiva de la promesa de géneros que ofrecen un escenario más proclive a la promoción de figuras individuales que a la instauración de un escenario más equilibrado en la circulación de las voces.

Distinta es la productividad del estudio de las referencias espacio-temporales que adquieren un peso argumentativo relevante en una polémica cuyos ejes remiten a la cuestión nacional y al uso de la historia como factor fundamental en la configuración de identidades y alianzas políticas. El análisis presentado me ha permitido mostrar que, a través de diferentes recortes temporales, oficialismo y oposición enlazan sus respectivas visiones de la coyuntura política con el relato de la historia nacional y las perspectivas de futuro que desde allí se proyectan.

En efecto, al privilegiar el largo plazo, el oficialismo crea un puente entre el presente y la etapa fundacional de YPF, cuya insignia es la figura del General Mosconi. La recuperación de Mosconi permite diluir las fronteras, a su vez, al oficialismo y buena parte de la oposición, definidos como legatarios del nacionalismo petrolero.

De esta manera, se eclipsan los conflictos del pasado reciente y se sientan las bases de lo que he llamado el “momento patriótico”. Este gesto habilita a los enunciadores a hablar en nombre del metacolectivo (la patria, metonímicamente identificada con la sigla YPF).

Por su parte, los sectores de la oposición que se reivindican como parte del campo nacional- popular enfocan los últimos veinte años y así marcan las continuidades de la gestión de Carlos Menem con las de Néstor y Cristina Kirchner y ponen en duda las credenciales del oficialismo para inscribirse en la tradición del nacionalismo petrolero.

Las imágenes y videos funcionan como refuerzo del esquema argumentativo. En ellos se exalta un tipo de emoción patriótica estilizada y despolitizada que echa mano de recursos provenientes tanto de la publicidad como de la retórica escolar. Como he destacado, en estos materiales la nostalgia emotiva del pasado contrasta con la proyección futura, organizada en torno a iconogramas asociados a la tecnología, emblema de la “racionalidad” y condensación de la promesa de progreso. La oposición de izquierda, en cambio, recurre al género documental, materiales de archivo para exponer los giros de los dirigentes del kirchnerismo. En este esquema, hay poco espacio para la promesa y la utopía: el rol que se atribuye el “otro militante” es permanecer alerta ante amenazas que, aunque muten, continuarán ensombreciendo el horizonte.

En uno y otro caso se proponen ideologemas que activan argumentos ya instalados y remiten a una tónica histórico-política difusa pero reconocible para los iniciados. Esta es otra de las características que fundamentan el mencionado carácter no autónomo de los materiales analizados: se trata de modos de argumentación sólo descifrables por estar inscriptos en la red interdiscursiva.

Asimismo, las marcas espaciales son complementarias de este esquema: organizadas en torno al eje nacional/ extranjero que se enlaza con otra serie de oposiciones (público/ privado, ruptura/ continuidad, lucha/ resignación, liberación/ entrega y, por cierto, pueblo/antipueblo, condensación de todas las anteriores).

Ciertamente, es necesario puntualizar que polemiza con este esquema otro discurso opositor de presencia escasa en las redes, pero de fuerte repercusión pública. Me refiero a la voz del líder del Pro, Mauricio Macri que, inicialmente, se pronunció en contra de la medida gubernamental desde una matriz que cuestiona la pertinencia de la oposición nacional/extranjero a favor de valores clásicos del liberalismo económico (seguridad jurídica e integración al mundo, por ejemplo). Esta toma de distancia lo convirtió, como se ha visto, en blanco preferencial de los discursos oficialistas, que interpretaban estos planteos como prueba de la equivalencia entre sus adversarios nacionales e internacionales.

Finalmente, he dedicado el último capítulo a analizar los comentarios de los lectores, considerando que una de las mayores innovaciones que ofrecen las redes es la visibilidad, aún parcial y sesgada de las operaciones de lectura. Desde el punto de vista del análisis, estos materiales brindan una forma inédita de acceso a los efectos de la palabra política.

Más allá de la consideración de las herramientas automáticas de valoración, me he centrado en los comentarios de Facebook y las intervenciones en distintos *hashtags*, que ofrecen un rico repertorio de las cadencias que caracterizan las reacciones de los internautas. Se trata de enunciados altamente valorativos en los que se hibridan recursos procedentes de las escrituras forjadas en la web con aquellas que la diatriba ha labrado a lo largo de siglos. En esa atmósfera emocional, proliferan indicadores de cercanía (el uso del tuteo, los apodos o el léxico informal) que figuran ya sea una intimidad ficcional entre lectores y figuras públicas o bien una inversión despectiva de las distancias jerárquicas.

Queda a la vista que, lejos de configurar un ágora virtual, en el escenario prevalecen las estrategias de la agresión –tanto hacia los enunciadores primarios

como hacia los pares- por sobre los intentos de argumentación persuasiva. En el contexto analizado, cuando este último tipo de intercambios se produce, tiene lugar en los muros de figuras que no ocupan el centro de la escena y que usan, ellos mismos, tonos argumentativos más moderados. De todas formas, considero que las formas de debate de una sociedad dependen de una pluralidad de factores entre los que el soporte resulta sólo un elemento más, un punto de observación y análisis de las formas en que se expresan los conflictos que nos afectan. No hay ningún motivo para suponer que los vínculos e intercambios establecidos en Internet deban ser más armoniosos que los que se establecen en los intercambios offline.

Como reflexión final, insisto en subrayar que la investigación presentada se inserta en un campo de estudios en plena expansión, marcado por preguntas referidas a cómo caracterizar nuevos géneros y formatos, cómo describir el uso de nuevos recursos expresivos y cómo analizar y evaluar las formas de participación ciudadana que se generan en los debates online. Las tres inquietudes han marcado también el trabajo de esta tesis y han orientado el análisis expuesto.

El recorrido presentado permite sostener que las nuevas formas de circulación de la palabra política, aceleran la circulación de la información e impactan sobre el conjunto de sistema. Los tonos – de agresión y celebración-, el acento de las formas coloquiales e informales, las formas de interacción con la ciudadanía no sólo profundizan y reconfiguran estilos engendrados en la esfera televisiva, sino que también operan en sentido inverso, al correr las fronteras de lo decible y legitimar estilos expresivos que alimentan la innovación en los soportes clásicos. Este campo de problemas abre un camino fértil para el análisis de los préstamos e imbricaciones que recorren la escena mediática.

Por otra parte, si es indudable que las redes son un espacio de renovación de las herramientas destinadas a crear y consolidar vínculos colectivos, también se genera en ellas un movimiento inverso de estandarización, que pone coto a las expectativas renovadoras.

Además, los resultados presentados abren nuevos interrogantes referidos a otras facetas de la comunicación política online. En efecto, la red produce incesantemente nuevos géneros y formatos (por ejemplo, los emergentes Snapchat o Instagram) que generan nuevas narrativas y circuitos en el campo político).

Asimismo, el amplio espectro de los fenómenos discursivos de estructura más horizontal que hacen de la web una herramienta organizativa para convocatorias,

protestas, redes formadas con fines específicos se perfila actualmente como un campo de investigación de enorme dinamismo.

A la vez, estos fenómenos plantean otro tipo de exigencias metodológicas asociadas a la captura rápida y el procesamiento de grandes volúmenes de información. En los últimos años, se ha producido un enorme avance en este sentido, que invita a explorar el aprovechamiento de aplicaciones destinadas a la captura y procesamiento de grandes volúmenes de texto y a estudiar las estrategias para complementarlos con métodos de análisis del discurso que permiten reponer la densidad textual y proponer caminos para dar cuenta de ella.

Como puede apreciarse, el dinamismo con que evolucionan los géneros estudiados, hace que toda caracterización sea necesariamente provisoria y que esté, a la vez, amenazada por una rápida obsolescencia. Sin embargo, considero que los núcleos del análisis propuesto siguen vigentes y que, en su conjunto, permiten capturar un momento en el devenir de las redes, contribuyendo así a explicar su importancia en el seno de la vida política. Por otra parte, este análisis de un debate emblemático de nuestro pasado reciente, espera contribuir a la reflexión sobre los modos en que, en la arena discursiva, las luchas políticas confrontan identidades, recuperan genealogías y buscan esbozar nuestras alternativas de futuro.

Bibliografía

- Aboy Carlés, G. (2001) "Repensando el populismo". Ponencia presentada en el XXIII Congreso de LASA. Washington. Disponible en <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2001/AboyCarlesGerardo.pdf>
- (2007) "La democratización beligerante del populismo" en *Debate. Revista de la Asamblea Nacional de Panamá*. Disponible en http://www.unsam.edu.ar/escuelas/politica/centro_historia_politica/material/Democratizaci%F3n_beligerante.pdf
- Adelstein, A. y Vommaro, G. (2014) *Diccionario del léxico corriente de la política argentina. Palabras en democracia (1983-2013)*. Los polvorines, UNGS.
- Aldé, A. (2011) "Ciudadanos na rede: tipos de internautas e sua relacao con la informacao politica online". En *Contemporânea. Comunicação y cultura*. Vol 9, n. 3, setembro/ dezembro 2011, Universidad Federal de Bahía.
- Altamirano, C. (1998) *Fronzizi*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Althusser, L. (1970) *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1984.
- Alzamora, G. y Braga, C. (2014) "Las redes sociales, armas de protesta. Twitter y facebook en las protestas de los movimientos sociales en España y Brasil." En Ferré Paiva, C. (ed.) (2014) *El uso de las redes sociales. Ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y en Brasil*. Barcelona, INCOM. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Amigo Cerisola, R. (1996) "Meditaciones sobre un billete de cien pesos. Arte y Política", *Razón y Revolución*, n°2, primavera de 1996, reedición electrónica. <http://www.razonyrevolucion.org.ar/textos/revryr/arteyliteratura/ryr2Amigobilletedecien pesos.pdf>
- Amossy, R. (2000) *PSYCHOLOGICAL AND CULTURAL ANALYSIS OF ARGENTINE POLITICS*
- (2005) "De la sociocritique à l'argumentation dans le discours" en In: *Littérature*, N°140, *Analyse du discours et sociocritique*. Disponible en: http://web/revues/home/prescript/article/litt_0047-4800_2005_num_140_4_1911
- (2009) "Argumentation in Discourse: A Socio-discursive approach to arguments" en (June 3, 2009). OSSA Conference Archive. Disponible en Paper 1. Disponible en <http://scholar.uwindsor.ca/ossaarchive/OSSA8/keynotes/1>
- (2010) "Polemical Discourse On The Net: "Flames" In Argumentation." *ISSA proceedings, 2010*. Disponible en <http://rozenbergquarterly.com/issa-proceedings-2010-polemical-discourse-on-the-net-flames-in-argumentation/>
- (2011) "La coexistence dans le dissensus", *Semen* [En ligne], 31 | 2011, mis en ligne le 19 avril 2011. Disponible en: <http://semen.revues.org/9051>
- Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires, Eudeba, 2001.

Amstead, Nick y Chadwick, Andrew (2008) "Parties, election campaigning and the Internet. Toward a comparative institutional approach". En Andrew Chadwick and Philip Howard (eds.) *The Routledge Handbook of Internet Politics*. Routledge.

Angenot, M. (1985) *La parole pamphletaire*. Paris, Payot.

(2010) *El discurso social. Los límites de lo pensable y de lo decible*. Buenos Aires, Siglo XXI.

(2012) "La notion d'arsenal argumentatif. L'inventivité rethorique dans l'histoire." en *Rétor 2*. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/308064>

Aristóteles, *Retórica*. Buenos Aires, Ediciones Libertador, 2004.

Arnoux, E. (2008 a) *Los discursos sobre la Nación y el lenguaje en la formación del Estado chileno (1842. 1862). Un estudio glotopolítico*. Buenos Aires, Santiago Arcos.
(2008b) *El discurso latinoamericanista de Hugo Chávez*, Buenos Aires, Biblos.

Bacot, P.; Coulomb-Gully, M.; Honoré, J. P. ; Le Bart, C.; Oger, C.; Plantin, C. "Le discours politique n'est pas transparent. Permanence et transformations d'un objet de recherche" En *Mots* N° 94 Noviembre 2010. Disponible en mots.revues.org/pdf/19858

Bajtín, M. (1935) "La palabra en la novela" en *Problemas literarios y estéticos*, La Habana, Editorial Arte y Literatura, 1986.

(1982) "El problema de los géneros discursivos" en *Estética de la creación verbal*, Mexico Siglo XXI.

Balandier, G. (1992) *El poder en escenas*. Barcelona, Paidós, 1994.

Barats, Christine (2013) *0DQXHO G1DQDOVH GX ZHE HQ VFLHQFHV KXPDLQHV VR51D OHV*
A. Colin.

Barthes, R. (1957) "Poujade y los intelectuales" en *Mitologías*, Mexico, siglo XXI, 1980.

(1961) "El mensaje fotográfico" en *La Semiología*. Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, 1970.

(1964) "Retórica de la imagen" en *La Semiología*. Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, 1970.

(1966) "Introduction à l'analyse structurale du récit." En *Communications* N° 8, Paris, Seuil.

(1970) *La antigua retórica*. Barcelona, Ediciones Buenos Aires, 1982.

(1980) *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona Paidós 1999.

Becerra, M. y Beltrán, R. (comps.) *Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación*. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, UBACyT, 2014.

Benveniste, E. (1970) "El aparato formal de la enunciación" en *Elementos de lingüística general*. México, Siglo XXI.

- Bermúdez, Nicolás “Tipología y discurso político” en *Signo y Seña*, número 22, diciembre de 2012, pp. 139-163 Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Disponible en: <http://revistas.filo.uba.ar/index.php/sys/index>
- Bernal, F. (2005) *Petróleo, Estado y Soberanía. Hacia una empresa multiestatal latinoamericana de hidrocarburos*. Buenos Aires, Biblos.
- Blood, R. (2002) *The Weblogs Handbook*. New York, Perseus.
- Bohoslavsky, E. (2008) *La Patagonia (de la guerra de Malvinas al final de familia ypefiana)*, Los Polvorines UNGS.
- (2009) *El complot patagónico*. Buenos Aires, Prometeo.
- Bolter, J. y Grusin, R. (2011) “Inmediatez, hipermediación, remediación” en *Cuadernos de Información y Comunicación*, 16. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
- Bonhomme, M. y Stalder, P. (2006) “Analyse sémiolinguistique des pages d’accueil des sites politiques suisses sur Internet”, *Mots. Les langages du politique*, n° 80, *La politique mise au net*, mars 2006 [en ligne], mis en ligne le 01 mars 2008. URL : <http://mots.revues.org/index484.html>. Consulté le 16 février 2009.
- Bonnacorsi, J. “Approches sémiologiques du web”, en Barats, C. Manuel d’analyse du web *en sciences humaines sociales* Paris, A. Colin.
- Bonnafous, S. (2001) “El arma como burla en J. M. Le Pen”. En Montero, A.S. (2016) *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*. Buenos Aires, Prometeo.
- Borges, J. L. (1933) “El arte de injuriar” en *Historia de la Eternidad. Obras Completas (1923-1972)*, Emecé, 1974.
- (1951) “Kafka y sus precursores” en *Otras inquisiciones. Obras Completas (1923-1972)*, Emecé, 1974.
- Bouillier, D. (2008) “La nueva materialidad del espacio público: los dispositivos de la Netpolítica” en Mercier, A. (coord.) *La comunicación política*. Buenos Aires, La Crujía, 2012.
- Bourdieu, P. (1979) *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1998.
- Brunner, J. J. (1983) *Entrevistas, discursos, identidades*. Santiago de Chile, FLACSO.
- Calsamiglia, H. y Tusón Valls, A. (1999) *Las cosas del decir*. Barcelona, Ariel.
- Calvo, E. (2015) *Anatomía política de Twitter en Argentina. Twiteando #Nisman*. Buenos Aires, Capital Intelectual.
- Carlón, M. y Neto, F.N. (2011) *Las políticas de los internautas*, Buenos Aires, La Crujía.
- Carrizo, G. A. (2012) “De ‘militar autoritario’ a ‘héroe del nacionalismo petrolero’”. Acerca de los usos políticos de Mosconi en la Argentina contemporánea” en *Sociedad y economía*, n° 23, p. 17 a 33.
- Cassetti, F. (1986) *El film y su espectador*. Madrid, Cátedra, 1989.

- Castells, M. (1998) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid, Siglo XXI, 2006.
- (2001) *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid, Areté.
- (2006) *La Sociedad Red*. Alianza Editorial, 2006.
- (2009) *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza Editorial.
- (2011) *Comunicación móvil y desarrollo económico y social en América Latina*. Barcelona, Fundación Telefónica.
- Chaput, M. (2006) "La dynamique argumentative des discussions politiques sur internet" en *COMMPosite*, V2006.1. Disponible en www.commposite.org/index.php/revue/article/viewFile/78/78
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2002) *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Charaudeau, P. (2009) "La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político", in Shiro M. & alii, *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas. Disponible en: <http://www.patrick-charaudeau.com/La-argumentacion-persuasiva-EI.html>
- Chartier, R. (1993) *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid, Alianza.
- Cheresky, I. (2008) *Poder presidencial, opinión pública y exclusión social*. Buenos Aires, CLACSO- Manantial.
- Ciapuscio, G. (1994) *Tipos textuales*, Buenos Aires, Eudeba.
- (2009) "La noción de familia de géneros en el análisis de la comunicación de la ciencia" en Parini, A. y Zorrilla, A (eds.), *Escritura y Comunicación*, Buenos Aires: Universidad de Belgrano.
- Cosenza, G. (2008) *Semiotica dei nuovi media*. Roma, Laterza.
- (2010) "La comunicazione politica sul web 2.0" en Montanari, F. *Politica 2.0. Nuove tecnologie e nuove forme di comunicazione*. Roma, Carocci. *Politica 2.0. Nuove tecnologie e nuove forme di comunicazione*.
- (2013) "I politici italiani su Twitter, fra esagerazioni, pasticci e qualche buon risultato" en *Comunicazione Politica*, Annata XIII, n. 3, 2013, pp. 299-318. *Quadrimestrale dell'associazione Italiana di Comunicazione Politica*, Carocci/Il Mulino, Bologna.
- Courtine, J.J. (1990) "Os deslizamentos do espetáculo político" en *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. Sao Carlos, Claraluz, 2003.
- Crystal, D. (2011) *Internet Linguistics*. New York. Routledge.
- da Empoli, Giuliano (2008) *2EDPD/DSROLWLFQHOODUDGLDFMERN*, Marsilio.

Debray, R. (1997) *El estado seductor: Las revoluciones mediológicas del poder*. Buenos Aires: Manantial.

de Ípola, Emilio (1979) "Teoría de las ideologías". Seminario dictado en México, Mimeo.

(1983 a) Ideología y discurso populista,. Buenos Aires. Folios.

(1983b) "Desde estos mismos balcones" en Torre, J. C. *El 17 de octubre de 1945*, Buenos Aires, Ariel, 1995.

(2005) "Sociedad, ideología y comunicación", en *La Bemba. Acerca del rumor carcelario*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2005, pp. 61-86

(2007) *Althusser. El infinito adiós*, Siglo XXI eds., Buenos Aires.

(2009)"La última utopía. Reflexiones sobre la teoría del populismo de Ernesto Laclau". En *El político y el científico. Ensayos en homenaje a Juan Carlos Portantiero*. Buenos Aires, Siglo XXI

De Ugarte, David (2005) *El poder de las redes. Manual ilustrado para ciberactivistas*. Biblioteca de las indias, Bilbao.

Eco, U. (1964) *Apocalípticos e Integrados* Barcelona, Lumen, 1987.

(1968) *La estructura ausente*. Barcelona, Lumen, 1994.

Eisner, L. (2007) "El Anuario Socialista argentino como 'género editorial': una propuesta metodológica para el abordaje de publicaciones periódicas desde el Análisis del Discurso" en IV Jornadas de Historia de las Izquierdas "Prensa política, revistas culturales y emprendimientos editoriales de las izquierdas latinoamericanas." Ciudad de Buenos Aires, 14, 15 y 16 de noviembre de 2007. Disponible en <http://www.cedinci.org/jornadas/4/M1.pdf>

(2014) "Argumentación didáctica y argumentación polémica en la prensa política de la primera mitad del siglo xx: el *Anuario socialista* argentino como artefacto retórico". En *Rétor* vol 4, nº 2, 2014. Disponible en http://www.revistaretor.org/pdf/retor0402_eisner.pdf

Fabbri, P. (1998) *El giro semiótico*, Barcelona, Gedisa, 2000.

Fabbri, P. y Macarino, P. (1985) "El discurso político". En *De Signis 2*. Barcelona, Gedisa 2002.

Facebook Insights (2014) "Creating a Business account on Facebook". Disponible en <http://es.slideshare.net/ankit5886/facebook-insights-jan-2014>

Fagés Ramió. R. (2008) "Actitud 2.0: la política más allá de los blogs" en *Revista de Internet, Derecho y Política* Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en <http://www.uoc.edu/idp/7/dt/cat/fages.pdf>

Fairclough, N. (1992) "Intertextuality in Critical Discourse Analysis". En *Linguistics and Education 4*. London, Elsevier.

- Feher, K. "The Frameworks of New Media", Short Version of Conference Paper The Co-Production of Knowledge: Social Media, STS.York, 18-20 July 2012
- Fernández, J.L. (2013) "Mediatizaciones de sonido en las redes: el límite Vórterix" en *Letra. Imagen. Sonido* (L.I.S.) *Ciudad mediatizada* Año IV, # 10, Segundo semestre 2013. Buenos Aires.
- Ferry, J.M. et al. *El nuevo espacio público*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- Freud, S. (1921) *Psicología de las masas y análisis del Yo*. En *Obras Completas*. Tomo I, Biblioteca Nueva, Madrid, 1967.
- Gadano, N. (2006) *Historia del Petróleo en la Argentina*, Buenos Aires, Edhasa.
- Ghidoli, D. (2009) "Attanti, attori, agenti: Facebook e la celebrazione della quotidianità" en *Lexia*, N°3-4, CIRCE, Torino.
- (2010) *Tesi dottorale: Facebook e la celebrazione della Quotidianità. Semiotica del social (media) networking*. Università degli Studi di Torino. Disponible en <https://unito.academia.edu/danielaghidoli/Papers>
- Giménez, G. (1981) *Poder, estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso jurídico-político*. México, UNAM.
- Girardet, R. (1996) *Mitos y mitologías políticas*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.
- Gronbeck, B. (2006) "Theorizing Visual Argumentation: Three Approaches to Jakob Riis" en *ISSA Proceedings, 2006*. The University of IOWA. Disponible en: <http://rozenbergquarterly.com/issa-proceedings-2006-theorizing-visual-argumentation-three-approaches-to-jacob-riis/>
- Grossi, G. "La comunicación política entre partidos de masa y mass media" en Moragas y Spa, M. (comp.) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gili, 1985.
- González, H. (2004) "Cinemateca al paso" en *Escritos en carbonilla. Figuraciones, destinos retratos*. Buenos Aires, Colihue, 2006.
- (2011) "El revisionismo histórico y el 'combate por la historia' en *La tecla Ñ. Revista digital de cultura y política*. Año XI, n° 56.
- Gouldner, A. (1976) *La dialéctica de la ideología y la tecnología*. Alianza, Madrid, 1980.
- Gutiérrez, Y. A., Baquero Rodríguez, M. Bonilla Carbajal, C. y Rivero Ortiz, G. A. (2014) "Technical-Technological Dimension of Facebook: towards a Collective Affectivity" en *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*. Vol. 3, N° 1, Mayo de 2014. Editorial Delirio, Salamanca.
- Gutiérrez Rubí (2008) "Cinco claves para la política 2.0 en 2008" en <http://www.gutierrez-rubi.es/2007/02/12/cinco-claves-de-la-politica-20-en-el-2008/>
- Habermas, J. (1964) *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona. G. Gili, 1980.
- Halperin Donghi, T. (1983) "El revisionismo histórico como visión decadentista de la historia nacional" en *El revisionismo histórico como visión decadentista de la historia nacional*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005.

- (2006) “¿Qué fue el liberalismo argentino? Conferencia pronunciada en el Club de Cultura Socialista José Aricó. Septiembre de 2006. Disponible en http://www.clubsocialista.com.ar/actividades/conferencias_semanales/2006.php
- (2012) “Para una imagen revisionista de la revolución de mayo”. En *El rey desnudo*, Año I, n° 1, primavera de 2012. Disponible en: <https://drive.google.com/viewerng/viewer?url=http://reydesnudo.com.ar/rey-desnudo/article/viewFile/34/34>
- Herring, Susan C. (2012) *Discourse in Web 2.0: Familiar, Reconfigured, and Emergent*. In D. Tannen & A. M. Tester (Eds.), Georgetown University, *Round Table on Languages and Linguistics 2011: Discourse 2.0: Language and new media*. Washington, DC: Georgetown Univ. Press.
- Herring, S.C. ; Scheidt, L. ; Wright, E.; Bonus, S. (2005) “Weblogs as a bridging genre” *Information Technology & People*; 2005; 18, 2; ABI/INFORM Global. Emerald Publishing Group.
- Holgado Lage, A. y Recio Diego, A. (2013) “La oralización de textos digitales: usos no normativos en conversaciones instantáneas por escrito.”. En *Caracteres. Estudios culturales críticos de la esfera digital*. Vol. 2, N° 2, Noviembre de 2013, Salamanca. Disponible en <http://revistacaracteres.net/>
- Ignis View (2012) “Twitterismo 140 caracteres.” Disponible en <http://www.ignis-arg.com/twiterismo140-caracteres/>
- Jakobson, R. (1960) “Lingüística y poética” en *Ensayos de lingüística general*. Barcelona Planeta- Agostini, 1985.
- Java, A. Finin, T., Song X.y Tseng, B. (2007) “Why we twitter: understanding microblogging usage and communities.” En *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis*. New York.
- Jenkins, H.(2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, New York, 2006. Disponible en <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Jenkins-ConvergenceCulture-Intro.pdf>
- Jost, F. (2010) “Que signifie parler de ‘réalité’ por la télévision?” en *Télévision*, N°1, 2010. Paris, CNRS.
- Kaul de Marlangeon, S. (2008) “La descortesía en contextos institucionales y no institucionales” en *Pragmatics* 18:4, International Pragmatics Association. 2008. disponible en <http://journals.linguisticsociety.org/elanguage/pragmatics/article/download/588/588-931-1-PB.pdf>
- Kaul de Marlangeon, S. y Cordisco, A. (2014) “La descortesía verbal en el contexto político-ideológico de las redes sociales” en *Revista de Filología*, 32, enero 2014. La Laguna, Universidad de La Laguna.
- Koren, R. (2013) “La critique du discours des ‘anciens’ médias ‘mise au Net’ : un nouveau type d’argumentation politique ? ” en *Mots* N° 10, [L’argumentation dans le discours politique](http://www.mots.org/revue/10/Largumentation_dans_le_discours_politique), Paris.

- Kornfeld, L. (2011) "Gramática y política del insulto: la revista Barcelona" en *Question* vol.1. N° 29. La Plata, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Kruger, Clara (2009) *Cine y peronismo*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Laclau, E. (1990) *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1993.
- (2005) *La razón populista*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- (2008) *Debates y combates*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Landi, O. *El discurso de lo posible*. Buenos Aires, CEDES, 1983.
- (1992) *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires: Planeta.
- Landow, G. (2006) *Hipertexto 3.0. Teoría crítica de los nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona, Paidós, 2009.
- Lanza, L. "Escenas primarias de la política 2.0 en Argentina y en el mundo" en *Más poder local*. N° 3. Diciembre 2010. Disponible en <http://myslide.es/news-politics/escenas-primarias-de-la-politica-20-maspoderlocales.html>
- Lara, T. (2012) "Twitter y sus funciones comunicativas" en *Blog Tiscar.com*. Disponible en <http://tiscar.com/2012/03/11/twitter-y-sus-funciones-comunicativas/>
- Lazarfeld (1953) "La campaña electoral ha terminado" en Moragas, Miquel de *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1985.
- Lévy, P. (1993) "Las tecnologías de la inteligencia. El futuro de la inteligencia en la era informática". Buenos Aires, Edicial, 2000. Disponible en <https://elsudamericano.files.wordpress.com/2012/03/las-tecnologias-de-la-inteligencia-pierre-lc3a9vy.pdf>
- Lewinski, Marcin, (2010) *Internet political discussion forums as an argumentative activity type. A pragma-dialectical analysis of online forms of strategic manoeuvring in reacting critically*. Rozenberg Publishers, The Netherlands.
- Licoppe, C. y Smoreda, Z. (2005) "Are Social Networks Technologically Embedded? How Networks Are Changing Today with Changes in Communication Technology" *SocialNetworks* N° 27. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/222527539_Are_Social_Networks_Technologically_Embedded_How_Networks_Are_Changing_Today_with_Changes_in_Communication_Technology
- López, G y Ciuffoli, C. (2012) *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires, La Crujía.
- Lucchini, C. y San Román, C. (2012) *Del pozo al surtidor. La historia del petróleo contada por sus protagonistas*. Buenos Aires, Biblos.
- Ludmer, J. (2012) "Literaturas postautónomas" en *L'objet littérature*. Disponible en <http://oblit.hypotheses.org/277>

- Macherey, P. (2014) "Lengua, discurso, ideología, sujeto, sentido de Thomas Herbert a Michel Pêcheux" *Décalages*: Vol. 1: Iss. 4. Available at: <http://scholar.oxy.edu/decalages/vol1/iss4/17>
- Maingueneau, D. (2002) "Problèmes d'éthos", en *Pratiques* N°113/114, junio de 2002, pp. 55-67. (Traducido y seleccionado por M. Eugenia Contursi para uso exclusivo del Seminario "Análisis del discurso y comunicación") Disponible en <http://es.scribd.com/doc/15238597/Ethos-Mangueneau>
- (2007) *Análisis de textos de comunicación*. Buenos Aires, Nueva Visión, 2009.
- (2008) "L'énnoication aphorissante em Conferências do Vº Congresso da Associação Brasileira de Linguística, T. Cristóvão Silva e H. Mello (Eds.), Belo Horizonte, UFMG, 2008, p 155 - 164 ou então o livro *Cenas da Enunciação*, Parábola Editorial, 2008, p. 75 - 93.
- (2010) "Types of genres, Hypergenre and Internet", en M-J Luzon, M-N Ruiz-Madrid, M-L Villanueva (eds), *Digital Genres, New Literacies and Autonomy in Language Learning*, Cambridge Scholars Publishing, 2010, pp.25-42.
- (2012) *Les phrases sans texte*. Paris, Colin.
- Maingueneau, D. y Cossutta, F (1995) "L'analyse des discours constituans", en *Langages* N° 117, marzo de 1995, pp. 112-125. (Traducción de M. Eugenia Contursi, 2009).
- Maíz Arévalo, C. (2013). "Just click 'like': Computer-mediated responses to Spanish compliments", *Journal of Pragmatics*, 51. Disponible en <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216613000799>
- Mancera Rueda, A. (2009) "Manifestaciones de descortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles" en *Discurso & Sociedad*, Vol3 (3), 2009. Disponible en: [http://www.dissoc.org/ediciones/v03n03/DS3\(3\)Mancera.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v03n03/DS3(3)Mancera.pdf)
- Mancera Rueda, A. (2014) "Cortesía en 140 caracteres: interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores" en *Revista de Filología* 32. Universidad de La Laguna, enero 2014.
- Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2013a) *El discurso político en Twitter. Análisis de PHQVDMHVTWULQBA*. Barcelona, Anthropos.
- (2013 b) "Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter" en *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*. N° 56. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <http://www.ucm.es/info/circulo>
- (2013 c) *El español coloquial en las redes sociales*. Madrid, Arco.
- (2015) "Valores sintáctico-discursivos de las etiquetas en Twitter" en *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*. N°64, Disponible en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/circulo/no64/mancera.pdf>
- Manovich, L. (2016) "Exploring urban social media: *Selfiecity* and *On Broadway*" en *Code and the City*. Routledge, forthcoming February 2016.

- Menna, L. (2012) "Nuevas formas de significación en red: el uso de las #etiquetas en el movimiento 0' En *Estudios de lingüística en español*, vol. 34. Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Mesa Nacional de Proyecto Sur (2012) "Documento de la Mesa Nacional de Proyecto Sur sobre YPF" En *Infosur. Sitio oficial de Proyecto Sur*. 21 de abril de 2012. <http://infosur.info/documento-de-la-mesa-nacional-de-proyecto-sur-sobre-ypf/>
- Miller, V. (2008) New Media, Networking and Phatic Culture en *Convergence* 14: 387 Disponible en <http://con.sagepub.com/content/14/4/387>
- (2015) "Phatic culture and the status quo: Reconsidering the purpose of social media activism" en *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 1–19. Disponible en con.sagepub.com
- Ministerio de Educación. Presidencia de la Nación (2012) *Reviví la historia, conocé el futuro. YPF sos vos*. Buenos Aires, Ministerio de Educación Secretaría de Gestión y Coordinación de Políticas Universitarias.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2014) "Mapa Argentino de las redes sociales." En <http://www.infojusnoticias.gov.ar/nacionales/un-mapa-de-redes-sociales-para-proteger-los-datos-personales-5474.html>
- Moïse, Claudine "Argumentation, confrontation et violence verbale fulgurante" en *Argumentation et Analyse du Discours*, (en ligne) 8/2012, mis en ligne le 15 avril 2012, consulté le 24 février 2015, Editeur: Université de Tel Aviv, Disponible en <http://aad.revues.org/1260>
- Monnoyer Smith, L. (2013) "Le web comme dispositif : comment appréhender le complexe?" En Barats, C. (2013) *ODQMOGQDOVHGZHEHQVFLHQFHVKRDLQHV sociales*. Paris, A. Colin.
- Montero, A.S. (2012) *DOILQDOXQGtDYROYLPRV Evocaciones de la memoria setentista y ethos militante en el discurso presidencial argentino (2003-2007)* Buenos Aires, Prometeo.
- Muraro, H. (1991) *Poder y comunicación. La irrupción del marketing y la publicidad en la política*. Buenos Aires, Letra buena.
- Myers, G. (2010) *The discourse of blogs and Wikis*. London, Continuum.
- Navarro, F. (2013). "Discurso político y redes sociales. El uso de twitter en la campaña presidencial argentina 2011". In L. Flores (Ed.), *Actas del VIII Congreso Internacional de la ALSFAL: Lenguaje y sociedad. Aportes de la Lingüística Sistémico-Funcional al análisis del discurso verbal y multimodal en la educación y otras disciplinas*. Montevideo: Universidad Católica Damaso A. Larrañaga. ISBN 978-9974-98-995-5.
- "Relatos en la campaña presidencial Argentina a través de Twitter. análisis de un género discursivo desde la Lingüística Sistémico-Funcional". En Menéndez, S. & Carrizo, A. (Ed.). *Actas de las II Jornadas Internacionales Beatriz Lavandera*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Navarro, E. y García Mantilla, A. (2011) "Nuevos textos y contextos en la web 2.0. Estudios de caso relacionados con las revoluciones en el norte de África y Oriente próximo" en *CIC (Cuadernos de información y comunicación)*, Vol 16.

Oger, C. (2012) "La conflictualité en discours : le recours à l'injure dans les arènes publiques" en *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 8 | 2012, mis en ligne le 15 avril 2012, URL : <http://aad.revues.org/1297> Éditeur : Université de Tel Aviv.

O'HLOOY *What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Disponible en <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Peñafiel, Ricardo (2011) "L'image du peuple. Construction de l'ethos plébéien de Hugo Chávez dans l'émission *Aló President*" en *Mots*, n° 96, 2011. p 29-44. Editeur : Université de Tel Aviv. Disponible en URL : <http://aad.revues.org/1260>

Perelman, Ch. / Olbrechts-Tyteca, L. (1958) *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Gredos, 1989.

Perón, J.D. (1952) *Conducción política*. Buenos Aires, Secretaría Política de la Presidencia de la Nación, Buenos Aires, 1974. Disponible en: <http://www.peronistakirchnerista.com/doc/1.1.pdf>

Michel Pêcheux (1975) "Mises au point et perspectives à propos de l'analyse automatique du discours", en *Langages* 37, 1975

Piglia, R. (1991) "La ficción paranoica" Seminario dictado en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. *Clarín*, suplemento *Cultura y Nación*, 10-10-1991.

Piscitelli, A. (2002) *Ciberculturas 2.0, en la era de las máquinas inteligentes*, Barcelona, Paidós.

(2010) *El Proyecto Facebook y la post universidad*. Barcelona, Planeta.

Podetti, M. (1992) "Definir el discurso político" en Podetti, Qués, Sagol: *Política, medios y discurso en la Argentina*. Buenos Aires, CEDAL.

Podetti, M. Qués, M.E, y Sagol, C. *La palabra acorralada*. Buenos Aires, Fucade, 1989.

Portantiero, J.C. y De Ipola E. (1981) "Lo nacional popular y los populismos realmente existentes" en de Ipola, E. *Investigaciones Políticas*. Buenos Aires. Nueva Visión, 1989.

Pozuelo-Ollé, O. (2015) "Blogs, videoblogs y fotoblogs: neología e implantación terminológica" en *Debate Terminológico* N° 13.

Qués, M. E. (2010) "Retóricas de la proximidad" en *Revista Latinoamericana de Opinión Pública* N° 2, Buenos Aires, Teseo.

(2013) "Enunciación política y nuevas tecnologías: análisis de las páginas de inicio de la UCR y el PJ" en *Medios y política. Imágenes, discursos y sentidos*. Buenos Aires. Editorial Universitaria Rioplatense.

(2014) "Telepolítica" en Adelstein, A. y Vommaro, G. *Diccionario del léxico corriente de la política argentina. Palabras en Democracia (1983-2013)*. UNGS.

- Quirós J. (2014) "Militante" en Adelstein, A. y Vommaro, G. *Diccionario del léxico corriente de la política argentina. Palabras en Democracia (1983-2013)*. UNGS.
- Raimondo Anselmino, N. y Reviglio, C. (2014) "Redes, medios y esfera pública en tiempos de la post-mass-mediatización" en Ravetto, F. y Reviglio, C. (Comps.) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones (Cuadernos del CIM)*, Rosario, UNR Editora.
- Ranciére, J. (2008) *El espectador emancipado*. Buenos Aires, Manantial, 2010.
(2009) *Momentos Políticos*. Buenos Aires, capital Intelectual, 2010.
- Re, F. (2014) "La política transmediática. Nuevas formas de participación ciudadana" en *La trama de la comunicación* N° 18. Rosario, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Reale, A. y Vitale, A. *La argumentación. Una aproximación retórico-discursiva*. Colección "Cuadernos de Lectura", Buenos Aires, Ars Editorial, 1995.
- Rheingold, Howard (2002) *Multitudes inteligentes*, Barcelona, Gedisa, 2005.
- Ricoeur, Paul (2000) *La memoria, la historia, el olvido*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Rodotá, S. (1997) *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Buenos Aires, Losada, 2000.
- Rojas, D. (2012) *Argentuits. Pasiones políticas en 140 caracteres*. Buenos Aires, Planeta, 2012.
- Rosier, L. "Introduction", *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 8 | 2012, mis en ligne le 15 avril 2012, Disponible en aad.revues.org/1321.
- Sal Paz, J. C. (2013) "Comentario digital: género medular de las prácticas discursivas de la cibercultura." En *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*. Vol. 2 N° 2 noviembre de 2013
- Sarlo, B. (1992) "Estética y pospolítica. La escena Massmediática" en Schmucler, H. y Mata, M. C. (coord) (1992) *Política y Comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mass mediática?* Buenos Aires, Catálogos Editora.
- (1995) "Estética y pospolítica. Un recorrido de Fujimori a la Guerra del Golfo". En *Cultura y pospolítica El debate sobre la modernidad en América latina*. García Canclini Néstor, (comp.) México, Centro Nacional para la Cultura y las artes.
- (2010) *La audacia y el cálculo*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Sartori, G. (1997) *Homo videns*. Buenos Aires, Taurus-Alfaguara, 1998.
- Scherlis, G. (2015a) "El sueño de un sistema de partidos normalizado" en <http://www.politica.com.ar/blog/author/gerardo-scherlis/>
- (2015 b) "Partidos argentinos: más adaptación, menos debate" en <http://www.politica.com.ar/blog/author/gerardo-scherlis/>

- Schmucler, H. y Mata, M. C. (coord) (1992) *Política y Comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mass mediática?* Buenos Aires, Catálogos Editora.
- Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*, Barcelona: Gedisa.
- (2013) *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, Deusto.
- Scolari, C., Bertetti, P. y Freeman, M. (2014) *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*, New York, Palgrave Pivot.
- del Villar, R. y Scolari, C. (2003) *De signis*, Número 5 (Coord) *Corpus Digitalis- Semióticas del mundo digital*.
- Serfaty, Viviane "Les blogs et leurs usages politiques lors de la campagne présidentielle de 2004 aux États-Unis", *Mots. Les langages du politique* [en ligne], 80 | 2006, mis en ligne le 01 mars 2008. URL : <http://mots.revues.org/index501.html>
- Sibilia, P. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Slimovich, Ana (2012) "El Facebook de los gobernantes: El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri" en Carlón, M. y Neto, F.N. *Las políticas de los internautas*, Buenos Aires, La Crujía.
- Sorj, B. y Fausto, S. (comp.) (2016) *Activismo político en tiempos de Internet* Sao Paulo Edições Plataforma democrática"
- Steimberg, Oscar (1988) *La recepción del género*. Buenos Aires, UNLZ.
- (2003) "La reconstrucción cotidiana de la cotidianeidad". Publicado en *Actas del V Congreso Internacional de la Federación Latinoamericana de Semiótica: HPLYWLFDV GH OD YLGD FRWL* Buenos Aires, Asociación Argentina de Semiótica, diciembre de 2003. Disponible en <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/steimberg/pdf/steimberg07.pdf>
- Suárez, B. (2014) "¿Qué estás pensando? El dispositivo de enunciación en la red social Facebook" en *La trama de la comunicación* numero 18, enero- diciembre de 2014. UNR Editora
- Swales, J. M. (1990) *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Tabachnik, S. (2012) *Lenguaje y juegos de escritura en la red*. México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Todorov, Tzvetan, (1978) *Os generos do discurso* Lisboa, Edições 70,1981.
- Touraine, Alain. (1989) "Comunicación política y crisis de representatividad" en Ferry et al. *El nuevo espacio público*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- Twitter (2014 a y b) *El Blog de Twitter en español*. <https://blog.twitter.com/es/espanol>

- Varela, G. (2013) "Nuevas formas visitadas de la injuria política: la argumentación en los libelos audiovisuales de RXWXEH" Disponible en http://semioticadelosmedios2.sociales.uba.ar/?page_id=254
- Vega, A. (2011) "Discursos y practicas escolares en la celebración del aniversario del petróleo en Comodoro Rivadavia". Ponencia presentada en VI Jornadas de Jóvenes Investigadores 10, 11 y 12 de noviembre de 2011. Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Disponible en http://webiigg.sociales.uba.ar/iigg/jovenes_investigadores/6jornadasjovenes/EJE%208%20PDF/eje8_vega.pdf
- Ventura, A. (2013 a) "Construcción discursiva de contradestinatarios políticos en Twitter. El caso de la campaña presidencial argentina 2011." En *VI Coloquio de Investigadores en Análisis del discurso*. Buenos Aires.
- (2015) "La argumentación persuasiva en los mensajes de Twitter de los candidatos políticos. El caso de la campaña presidencial argentina 2011" presentado en *Congreso Latinoamericano de Comunicación Preguntas, abordajes y desafíos contemporáneos del campo comunicacional 30 años de recorridos en Buenos Aires*. Carrera de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Sociales. Universidad de Buenos Aires, 18 al 21 de agosto.
- Verón, Eliseo (1978) "Semiosis de lo ideológico y del poder". *Espacios de crítica y producción*, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires, 1984.
- (1983) "Il est là, je le vois, il me parle" En *Communications*, 38, 1983. pp. 98-120. Paris, Seuil.
- (1985a) *Le corps du président*. Paris, Mimeo.
- (1985b) "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica en *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá, Norma, 2001.
- (1985 c) "El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media" en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, IREP, París, 1985.
- (1987a) *La semiosis social*. Buenos Aires, Gedisa.
- (1987b) "La palabra adversativa" en *El discurso político*, Buenos Aires, Hachette.
- (1989) "Interfaces, sobre la democracia audiovisual avanzada" en Ferry, J.M. et al. *El nuevo espacio público*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- (1997a) "De la imagen semiológica a las discursividades" en Isabel Veyrat y otros *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona, Gedisa, 1997.
- (1997b) "Esquema para el análisis de la mediatización", en *Diálogos* N° 48, Buenos Aires, 2007.
- (2002) "Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones. Entrevista con María Elena Qués y Cecilia Sagol". En *De Signis 2*, Barcelona. Gedisa.

- (2008) "Mediatización de la política: estrategias actores y construcción de colectivos" en Mercier, A. (coord.) *La comunicación política*. Buenos Aires, La Crujía, 2012.
- (2012) Prólogo a Carlón, M. y Neto, F.A. *Las políticas de los internautas*, Buenos Aires, La Crujía.
- (2013) *La semiosis social II*. Buenos Aires, Paidós.
- (2014) "Mediatization theory: a semio-anthropological perspective and some of its consequences" en *Matrizes*, [S.l.], v. 8, n. 1, p. 13-19, jun. 2014. Disponible en: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928>.
- Verón, E. y Sigal, S. (1986) *Perón o Muerte*. Buenos Aires, Legasa.
- Vico, E. (2011) "La Teoría de la Información ante las nuevas tecnologías de la comunicación". *Cuadernos de Información y comunicación* 16. Universidad Complutense de Madrid.
- Violi, P. (2008) "Espacio público y espacio privado en la era de Internet. El caso de los blogs. Espacio público y espacio privado en la era de Internet. El caso de los blogs". En *Cuadernos de Información y comunicación Vol. 13*. Universidad Complutense de Madrid.
- Vincent, D. y Bernard Barbeau, G. (2012) "Insulte, disqualification, persuasion et tropes communicationnels : à qui l'insulte profite-t-elle?", *Argumentation et Analyse du Discours* [En línea], 8 | 2012, mis en ligne le 15 avril Éditeur : Université de Tel-Aviv. Disponible en: <http://aad.revues.org/1252>
- Vitale, A. y Maizels, A. (2011) "El discurso electoral de Cristina Fernández de Kirchner (2007). Un caso de ethos híbrido no convergente" en *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarao, SC, v. 11, n. 2, p. 337-360, maio/ago. 2011.
- Vitale, A. (2014) "Ethos femenino en los discursos de asunción de las primeras mujeres presidentes de América del Sur: Michelle Bachelet, Cristina Fernández de Kirchner y Dilma Rousseff" en *Anclajes*, vol. 18, N° 1, Santa Rosa, jun. 2014. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-46692014000100005&script=sci_arttext
- Virilio, P. (1995a) *El arte del motor*. Barcelona, Península, 2002.
- (1995b) "Velocidad e información. ¡Alarma en el ciberespacio!" en *Le monde diplomatique*, Enero de 1995.
- Vivas Márquez, J. (2014) "La cortesía valorizadora en las redes sociales. Análisis de un corpus de publicaciones en Facebook" en *Pragmalingüística* 23, Universidad de Cádiz.
- Vivas Márquez, J. y Ridaó Rodrigo, S. (2015) "Estrategias de (des)cortesía en redes sociales: análisis comparativo de facebook y twitter" en *Sintaxis. Revista de lingüística*, N° 27. Universitat de Lleida, 2015. Disponible en <http://www.sintagma-online.udl.cat/cerca.html>
- Voloshinov, V. (1929) "El marxismo y la filosofía del lenguaje". Madrid, Alianza 1992.

- Vommaro, G. (2008) *La comunicación política en Argentina : 1983-1999*. Buenos Aires, Prometeo.
- Vommaro, G., Morresi, S., y Bellotti, A. (2015) *Mundo Pro. Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Buenos Aires, Planeta.
- Walther, J., Van der Heide, B., Sang-Yeon Kim, Westerman, D., Tom Tong, S. "The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?" en *Human Communication Research* n° 24, 2008.
- Westling, M. (2007) "Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication." en https://www.researchgate.net/publication/265477226_Expanding_the_Public_Sphere_The_Impact_of_Facebook_on_Political_Communication
- Williams, Raymond (1989) *La política del modernismo*. Buenos Aires, Manantial, 1997.
- White, Hayden (2010) *Ficción histórica, historia ficcional y realidad histórica*. Buenos Aires, Prometeo.
- Wolton, D. (1999) *Internet ¿Y después?* Barcelona Gedisa, 2000.
- Yabkowski, N. (2014) "K" en *Diccionario del léxico corriente de la política argentina. Palabras en democracia (1983-2013)*. Los polvorines, UNGS.
- Yus, F. (2001) *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona, Ariel.
- Zappavigna M. *Discourse of Twitter and Social Media*. London, Continuum, 2012.
- Zelcer, M. (2009) "Dispositivos de la web" en *Actas de las Jornadas nacionales de Investigadores en comunicación*. San Luis, 2009. Disponible en http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_p.php?id=1085&idj=10
- (2010) *Redes sociales en Internet: la escritura de la cotidianidad*. En *Cartografía de investigaciones semióticas. Actas del VIII congreso nacional de la Asociación Argentina de Semiótica*, Disponible en http://www.aasemiota.com.ar/wp-content/uploads/2014/11/36_Cartograf%C3%ADa-de-Investigaciones-Semi%C3%B3ticas.pdf
- Zires, M. (2014) "Violencia, redes sociales y procesos de subjetivación política. El caso de #verfollow en Veracruz, México" en *Argumentos* N°75, mayo agosto 2014. UAM Xochimilco, Mexico. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59533233006>

Artículos periodísticos

- Bernal, F. (2012) “¿Qué diría Mosconi sobre YPF?”. Centro Latinoamericano de Investigaciones Científicas y Técnicas. Mayo de 2012 (publicación digital) Disponible en http://www.cienciayenergia.com/Contenido/pdf/140512_fb_arg.pdf
- Bonasso, M. (2001) “Fue el Menemismo, con mayúsculas. Entrevista a Pino Solanas” en *Página 12* <http://www.pagina12.com.ar/2001/01-05/01-05-27/pag18.htm>
- Bullentini, A (2011) “Historia nacional y popular” en *Página 12*, 29 de noviembre de 2011. *Contrapunto*, programa radial, 23/4/2012 Declaraciones de Facundo Suárez Lastra. Síntesis disponible en <http://martinpiton.net/2012/04/24/contrapunto-programa-del-23abr2012/>
- Bullrich, Lucrecia (2010) “Cristina Kirchner en Twitter. Beneficios, límites y riesgos” en *La Nación*, 6 de septiembre de 2010. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1301892-cristina-kirchner-en-twitter-beneficios-limites-y-riesgos>
- Comas, J. (1991) “El cineasta argentino Fernando Solanas, herido en un atentado en Buenos Aires” en *El país*, 24 de mayo de 1991. Disponible en: http://elpais.com/diario/1991/05/24/internacional/675036015_850215.html
- Dapelo, Santiago. “Katie Harbath: ‘En la red, el político debe parecer una persona común’” en *La Nación*, 6 de abril de 2015. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1781941-kathie-harbath-en-la-red-el-politico-debe-parecer-una-persona-comun>
- Diario Concordia* (2012) “Repercusiones en Entre Ríos sobre YPF”. Publicado el 17 de abril de 2012. Disponible en <http://www.diarioconcordia.com/repercusiones-en-entre-rios-sobre-ypf.html>
- Diario Cuatro vientos*, (2013) “Nueva catarata de tuits de la presidente”. Publicado el 1 de septiembre de 2013. Disponible en <http://www.diario4v.com/argentina/politica/2013/9/1/nueva-catarata-tuits-presidente-76.html>
- Diario Perfil* (2012) “Abal Medina embistió contra Humberto Tumini”. Publicado el 4 de mayo de 2012. Disponible en <http://140.perfil.com/2012/05/04/abal-medina-embistio-contra-humberto-tumini/>
- Diario Veloz* (2012) “Para el kirchnerismo, YPF debe leerse ‘Yrigoyen- Perón Fernández’” Publicado el 5 de mayo de 2012 Disponible en <http://m.diarioveloz.com/notas/57785-para-el-kircherismo-ypf-debe-leerse-yrigoyen-peron-fernandez>
- Diagonales.com* “Filmus: ‘Macri se comportó como un virrey defendiendo los intereses españoles’” 24 de abril de 2012. Disponible en <http://www.diagonales.com/provincia/179287-nota-179287-filmus-macri-se-comporto-como-un-virrey-defendiendo-los-intereses-espaoles.html>
- El Universal* (Caracas) “Expropiación de YPF en Argentina se vuelve ‘trending topic’ de Twitter” Publicado el 16 de abril de 2012. Disponible en <http://www.eluniversal.com/internacional/120416/expropiacion-de-ypf-en-argentina-se-vuelve-trending-topic-de-twitter>

- Filmus, D. (2012) "Todo el mundo comprendió que es necesario que el Estado conduzca YPF" en *Infonews*, 26 de abril de 2012. Disponible en: <http://www.infonews.com/2012/04/26/politica-19403-todo-el-mundo-comprendio-que-es-necesario-que-el-estado-conduzca-ypf.php>
- Gadano, N. (2007) "Mitos del petróleo argentino" en *Clarín*, 26 de Julio de 2007. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2007/07/26/opinion/o-03101.htm>
 (2012a) "La Operación Borges para obtener YPF" en *La Nación*, 7 de Mayo de 2012. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1471014-la-operacion-borges-para-obtener-ypf>
- (2012b) "La alterada historia de la petrolera YPF: pasado y futuro" en *Le Diplo*, Edición 154 - Mayo de 2012. Disponible en <http://vientosur.info/spip.php?article6465>
- Geddes, D. (2016) "Debate en la red: ¿se está acercando el fin de Twitter?" en *Clarín*, 31 de enero de 2016. Disponible en: http://www.clarin.com/sociedad/Debate-red-acercando-fin-Twitter_0_1513648975.html
- González, Miguel (2012) "Rajoy: 'La expropiación de YPF puede perjudicar a toda Latinoamérica'" en *El País*, Madrid, 17 de abril de 2012. Disponible en http://economia.elpais.com/economia/2012/04/17/actualidad/1334681524_417222.html
- Herrera, F. "Desde el oficialismo no hubo grandeza" en *Infosur* 4 de mayo de 2012. Disponible en <http://infosur.info/ypf-desde-el-oficialismo-no-hubo-grandeza/>
- Krakowiak, F. (2012) "Un cambio de paradigma para recuperar YPF" en *Página 12*, 17 de abril de 2012. <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2012-04-17.html>
- La Nación* (2012) "Macri quiere tomar la posta de Frondizi en su carrera a 2015" Publicado el 29 de marzo de 2012. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1460576-macri-quiere-tomar-la-posta-de-frondizi-en-su-carrera-a-2015>
- (2012) "Cristina superó el millón de seguidores en Twitter" 20 de abril de 2012. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1466733-cristina-supero-el-millon-de-seguidores-en-twitter>
<http://www.lanacion.com.ar/1466733-cristina-supero-el-millon-de-seguidores-en-twitter>
- (2012) "YPF: Respaldo del 62% a la estatización". 22 de abril de 2012. Disponible en <http://www.poliarquia.com/ypfart.pdf>
- La Nación* (2013) "Cristina Kirchner en Twitter: el 48% de sus seguidores son falsos" publicado el 5 de agosto de 2013. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1607209-cristina-kirchner-en-twitter-el-48-de-sus-seguidores-son-falsos>
- Noticias 24* (2012) "El anuncio (de Argentina) socavará la confianza en el país y puede perjudicar el futuro de la economía argentina" Publicado el 18 de abril de 2012. Disponible en <http://economia.noticias24.com/noticia/97727/ue-expropiacion-de-ypf-perjudicara-el-futuro-de-la-economia-argentina/>
- La Política Online* (2012) "Los jóvenes del Pro se pelean por Frondizi". Publicado el 7, de mayo de 2012. Disponible en <http://www.lapoliticaonline.com/nota/60875/>
- La Tecla Patagonia* (2012) "Repercusiones en las redes sociales" Publicado el 16 de abril de 2012. Disponible en

www.lateclapatagonia.com.ar/2/nota_1.php?noticia_id=5091&title=Repercusiones-en-las-redes-sociales

Moffet, Matt (2012) "Fernández de Kirchner cumple su amenaza y nacionaliza YPF" en The Wall Street Journal, reproducido en La Nación , 17 de abril de 2012. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1465592-fernandez-de-kirchner-cumple-su-amenaza-y-nacionaliza-ypf>

Mosquera, A. (2014) "Lilita Carrió, el fin de las ideologías al ritmo de alianzas y candidaturas" en Revista La Barraca, 16 de abril de 2014. Disponible en <http://revistalabarraca.com.ar/lilita-carrio-el-fin-de-las-ideologias-al-ritmo-de-alianzas-y-candidaturas/>

Página 12 (2012) "Los Frondizi no quieren un uso PRO de su apellido". Publicado el 23 de mayo de 2012. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-194692-2012-05-23.html>

Pantallas (Diario digital del Programa Usina de Medios) "YPF revolucionó Twitter" publicado el 14 de abril de 2012. Disponible en <http://udemedios.blogspot.com.ar/2012/04/ypf-revoluciono-twitter.html>

Peralta, M. "Vuelven los anglo yanquis" *Prensa Obrera*, 3 de mayo de 2012. Disponible en <http://www.po.org.ar/prensaObrera/1220/politicas/vuelven-los-anglo-yanquis>

Pertot, W. (2012) "Alineado con los españoles". En *Página 12*, 18 de abril de 2012. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-192122-2012-04-18.html>

Pittón, M. "Entrevista a F. Suárez Lastra." *Contrapunto*. Emitido en 23 de abril de 2012. Disponible en <http://martinpiton.net/2012/04/>

Rapaport, M. (2012) "Lo que nos pertenece" en *Página 12*, 17 de abril de 2012. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-192024-2012-04-17.html>

Rosario 3.com (2012) "La expropiación de YPF en Twitter" 16 de abril de 2012. Disponible en http://www.rosario3.com/contenidos/2012/04/16/noticia_0037.html

Scherlis, G. (2015) "El sueño del sistema de partidos normalizado" en *La Vanguardia Digital*, Buenos Aires, 3 de abril de 2015. Disponible en <http://www.politica.com.ar/blog/author/gerardo-scherlis/>

Svampa, M., Carnovale, V., Bergel, M. y Tarcus, H. (2011) "Fronteras (sobre la creación del instituto nacional de revisionismo histórico)" en *Miradas al sur*, Año 4. Edición número 186. Domingo 11 de diciembre de 2011. Disponible en <http://maristellasvampa.net/blog/?p=178>

Tumini, H. "Nacionalización de YPF". *Clarín*, 26 de Abril de 2012. Disponible en <http://www.seccionpolitica.com.ar/nacionalizacion-de-ypf-historia-presente-y-futuro-did14766.html>

Wiesbrot, M. "Argentina's critics are wrong again about renationalising oil" en *The Guardian*, 18 de abril de 2012. Disponible en <http://www.theguardian.com/commentisfree/cifamerica/2012/apr/18/argentina-critics-oil-nationalise>

Zaiat, A. "Finalmente llegó el día", en *Página 12*, 17 de abril de 2012. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-192037-2012-04-17.html>

Apéndices en CD:

Apéndice 1. Entrevistas

Entrevista a Agustín Rossi (FV- Santa Fe)
Entrevista a Ana Doria (GEN- Capital)
Entrevista a Sol Tischik (FV Capital)
Entrevista a Elsa González (UCR- Santa Cruz)
Entrevista a Facundo Suárez Lastra (UCR- Capital)
Entrevista a Jesús Rodríguez (UCR- Capital)
Entrevista a Daniel Filmus (FPV- Capital)
Entrevista a Rafael Bielsa (FPV. Santa Fe)
Entrevista a Federico Pinedo (Pro- Capital)
Entrevista a Adrián González Aón (Educ.ar Igualdad)
Entrevista a David de Ugarte (Ciberactivista español)
Entrevista a Agustín Campero (UCR. Buenos Aires)
Entrevista a Dominique Maingueneau (Académico, Francia).
Entrevista a Enrique Salzmán (Frente Renovador. Buenos Aires)
Entrevista a Beatriz Sarlo. (Ensayista argentina)

Apéndice 2. Corpus

Corpus Twitter

Corpus Facebook