

INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO “NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DISCURSIVA”

SEMIÓTICA DE REDES

Cátedra: Mario Carlón

Docente: Ana Slimovich

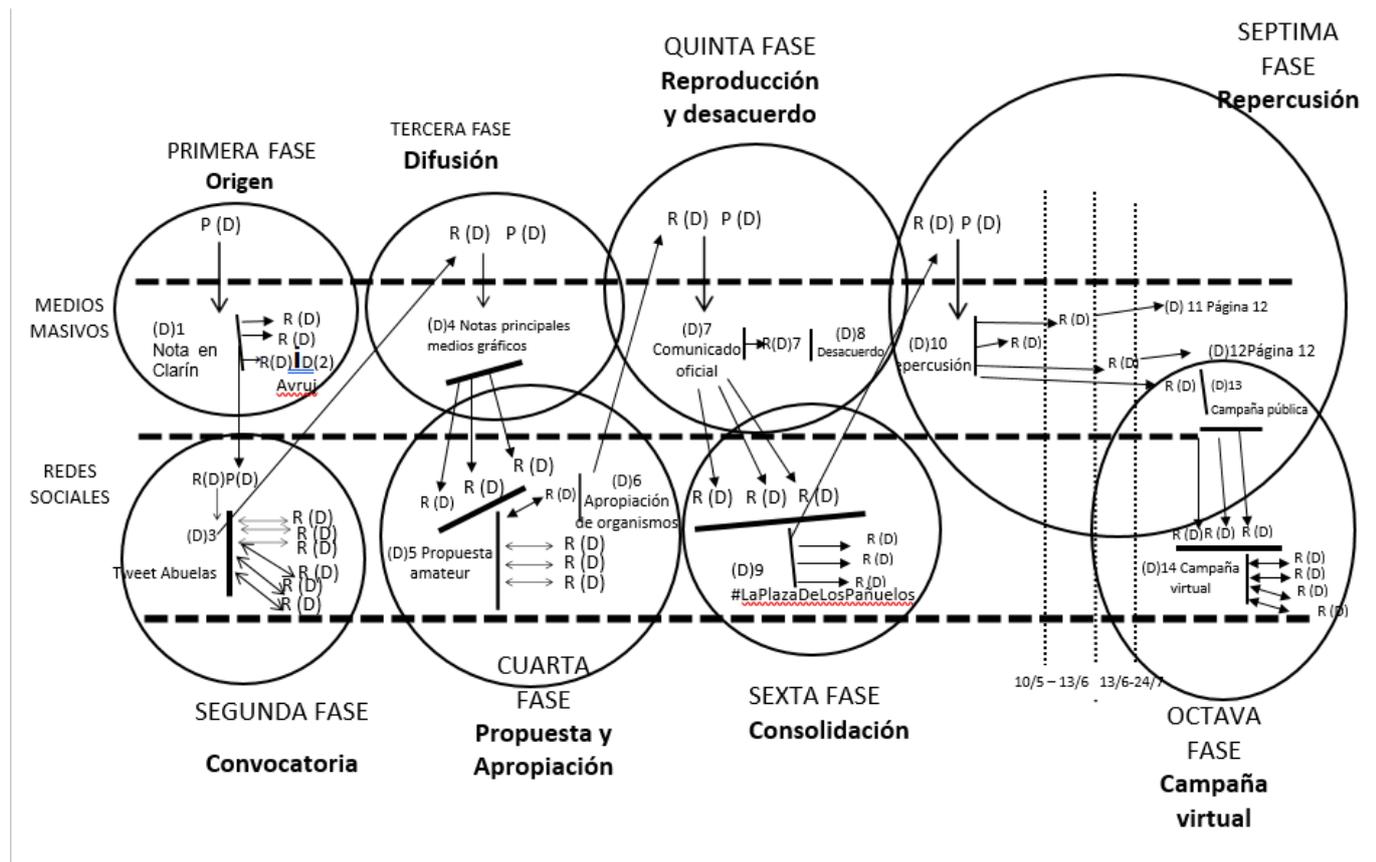
Comisión: 22

2017

Integrantes:

- Camaño, Solana.
- Greco, Pedro.
- Meriño, Camila.
- Ricchione, Ivana.
- Torres, Leila.
- Vazquez, Martin.

Nivel diacrónico:



A- El tipo de circulación del caso de estudio es descendente/ascendente, ya que el origen es en el sistema de medios masivos de comunicación, luego baja al sistema de redes, y las repercusiones que allí se generan hacen que el caso vuelva a ser tratado en los medios tradicionales.

B- La circulación cuenta con ocho fases. Debido a la complejidad y masividad del caso, se da la particularidad de que están presentes las tres direcciones comunicaciones: la descendente (por ejemplo, cuando el caso se origina en los medios de comunicación y genera repercusiones en las redes sociales), la ascendente (ciertos discursos de las redes sociales son replicados o apropiados por los medios masivos) y la horizontal (cuando se generan discursos en reconocimiento al interior de un mismo sistema de medios).

C- La primera fase transcurre solamente durante el 3 de mayo de 2017. La segunda fase y tercera fase transcurren, una tras otra, durante el 4 de mayo de 2017. La cuarta transcurre el 6 de mayo de 2017. La quinta fase transcurre desde la mañana del 7 de mayo, cuando los medios masivos convocan a concurrir con pañuelos blancos, hasta el 9 de mayo. La sexta fase transcurre desde el inicio de la marcha (la tarde del 10 de mayo) hasta la aparición de los discursos en reconocimiento de la marcha en los medios masivos. La séptima fase es la más extensa en el tiempo, ya que transcurre desde la noche del 10 de mayo hasta la publicación de una nota de Página 12 que hace referencia al fallo de la Corte Suprema, el 31 de julio. En la octava fase, los discursos en reconocimiento en redes de la nota de Página 12 transcurren -con poca intensidad- entre el mismo día de la publicación del artículo, y el 1 de agosto, agotándose rápidamente.

Como peculiaridad del caso, podemos destacar el fuerte impacto que tuvo inmediatamente tanto en redes sociales como en los medios masivos. Esto provocó que desde el principio las fases y los cambios de circulación se produjeran rápidamente. Cuando el caso se fue apaciguando en la agenda pública, la circulación tendió a ser más estática, como en la séptima fase, en donde la temporalidad de los movimientos horizontales se extendió a comparación del resto de las fases.

D- Si bien en casi todos los momentos los discursos en reconocimientos son abundantes, existen tres momentos en los que se produce una mayor cantidad: el primero es en la segunda fase, y se refiere a los discursos en reconocimiento en redes sociales que, en su mayoría, repudian el fallo de la Corte Suprema (se producen en un breve lapso de tiempo, ya que casi la totalidad del contenido de redes del 4 de mayo es sobre este tema); el segundo momento es en la sexta fase: se refiere a los discursos en reconocimiento en redes el día de la marcha; y por último, el tercer momento se da en la séptima fase en la cual los discursos en reconocimiento de los medios masivos de la marcha se dan en gran cantidad durante la primer semana posterior a la movilización. Este es el momento en el cual los medios tradicionales tratan con mayor énfasis el tema, en toda la circulación.

Nivel de observación de fases

Primera fase: Origen. El caso #NoA12x1 se inicia en el sistema de medios masivos el día 3 de mayo en el que el Diario Clarín publica la noticia: “La Corte Suprema de Justicia declara aplicable el cómputo del "2x1" en una condena por delitos de lesa humanidad”. Esto significa que permite reducir la condena de prisión a un represor condenado por crímenes de lesa humanidad realizados durante la última dictadura militar en nuestro país. Hay que tener en cuenta que el medio gráfico Clarín posee una plataforma digital que cuenta con 28.500 suscripciones, tiene en internet el mismo liderazgo que en el sector impreso y cuenta con el sitio de noticias en español más visitados de América Latina con 30 millones de usuarios mensuales. Este dato es de suma importancia ya que es uno de los motivos por los que la mediatización del caso fue de gran velocidad, generando discursos de reconocimiento al interior de ese sistema de medios por parte de otros diarios como Página 12. Por lo tanto, de forma inmediata al conocimiento del fallo, se produjeron numerosas repercusiones, en su mayoría, en contra del mismo. Sin embargo, el único discurso a favor del fallo pronunciado fue el día posterior por el Secretario de Derechos Humanos, Claudio Avruj durante sus declaraciones en el programa radial *Detrás de lo que vemos*, emitido por AM 750. Llamamos a esta fase “origen” ya que marca el inicio de la circulación del caso.

Segunda fase: Convocatoria. En la siguiente fase se ilustran las repercusiones que se produjeron a raíz de la nota de Clarín (D¹) en el sistema de redes, por lo que la circulación del caso comienza a descender. Es en las redes sociales en donde los organismos de derechos humanos inician una convocatoria oficial con el fin de ocupar el espacio público y marchar en contra del fallo sentenciado por la Corte Suprema de Justicia, el día 4 de mayo a través de su cuenta oficial de Twitter, @abuelasdifusión. Esta cuenta de Twitter posee 213 mil seguidores. Ese mismo día, la convocatoria fue replicada por la página oficial de Facebook (349 mil me gusta de la página y 344 mil seguidores) de dicho organismo. Por lo tanto, D³ hace alusión a la convocatoria iniciada por las Abuelas de Plaza de Mayo, y explica el nombre de la segunda fase. Luego se generan intercambios discursivos al interior de ese sistema de medios entre enunciadores de distinto estatuto (individuos, colectivos e instituciones). Es así como la convocatoria a movilizarse el 10 de mayo comienza a difundirse rápidamente.

Tercera fase: Difusión. En esta fase se produce un punto de contacto entre ambos sistemas mediáticos. El 4 de mayo, luego del tweet y posteo en Facebook de las Abuelas de Plaza de Mayo, la convocatoria es replicada por distintos medios masivos de comunicación tradicionales como la prensa, la radio y la televisión, generando un salto de escala y por lo tanto una complejización en la circulación. Es decir que el tweet de las Abuelas de Plaza de Mayo (D³) -que tuvo al momento 1300 likes y casi 1500 retweets- y el posteo en Facebook que fue compartido por más de 6 mil usuarios, ascendió desde las redes sociales hacia los medios masivos de comunicación y generó nuevos discursos en reconocimiento que llevaron a que la convocatoria a movilizarse a Plaza de Mayo ocupe un lugar central en la agenda pública. Siguiendo esta línea, D⁴ hace referencia a la difusión de la convocatoria a marchar en contra del 2x1 en los medios masivos de comunicación y explica el nombre de la tercera fase.

Cuarta fase: Propuesta y apropiación. El caso vuelve a descender a las redes sociales y genera cada vez más discursos en reconocimiento. A su vez, se establecen relaciones horizontales entre usuarios que convocan a llevar pañuelos a la Plaza de Mayo, acontecimiento que nunca antes había sido realizado. La idea es tomada por las Abuelas de Plaza de Mayo, organismo que comienza a difundirla en las redes sociales. En este sentido, D⁵ representa la iniciativa de los usuarios de convocar a llevar pañuelos blancos a la marcha, y D⁶ hace referencia a la apropiación que Abuelas de Plaza de Mayo hace de ese discurso, lo cual permite un salto de escala y un mayor alcance del mismo. Decidimos incluir a los dos sucesos en el nombre de la fase ya que los consideramos de suma importancia para la circulación.

Quinta Fase: Reproducción y desacuerdo. En esta fase, la convocatoria a llevar pañuelos a la marcha en contra del 2x1 (D⁷) asciende hacia los medios masivos de comunicación, consolidándose como condición de producción de los discursos que producirán los medios a partir de dicha convocatoria. La prensa reproduce el comunicado oficial de las Abuelas de Plaza de Mayo en donde se convoca a llevar pañuelos a la Plaza de Mayo (D⁸). Esto explica el nombre elegido para la quinta fase, además de un discurso en reconocimiento a destacar que se produce en una entrevista en el Diario Perfil: el de Hebe de Bonafini, quien fue la única que se opuso a esta iniciativa.

Sexta fase: Consolidación. El 10 de mayo, día de la marcha, el caso #NoAl2x1 vuelve a descender a las redes sociales y comienzan a generarse múltiples discursos por parte de distintos enunciadores (individuos, organismos y colectivos). La complejización de la circulación se expresa en los numerosos Hashtag que surgen para repudiar el fallo del 2x1: #10MNuncaMás; #NoAl2X1; #NoAl2x1ALosGenocidas #10MNuncaMásGenocidasSultos; #LaPlazaDeLosPañuelos, entre otros. Denominaremos D⁹ a todos esos discursos que se producen el día de la movilización del 10 de mayo en redes sociales. Denominamos a esta fase “consolidación” porque creemos que es el momento en donde se consolida el colectivo #NoAl2x1.

Séptima fase: Repercusión. Finalmente, el multitudinario acto en repudio al 2x1 se constituye como eje de los discursos en medios masivos de comunicación durante el día de la movilización y algunos días posteriores a ella. Por último, notamos dos hiatos temporales luego de la movilización. Uno transcurre entre los días posteriores a la marcha y el 13 de junio, momento en que Página 12 (quien ocupa el puesto 55 de las páginas más visitadas en el país) publica la noticia sobre que un juez de La Plata le otorgó el beneficio del 2x1 a un genocida. Llamaremos a este discurso (D¹⁰). El segundo hiato temporal se produce entre el 13 de junio y el 24 de julio, día en que el diario Página 12 publica una nota señalando que los organismos de derechos humanos presentarán un pedido de juicio político a los tres jueces de la Corte que votaron por la aplicación del beneficio del 2x1. (D¹¹) hace referencia a este artículo publicado por el diario. Finalmente, el 31 de julio la circulación vuelve a complejizarse con la publicación de una nota de Página 12 a la que hacemos referencia como D¹², en donde se da comienzo a una campaña pública para que la Corte revierta el fallo del 2x1. Llamamos a esta fase “repercusión” debido a que todos los discursos que se producen tienen como eje lo sucedido el día de la marcha.

Octava fase: Campaña virtual. Esta última fase se inicia con los múltiples discursos en reconocimiento que comienzan a producirse en las redes sociales a partir de la nota publicada por Página 12 el día 31 de julio. Llamamos D¹³ a la campaña virtual llevada a cabo por los organismos de derechos humanos bajo el hashtag #QueLaCorteDigaNoAl2x1, y a su vez elegimos el mismo nombre para la fase.

Nivel de observación micro

Primera fase: El caso se origina en el sistema de medios masivos a raíz de la nota del Diario Clarín - enunciador categorizado- en la cual predomina una configuración del tipo descriptiva ya que se replica

el contenido del fallo sancionado por la Corte Suprema de Justicia. Un discurso en reconocimiento a destacar va a ser el de Claudio Avruj, Secretario de Derechos Humanos, quien se manifiesta a favor del fallo y es también un enunciador categorizado.

Segunda fase: La convocatoria a ocupar el espacio público para manifestar el rechazo al fallo de la Corte Suprema comienza en las redes sociales de las Abuelas de Plaza de Mayo, por lo tanto, se trata de un enunciador categorizado. El 4 de mayo de 2017, Abuelas de Plaza de Mayo tuiteó desde @abuelasdifusion: “Convocamos a un acto contra la impunidad a genocidas. El 10/5, 18 hs., en el Palacio de Justicia. No al #2x1A Genocidas” y adjuntó una imagen donde se puede observar a un pájaro negro en libertad. Por otra parte, también adjuntan el link a su página web www.abuelas.org.ar donde se encuentra la convocatoria completa y el discurso se configura de forma argumentativa. Desde este momento la convocatoria adquiere un salto de escala enorme y es replicado por enunciadores de distinto estatuto -tanto profesionales como amateurs- bajo el *hashtag* #NoAl2x1. Sin embargo, consideramos que durante esta fase todavía no se termina de consolidar un colectivo de actores individuales.

Tercera fase: En la tercera fase, la convocatoria de los organismos de derechos humanos es replicada por los principales medios masivos de comunicación como Página 12, Clarín y La Nación, que tienden a replicar los datos del acto enumerados por los organismos de derechos humanos en las redes sociales, por lo cual consideramos que en el plano retórico predomina una configuración del discurso descriptiva. Como observamos anteriormente, en este momento se produce un salto de escala mayor ya que los medios masivos de comunicación son enunciadores con alcance broadcast.

Cuarta fase: Cuando el caso vuelve a descender a las redes sociales los discursos en reconocimiento se multiplican. Uno de los discursos a destacar en esta fase es aquel que comienzan a producir los usuarios amateurs que convocan a llevar pañuelos a la Plaza de Mayo, generando un sentido que antes no estaba presente ni en los discursos de los medios de comunicación ni en el de los internautas amateurs o profesionales que en la segunda fase expresaron su repudio al fallo de la Corte Suprema. Al convocar a llevar pañuelos a la marcha, se asocia el emblema de la Asociación de Abuelas de Plaza de Mayo con la lucha por los derechos humanos. Esta asociación no estaba presente en los inicios de la circulación del caso. Sin embargo, Abuelas de Plaza de Mayo, enunciador categorizado, se apropia de ese discurso y lo reproduce. A su vez, hicieron circular mapas de los alrededores de Plaza de Mayo, indicando las esquinas en las que se podrían retirar los pañuelos. Por lo tanto, la idea de llevar los pañuelos a la Plaza de Mayo realiza un salto de escala.

Quinta fase: En esta fase, los medios masivos tienden a replicar las propuestas de los organismos de derechos humanos y de los enunciadores amateurs que surgen en las redes sociales. Paralelamente producen discursos de opinión sobre el contenido del fallo –ya sea a favor o en contra dependiendo de la línea editorial- que se estructuran a partir de la argumentación. Un discurso en reconocimiento que se produce en esta fase y destacamos en el nivel de observación diacrónico es el de Hebe de Bonafini, quien manifiesta su desacuerdo con la utilización del pañuelo en la marcha en una entrevista con el Diario Perfil, verificando el desfase que se produce entre producción y reconocimiento, ya que para esta enunciativa categorizada llevar el pañuelo a la marcha no implica darle más fuerza al reclamo sino banalizar el símbolo de las Madres.

Sexta fase: En esta fase comienzan a circular distintas imágenes en donde aparecen tanto motivos temáticos que hacen alusión a la dictadura -los 30000 desaparecidos y los genocidas- como a su vez marcas temáticas propias de las redes sociales, que se articulan como unidades mínimas para configurar el tema central: el repudio al fallo de la Corte Suprema. A su vez, a partir de la marcha, comienza a producirse un cambio en el sentido circulante ya que los discursos a nivel temático hacen cada vez más hincapié en la alegría que genera que la sociedad haya reaccionado de forma unida ante una injusticia por sobre el enojo que generó la publicación del fallo. En este sentido, el *hashtag* #LaPlazaDeLosPañuelos refiere a un colectivo



reunido y finalmente consolidado en torno a un interés común, que implica la ocupación del espacio urbano como el hecho a destacar.

Séptima fase: Finalmente, el multitudinario acto en repudio al 2x1 se constituye como eje temático de los discursos de los medios masivos de comunicación durante el día de la movilización y algunos días posteriores a ella. Algunos titulares de la prensa señalan que la utilización del pañuelo fue masiva. Un discurso a destacar es el de Cristina Fernández de Kirchner, quien afirmó en un reportaje del canal televisivo C5N que el gobierno “algo tuvo que ver” con el fallo de la Corte sobre el 2x1, construyendo a nivel enunciativo a Mauricio Macri como su adversario político. La mediatización del caso llega a un nivel tal durante esta fase que incluso portales de otros países describen lo sucedido en Argentina. Nos interesa destacar el discurso que produce Página 12 luego de un hiato temporal, en el cual se da comienzo a una campaña pública para que la Corte revierta el fallo del 2x1. El diario adelanta la idea de los organismos de derechos humanos, que esperan que los testimonios, difundidos en formato audiovisual continuados por una reflexión sobre la vigencia del fallo Muiña y la necesidad de que la Corte pronuncie uno nuevo, se mediaticen.

Octava fase: En la última fase, los organismos de derechos humanos llevan a cabo la campaña virtual en redes sociales bajo el hashtag #QueLaCorteDigaNoAl2x1. En ella se pueden observar distintos referentes del ámbito judicial como Raúl Zaffaroni o Paulo Abrao, secretario ejecutivo de la CIDH, argumentando en videos breves intervenidos con textos, por qué la corte debe revisar el fallo del 2x1. Las argumentaciones acuden a pruebas extra-técnicas como las leyes y otra intra-técnicas relacionadas con los atributos de los oradores. Observamos que a diferencia de los discursos que circularon en las anteriores fases, en estos discursos predominan las marcas temáticas judiciales. Finalmente, podemos señalar que el colectivo consolidado el día de la movilización a Plaza de Mayo no perduró en el tiempo, y solamente continuó repudiando el fallo de forma constante un segmento acotado del ámbito judicial “experto” en esa disciplina.

Nivel de observación espacial

1. La mayoría de las instituciones e individuos que se pronunciaron lo hicieron en contra de la aplicación del cómputo del 2x1. En el caso de las instituciones, se destacan Abuelas de Plaza de Mayo, Madres de Plaza de Mayo, el Centro de Estudios Legales y Sociales, etc. En el caso de los individuos profesionales y referentes políticos del kirchnerismo y la izquierda en valoración negativa, se destacan Cristina Fernández de Kirchner, Victoria Donda, Myriam Bregman, Nicolás del Caño, etc. Con respecto al discurso oficial por parte de los individuos profesionales que forman parte del gobierno, quienes se pronunciaron en contra del fallo del 2x1 lo hicieron desde un discurso moderado, manifestando su desacuerdo con la decisión de la Corte Suprema sin dejar de destacar que es necesario respetar las decisiones de la institución judicial. A estos individuos los ubicamos de forma más cercana a la zona neutral. Luego, es interesante destacar el pronunciamiento de numerosos individuos amateurs en las redes sociales manifestando su repudio al fallo a través del hashtag #NoAl2x1. En cuanto a los colectivos sociales, los movimientos estudiantiles y los partidos políticos cercanos a la izquierda o el kirchnerismo fueron quienes manifestaron un gran repudio al fallo. Por último, el medio masivo de comunicación que se pronunció abiertamente en contra del fallo fue principalmente

Página

12.

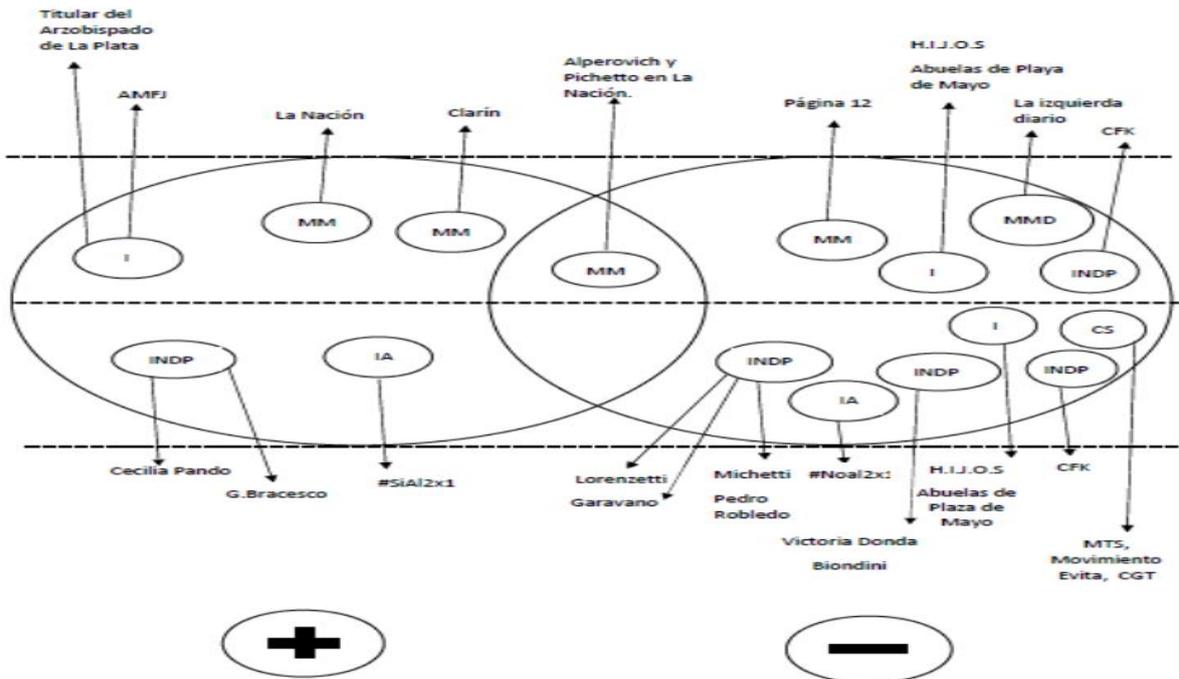
Del otro lado del gráfico, los discursos que en un primer momento se pronunciaron abiertamente a favor del fallo del 2x1 provienen de la cuenta de Twitter de dos individuos profesionales: Cecilia Pando -la titular de la Asociación de Familiares y Amigos de los Presos Políticos de la Argentina (AFyAPPA)- y el periodista Gabriel Bracesco. Claudio Avruj, el único funcionario del gobierno que manifestó su acuerdo con la decisión de la Corte Suprema de Justicia en declaraciones al programa Detrás de lo que Vemos, emitido por AM 750, el día posterior a la publicación del fallo: "Estoy de acuerdo con el 2x1 de la Corte si el fallo está ajustado a la ley. Hay que ser respetuosos del fallo de La Corte al respecto. Por sobre todos nosotros está el marco regulatorio de la ley". En cuanto a los individuos amateurs, ubicamos bajo la consigna #SiAl2x1 a todos aquellos que se

pronunciaron en las redes sociales a favor del fallo utilizando ese *hashtag*. Es necesario destacar que se trató de un número reducido de individuos a comparación de quienes utilizaron el *hashtag* inverso (#NoAl2x1). Con respecto a las instituciones, unas de las pocas que se manifestaron a favor del fallo fue el Arzobispado de La Plata. En relación a los medios masivos de comunicación, Clarín y La Nación fueron los diarios que manifestaron su acuerdo con el fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Mientras que el primero lo hizo desde una posición más moderada, haciendo énfasis en el cambio de paradigma iniciado en la institución judicial, el segundo fue un paso más allá al celebrar el fallo como “una sentencia que reafirma la vigencia del Estado de Derecho”.

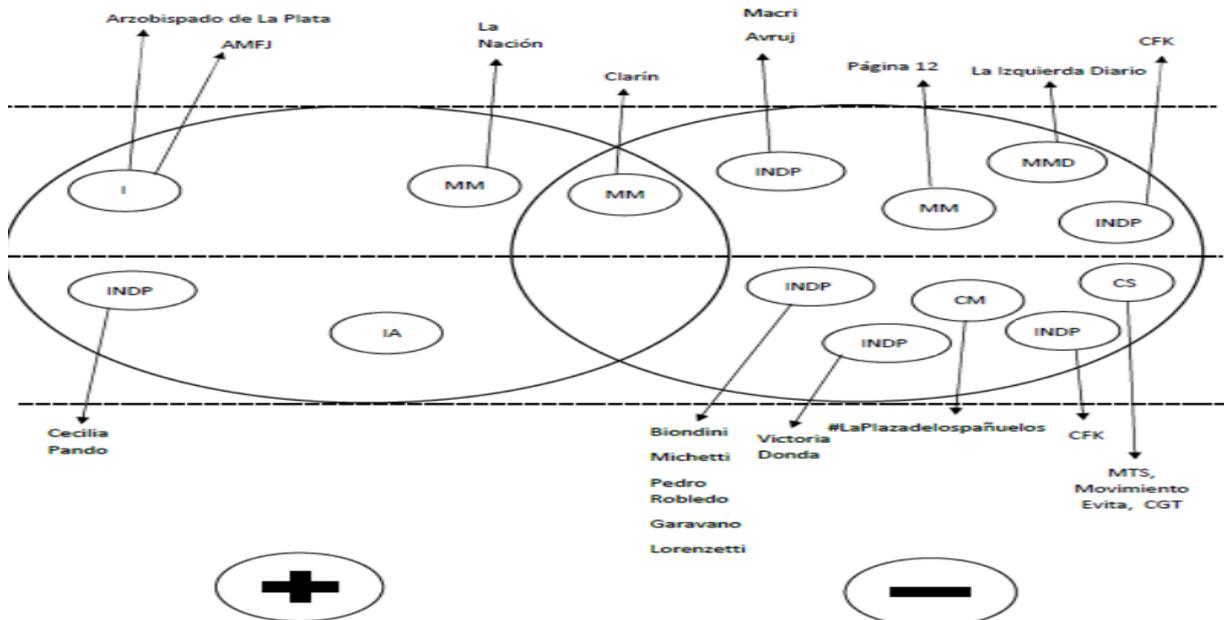
2. El único enunciador que se agrega en el segundo momento analizado (durante y luego de la marcha contra el 2x1) es el Presidente de la Nación, Mauricio Macri, quien no se había proclamado sobre la decisión de la Corte hasta el día 10 de mayo en una conferencia de prensa, en la cual manifestó su desacuerdo con la aplicación del cómputo del 2x1. Consideramos que la toma de posición por parte del Presidente se explica también por la complejización en la circulación y el salto de escala que tuvo el caso #NoAl2x1. Los enunciadores que desaparecen son el periodista Bracesco que no tuittea nada al respecto y Alperovich y Pichetto.

3. La principal diferencia con el primer momento es el cambio de la posición del Secretario de Derechos Humanos, Claudio Avruj, quien proclamó que “compartir las calles con personas que cometieron delitos atroces contra la humanidad sería algo negativo”, además de reafirmar el compromiso del gobierno con las políticas de memoria, verdad y justicia. Creemos que esta modificación en la opinión del funcionario sobre el fallo sancionado por la Corte Suprema se explica por los niveles de mediatización que adquirió el repudio a la marcha y el rechazo social a sus declaraciones, que no estaban en línea con el resto de los funcionarios del gobierno. Con respecto a los individuos amateurs, notamos que quienes en un primer momento utilizaron las redes sociales como espacios expresivos para manifestar su rechazo al 2x1, en un segundo momento llegaron a conformar un colectivo reunido por un tema de interés en común, al que denominamos #LaPlazaDeLosPañuelos. Este pasaje podría explicarse también por la mediatización del caso pero, en este punto, la ocupación del espacio urbano de cientos de miles de personas el día de la movilización ocupa un rol fundamental. Es necesario destacar el carácter efímero del colectivo, ya que no perduró en el tiempo como colectivo consolidado, más allá de que la posición de cada individuo mantuvo. En cambio, los individuos amateurs que se pronunciaron a favor del fallo mantuvieron su postura desde su lugar de individuos desarticulados de los otros. Otra modificación que se produce en relación al momento anterior es la posición del diario Clarín: en un primer momento manifestó su respeto a la decisión tomada por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, luego de la movilización y del giro discursivo en el gobierno, el diario comenzó a tener un discurso más neutral a la hora de tratar el tema, motivo por el cual lo ubicamos en el centro del segundo gráfico. Si bien La Nación mantuvo la misma posición, notamos algunos grados de moderación a la hora de pronunciarse sobre el asunto, por lo tanto lo acercamos a la zona neutral. Los discursos que permanecieron en la misma sintonía en ambos momentos fueron: Página 12 y la Izquierda Diario (medios de comunicación abiertamente en contra), Cristina Fernández de Kirchner y otros enunciadores jerarquizados que provienen de los frentes políticos de la izquierda y el peronismo (abiertamente en contra), Cecilia Pando (completamente a favor) y el Arzobispado de La Plata, también a favor.

DESPUÉS DEL FALLO DEL 2X1



DESPUÉS DE LA MARCHA CONTRA EL 2X1 A GENOCIDAS



Conclusiones:

1- En nuestra línea de tiempo, tanto el discurso con el cual se da a conocer el caso como el último que genera un cambio de fase se producen en los medios masivos de comunicación. Sin embargo, mientras que en el primero predomina la configuración del discurso descriptiva -ya que la nota de Clarín replica y resume el contenido del fallo que se había dado recientemente a conocer- el último se estructura a partir de la argumentación a través de la vía lógica, ya que la nota de Página 12 intenta convencer a la

sociedad de que siga manifestando su rechazo al fallo de la Corte Suprema. A nivel de la circulación, mientras que el primer discurso tuvo múltiples discursos en reconocimiento, la nota de Página 12 generó casi nula repercusión en medios masivos y discursos en reconocimiento acotados en las redes sociales a comparación de los que se generaron en la segunda fase del caso.

El discurso con el cual se da a conocer el caso genera repudio general y es el puntapié inicial de lo que fue la movilización de toda la sociedad; en cambio, el último analizado aquí se publica luego de un largo tiempo y después de que los ciudadanos hayan expresado su opinión. Se podría tratar de un agotamiento del tema en el foco de la agenda política y pública, o bien un desconocimiento sobre el seguimiento del asunto.

2- Cuando el caso desciende a las redes sociales luego de haberse dado a conocer por los medios masivos se inicia espontáneamente una campaña por parte de los organismos de derechos humanos para repudiar el contenido del fallo del 2x1 que se irá mediatizando y complejizando cada vez más a partir de las intervenciones y propuestas de los individuos amateurs. En el último cambio de fase ocurre lo contrario: la campaña es pensada, diseñada y sistematizada, pero genera pocos discursos en reconocimiento. En un primer momento son los enunciadores amateurs los que le dan entidad al caso levantando sus banderas en repudio a él, en el último cambio de fase son más bien enunciadores profesionales los que intentan generar la adhesión a su discurso en repudio. En ambos casos, los discursos de los enunciadores son, en su mayoría, en contra del cómputo del 2x1; pero la transformación que entre ellos encontramos tiene que ver más con la categoría de cada enunciador y con la masividad que genera.

3- Nuestro caso trata una circulación de tipo descendente-ascendente: el discurso comienza en medios masivos (más precisamente en el diario Clarín) y tiene numerosas repercusiones en redes sociales, la mayoría en contra de lo dictaminado por la CSJN. Los discursos de los medios masivos tiene más bien un tono informativo a fin de “relatar” algunas de las argumentaciones que se dieron en la sentencia, contar algunos de los antecedentes y especificar los distintos votos de los jueces. Los discursos en reconocimiento en redes, en cambio, se pronunciaron con un alto contenido de valoración emocional: el repudio se hizo eco de lo publicado por los medios y no sólo el colectivo nacido en redes #NoAl2x1 se pronunció en contra, sino que muchísimos enunciadores amateurs se pronunciaron en contra sin el uso de ningún *hashtag* (como por ejemplo, los comentarios a la publicación del diario). Además, creemos que los procedimientos utilizados por los individuos son más novedosos y originales que los de la prensa tradicional, y esto podría constituirse como un factor explicativo de los saltos de escala que tuvo el caso cuando descendió a redes sociales. Por supuesto que la repercusión que genera un medio masivo como Clarín no es la misma que la que puede generar un grupo de usuarios en Twitter, pero a pesar de ello, estos enunciadores no categorizados consiguieron varios discursos en reconocimiento en medios masivos por la iniciativa que propusieron: una marcha.

4- En nuestro caso, los individuos se apropiaron de las herramientas del arte posmoderno para deconstruir el discurso institucional de la Corte Suprema a través de la edición de videos y fotografías en donde predominaron las micro argumentaciones lógicas (políticas e ideológicas) por parte de los enunciadores emergentes, por sobre cualquier discurso que busque un efecto reidero (dada la sensibilidad que provoca un tema relacionado con la última dictadura militar). La comunicación del fallo a través de los medios masivos permitió la conformación de nuevos colectivos que se nuclearon bajo una valoración común: el repudio al fallo del 2x1 a genocidas. En la circulación, que entrelaza el discurso político e informativo (con componentes descriptivos, didácticos y prescriptivos), se denota claramente unos de los rasgos más significativos de las sociedades hipermediatizadas ya que los discursos de los enunciadores emergentes ascendieron a los medios masivos tradicionales (como el caso de los pañuelos blancos), e incluso modificaron los contenidos (los medios tradicionales, no solo se hicieron eco del pedido de las redes, sino que desde ese momento, convocaron ellos mismos a sus lectores, oyentes o televidentes a que asistan a la marcha con los pañuelos blancos).

