

TRABAJO PRÁCTICO:



Entrega final

Semiótica de redes - Cátedra: Mario Carlón -

Profesora: Ana Slimovich.

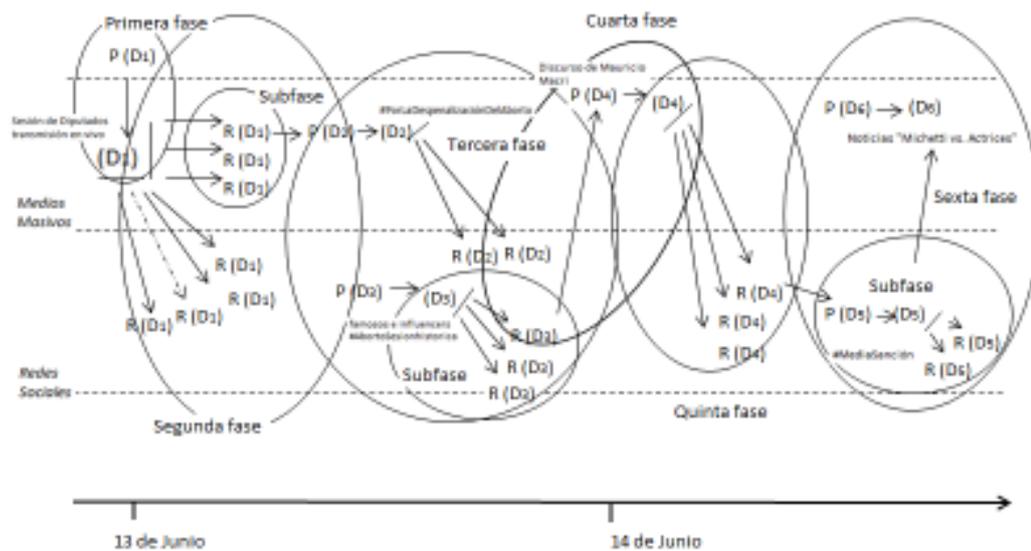
Tema: Sesión en Cámara de Diputados sobre la Ley de Interrupción voluntaria del embarazo.

Comisión: 21.

Integrantes: Florencia Porta, Sofía Barbieri, Kevin Costedoat, Victoria Montes De Oca, Alejandra Fumagalli, Yazmín Sabarís.

Año 2018

El caso elegido para el análisis de las condiciones de circulación discursiva es la transmisión de la sesión especial de la Cámara de Diputados ocurrida los días 13 y 14 de Junio de 2018, donde se votó a favor del proyecto de Ley sobre la Interrupción Voluntaria del Embarazo; por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito.



En el gráfico:

- (D1) Refiere a la transmisión en directo de la sesión especial de la Cámara de Diputados a través de la televisión, y luego en las redes sociales.
- (D2) Son los programas noticieros que proponen hashtags y muestran sus cuentas en redes sociales.
- (D3) Publicaciones de famosos e influencers.
- (D4) Discursos en los medios masivos sobre la votación final y la media sanción.
- (D5) Nuevas publicaciones de usuarios profesionales en las redes sociales.
- (D6) Programas de noticias que retoman acontecimientos ocurridos en Facebook, Instagram y Twitter.

El mismo ilustra uno de los discursos que engloba cada referencia.

El tipo de circulación hipermediática del **caso es descendente- ascendente**; desde los medios masivos tradicionales a los nuevos medios con base en Internet, luego ascendiendo desde estos hacia los medios tradicionales.

Hubo un total de seis fases y tres subfases: La primera fase se caracterizó por una dirección comunicacional descendente hacia los medios masivos. Respecto a la segunda, también fue descendente hacia las redes sociales y plataformas digitales. Su subfase tuvo una dirección

horizontal. La tercera fase y su subfase, al igual que la quinta fase, tuvieron un carácter descendente. La cuarta y la sexta fase son de carácter ascendente. Respecto a esta última, su subfase es de carácter descendente pero dentro del mismo sistema de medios.

Respecto a la temporalidad, en los días 13 y 14 de Junio los discursos y sus reconocimientos se caracterizaron por una complejidad dada en una distancia temporal casi nula, establecida por segundos de diferencia. Se establecen direcciones inter e intra-sistémicas de forma inmediata.

En el último periodo del análisis, la temporalidad entre los diferentes discursos surge más espaciadamente, pero con un máximo de un día entre estos y sus reconocimientos. En conclusión, la temporalidad no caracterizó específicamente un tipo de dirección comunicacional sino que se rigió por la importancia de los discursos.

La temporalidad se ve relacionada directamente con la cantidad de discursos en reconocimiento. Estos fueron masivos e innumerables debido a su gran cantidad. Podemos observar que el día 14 de Junio luego de la aprobación de la media sanción del proyecto de ley, estos se dieron con en una cantidad mucho mayor.

Nivel de observación de fases:

- Primera fase “Proyecto de Ley”:

La primera fase comienza el 13 de Junio cuando se materializa nuestro discurso de análisis, es decir, con la transmisión en vivo de la sesión especial de la Cámara de Diputados, donde se debate la media sanción al proyecto de ley que propone la despenalización del aborto en Argentina. A ello se debe el nombre de la fase y el mismo se encuentra graficado como D (1). La transmisión se da en todos los canales de noticias cubiertos: TV Pública, TN, Crónica TV, Telefe, C5N.

Concluimos entonces que hay una dirección comunicacional descendente desde sus condiciones de producción P (D1) hacia el medio televisión, perteneciente a los medios tradicionales.

- Segunda fase “Primeras repercusiones”

Surge también el día 13 de Junio, luego del comienzo de la sesión y durante el desarrollo de la misma. Se producen repercusiones en el sistema de medios masivos con base a Internet, en respuesta a la sesión de la Cámara y sus acontecimientos. Por ello hay una dirección comunicacional descendente, desde D(1) a R D(1), referencia en el gráfico de dichos reconocimientos.

Las repercusiones de internautas surgen en las redes sociales Twitter e Instagram. La mayoría de ellos pertenecen a internautas de bajo estatus. Otros posts pertenecen a individuos profesionales, en los que se encuentran: los diputados Victoria Donda Peres, Daniel Filmus, Marcelo Wechsler, Daniel Lipovetzky, Martín Lousteau, Vanina Biasi, Romina del Plá, María Fernanda Vallejos y Gabriela Cerruti; la vicepresidenta Gabriela Michetti; y famosos e influencers como Florencia Peña, Amalia Granata, “Lali” Esposito, Gimena Accardi, Carla Peterson, Diego Poggi, Jorge Rial, Florencia de la V, Eva de Dominici, Lizardo Ponce y Ángela Torres. Otras cuentas pertenecen a medios de comunicación con cuenta en estas redes sociales: La Nación e Infobae. La gran repercusión del debate se vio reflejada en las tendencias y hashtags de Twitter, en los que se destacaron #AbortoSesiónHistórica #AbortoLegalYa #SiALasDosVidas.

Además, la Cámara de Diputados transmite la sesión en vivo en su página de Youtube como en su página de Facebook, graficado con una línea de puntos para diferenciar el discurso en las redes de sus reconocimientos. El título se debe a que en esta fase se ven los primeros efectos mediáticos de la sesión.

- Subfase “Noticias paralelas”:

Se genera una comunicación horizontal entre la transmisión de la sesión D (1) y otros programas de noticias de los canales nombrados, que generan nuevos reconocimientos. Esto ocurre porque en un primer momento todos los canales comenzaron mostrando el debate en vivo, pero luego dieron lugar a otras notas mientras este avanzaba. Tv Pública fue el único canal que mostró la transmisión completamente.

Se encuentran graficados como R (D1) y el nombre de la fase atiende a estas nuevas noticias que se desarrollan al mismo tiempo que (D1) en otros canales del mismo medio.

-Tercera fase: “Discursos de referentes e interacción con el público”:

En esta fase la dirección comunicacional es descendente. Se dan interacciones entre los medios masivos y las redes sociales. En la Tv Pública y C5N se muestran los hashtags que los internautas pueden utilizar para referirse al tema en Twitter, como por ejemplo: #PorLaDespenalizaciónDelAborto.

El título de la fase refiere a la propuesta de interacción que proponen los medios masivos.

-Subfase “Famosos e influencers”:

Se genera un nuevo movimiento en la circulación. Surge cuando los posteos de los famosos e influencers, es decir, los individuos profesionales nombrados en la fase anterior son tomados por los usuarios de bajo status como discursos de referencia sobre el debate. Por ello se grafican como (D3) y sus reconocimientos como R (D3). Es una dirección comunicacional descendente debido a la diferencia de status entre los enunciadore.

El título hace referencia a esta producción de discursos por parte de internautas categorizados.

- Cuarta fase “Media Sanción”:

Esta fase comienza el día 14 de Junio luego de que la votación en Diputados fuera favorable para el proyecto de Ley. Todos los medios masivos analizados generan nuevas noticias (D4) en reconocimiento del fin de la transmisión de nuestro discurso de análisis primero. Entre ellos se destaca el discurso de Mauricio Macri haciendo referencia a la media sanción, capturado a través de Crónica TV.

La dirección comunicacional es ascendente, debido a que las nuevas notas se caracterizan por una gran masividad y reconocimiento que obtienen a partir de la intervención de los individuos profesionales en las redes sociales.

-Quinta fase “Euforia social”:

Esta fase inicia con las repercusiones de la media sanción en las redes sociales. Los internautas de bajo y mayor status produjeron respuestas respecto a los nuevos discursos producidos en los medios tradicionales. Se convirtieron en trendic topic los hashtag: #ABORTOSERALEY, #SEAPROBÓ,

#LOLOGRAMOS, #VAMOS LAS PIBAS, #QUE EMOCIÓN, #SEVAACAER y #QUEFELICIDAD. A esto hace referencia el nombre de la fase, caracterizada por los sentimientos y actitudes positivas del colectivo a favor de la despenalización de aborto. Hay una dirección comunicacional descendente.

-Sexta fase “Medios sociales”

Algunos discursos producidos en las redes sociales son tratados en los medios masivos, tanto en la televisión como en los diarios impresos. Por ello es de carácter ascendente. Entre ellos se destaca el discurso “abortos sin anestesia” que un médico propone implementar a través de su cuenta personal de Facebook, y tanto C5N como Página 12 tratan el tema. Los discursos con mayor repercusión fueron los generados por las actrices argentinas en sus cuentas personales en su debate con Gabriela Michetti vía Twitter. Todos los medios masivos analizados produjeron nuevos discursos (D6) basados en estas repercusiones en las redes sociales R (D4).

El título de la fase se debe al intercambio entre los medios masivos y las redes sociales, y las nuevas formas de comunicación que permiten a diferentes individuos de la sociedad producir discursos que serán reconocidos por diferentes medios.

-Subfase “nuevos discursos”:

Las nuevas publicaciones de los internautas categorizados que se generan en la fase anterior son reconocidas por los internautas de la red para expresar el hecho social ocurrido. Podemos entonces analizar que R (D4) además es condición de producción para nuevos discursos de referencia para la sociedad. Otros individuos profesionales como Malena Pichot se suman a las repercusiones de aquellos que pronunciaron sus opiniones el día 13 de Junio. Es una dirección comunicacional descendente dentro del mismo sistema de medios masivos con base a Internet. En nombre de la subfase hace entonces referencia a las publicaciones nuevas de los individuos categorizados.

La masividad de los discursos producidos en las redes sociales, en esta fase como en las anteriores, no nos permitieron especificaciones sobre retweets, suscriptores, likes o comentarios. Si bien en el corpus recolectado pueden aparecer cifras al respecto, estas no son determinantes ya que no reflejan el número final de interacciones. A su vez, un recuento de los mismos requeriría programas y algoritmos específicos como los que utilizan las plataformas para dicha tarea.

Nivel de observación micro:

La primera fase se originó cuando se materializa el discurso en los Medios Masivos Televisivos principalmente, que transmitieron en vivo la sesión. En el corpus recolectado, mostramos ejemplos del noticiero del Canal 13 y la Tv pública. Este discurso se ve caracterizado por ser luego la condición de producción de futuros discursos de la segunda fase. La transmisión televisiva se caracterizó por ser interactiva respecto a las redes sociales, con una modalidad en vivo y polifónica, ya que en ella se pueden distinguir distintas voces: las de los diputados involucrados en la sesión y las de los comentaristas/ presentadores del programa. La excepción se encuentran en Tv Pública, que únicamente se dedicó a transmitir en vivo la sesión sin comentarios externos de por medio.

En segunda fase, la dirección comunicacional es descendente hacia las redes sociales; dónde los internautas en su mayoría son de bajo estatus, que opinan sobre las afirmaciones de los diputados y lo que sucede en la votación, lo transmiten en vivo en YouTube y Facebook, así como comparten memes o gifs que representan sus pensamientos en ese instante en particular.

Es importante resaltar el presentismo de las mismas, la instantaneidad de la comunicación que no se

da en otros medios masivos, como ser la noticia impresa. Esta última es confirmada y se produce con una distancia mayor respecto a los hechos, con el modo de redacción coloquial.

Las redes sociales no solo transmiten los discursos de los usuarios de bajo status sino de varios internautas de mayor estatus, como actores, políticos, cantantes, escritores, etc; y son estos quienes tienen mayor influencia en la circulación. La gran mayoría de ellos provenientes de Argentina, pero también traspasan las fronteras geográficas; sobre el tema escriben agencias de noticias del exterior como individuos profesionales como Margaret Atwood.

A su vez, se genera una subfase expandiendo la cobertura dentro de los medios masivos, donde la televisión sigue cubriendo la sesión. Se comienza también a entrevistar e interpelar a diputados cuando entran y salen del recinto de votación, así como también hubo otros programas televisivos que tomaron fragmentos de los noticieros que transmitían la sesión, generando una comunicación horizontal entre “pares” del medio televisivo. Muchos de estos programas son de opinión y a diferencia del noticiero, son menos formales y poseen paneles de opinión compuestos por individuos de distintas disciplinas.

En la fase tres los medios masivos comienzan a emplear el lenguaje de otras redes así como interpelar a sus consumidores/espectadores para que los sigan en dichas redes y compartan sus pensamientos con ellos. De esta manera se desarrollan interacciones entre los medios masivos y las redes sociales. La subfase se caracterizó por discursos de los internautas de estatus mayor, que fueron legitimados por la sociedad. Estos enunciadores usan lenguaje emocional y exaltan o desacreditan dichas producciones discursivas.

La cuarta fase es ascendente y es cuando los medios masivos tradicionales transmiten los resultados y escriben notes/ artículos al respecto. El discurso en el diario impreso tiende a ser más formal y en general se basa en los hechos, suele usar muchas citas o tomar fragmentos de lo dicho en la transmisión televisiva de la sesión.

La quinta fase también los portales digitales retoman lo publicado por los medios tradicionales. Se genera lo que denominamos “euforia social”.

Nuestra última fase muestra la dirección comunicacional ascendente más relevante, y dentro de su subfase los internautas de mayor estatus producen nuevos discursos que nuevamente son legitimados por internautas de menor estatus. Podemos entonces analizar que hay una constante en la forma de producirse discursos en las redes sociales y en los reconocimientos que ellos obtienen.

Los colectivos sociales mediáticos que se encuentran en nuestro caso son muy polarizados y cambian su postura durante el lapso analizado. Estos mismos tomarán el espacio urbano y realizarán otras formas de movilizaciones sociales, que mostraran en los diferentes medios masivos. Sus acciones, opiniones e ideologías se ven totalmente mediatizadas.

Nivel espacial:

En primer lugar, clasificamos a los enunciadores, siendo estos:

Medios Masivos: Se encuentran los canales de Televisión El Nueve, Crónica, CN5, Telefe, El Trece y TV Pública.

-Medios Masivos digitales: Página 12, TN, Clarín, La Nación, El Cronista, CNN español, El Periódico, Euronews, El País, La República y La Patria. Además, las radios Continental, Metro, Nacional y Mitre.

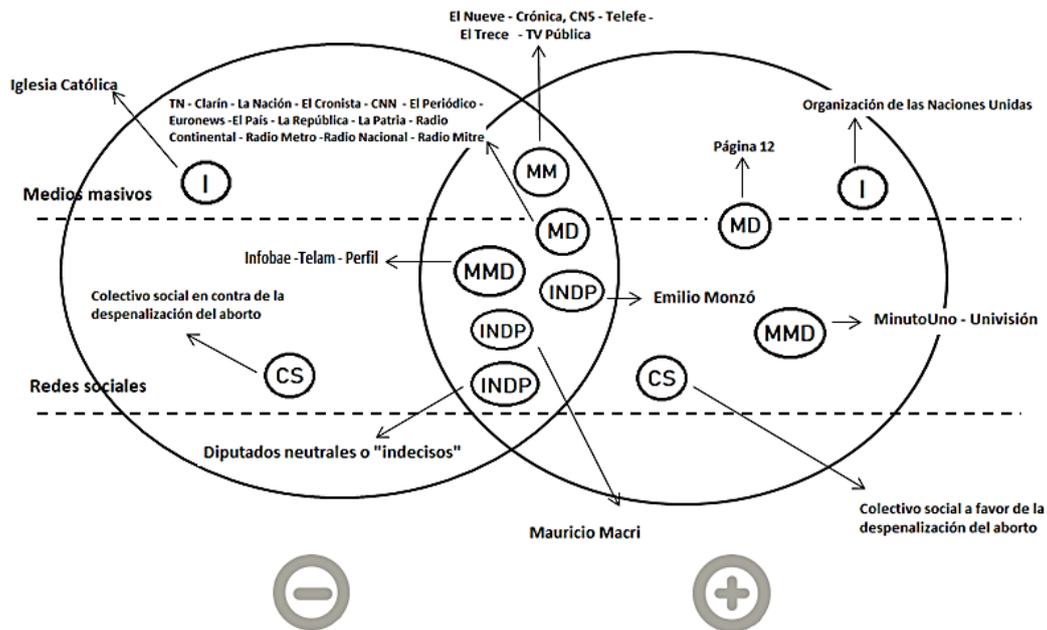
-Medios digitales: Minuto Uno, Infobae, Univisión, Telam y Perfil.

Colectivos mediáticos sociales: Colectivo a favor de la despenalización del aborto y colectivo en contra de la despenalización del aborto. Incluyen tanto a los individuos amateurs como individuos profesionales que se nucleaban bajo estos intereses. Dentro de estos últimos se encuentran diferenciados los Diputados, los famosos e influencers y figuras políticas.

-Instituciones: Organización de las Naciones Unidas, Iglesia católica.

-Individuos profesionales: Aquellos diputados y figuras políticas "indecisas" que no muestran su posición al respecto o tienen una posición neutral por ende no forman parte de los colectivos nombrados (detallados en cada gráfico)

En el análisis de la dimensión espacial y los enunciadores mediáticos, elegimos como evento clave la decisión de los Diputados de la Provincia de la Pampa, en donde el diputado Sergio Ziliotto da aviso a través de un tweet sobre la decisión de votar a favor de la despenalización del aborto junto con Melina Delú y Ariel Rauschenberger, representantes de la provincia a través del Partido Justicialista. Esto nos determina un antes y un después en la valorización de los enunciadores:

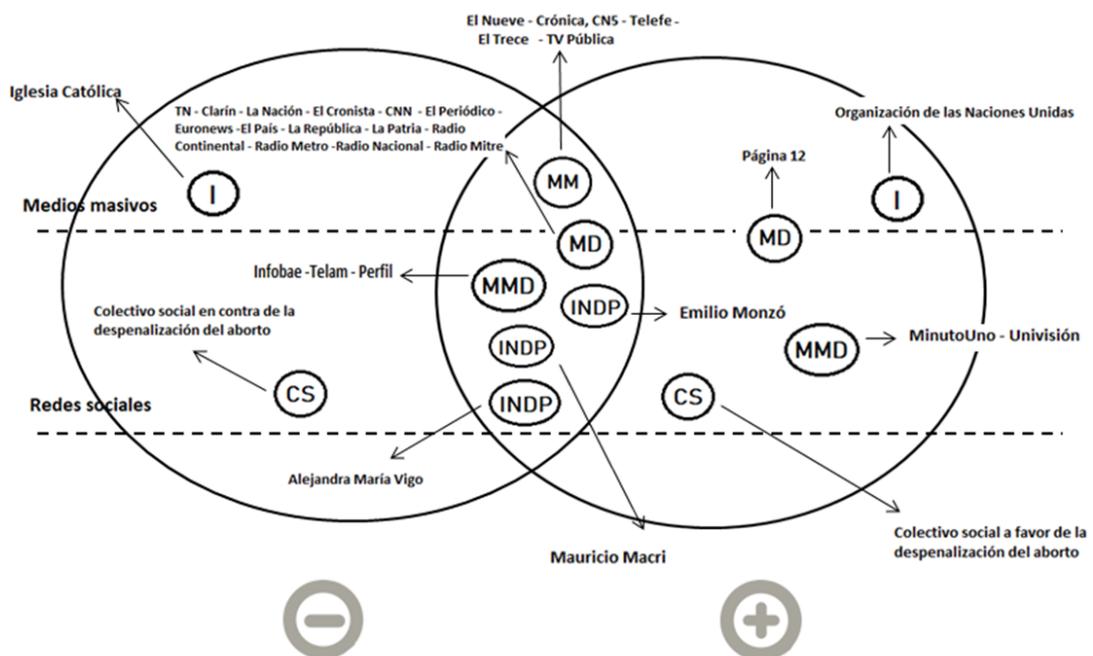


Nuestro primer gráfico muestra el posicionamiento de los enunciadores antes del tweet y del cambio de posición de los diputados pampeanos. +}Dentro de las posiciones en contra de la Ley se encuentran la Institución Iglesia, y el colectivo en contra de la despenalización del aborto dentro del cual se destacan los individuos profesionales Amalia Granata (famosa) y Marta Gabriela Michetti (figura política). Además, se encuentran los diputados ya pronunciados en contra del proyecto de ley.

Dentro de las posiciones a favor de la despenalización del aborto se encuentran la Institución Organización de las Naciones Unidas, Página 12, MinutoUno y Univisión. En el colectivo a favor de la despenalización del aborto se destacan los individuos categorizados en la subfase “famosos e influencers”, así como el Ministro de Hacienda Nicolas Dujovne como figura política y los diputados ya pronunciados a favor.

En las posiciones neutrales o no definidas se encuentran El Nueve, Crónica, CN5, Telefe, El Trece ,TV Pública, TN, Clarín, La Nación, El Cronista, CNN español, El Periódico, Euronews, El País, La República, La Patria, radio Continental, radio Metro, radio Nacional , radio Mitre, Infobae, Telam y Perfil. Como individuos profesionales el Presidente de la Nación Mauricio Macri, el presidente de Cámara Emilio Monzó y los diputados José Ignacio De Mendiguren, Alejandro García, Hugo María Marcucci, Luis Beder Herrera, Atilio Benedetti, Aída Ayala, Daniel Kroneberger , Mirta Tundis, Fernando Asencio, Anabella Hers Cabral, Fernando Espinoza, Mario Negri, Melina Delú, Ariel Rauschenberger, José Riccardo , Carlos Roma, Sergio Raúl Ziliotto y Alejandra María Vigo . De su posicionamiento dependería luego el resultado final de la sesión.

Luego del evento clave, se produce un cambio en la valorización de determinados enunciadores:



Luego del tweet del diputado Ziliotto podemos encontrar un cambio de posición respecto a 16 de los 15 diputados indecisos, posicionándose estos a favor del proyecto con excepción de la diputada Alejandra María Vigo. Por esta razón es que ahora se encuentran y son graficados dentro del colectivo a favor de la despenalización del aborto. Esto representa la única modificación respecto al primer gráfico. Las demás posiciones de los enunciadores se mantuvieron. Además, los mismos enunciadores se mantuvieron produciendo discursos a lo largo del análisis. Así, la votación finaliza con 129 votos positivos contra 125 negativos, una abstención y una ausencia.

Podemos concluir que la complejidad espacial no está determinada en este caso por grandes cambios de posicionamiento respecto al antes y el después del momento clave seleccionado. Lo que nos permite es analizar la complejidad del entramado social en el que nos encontramos involucrados. Además, los pocos cambios de posicionamiento fueron de una relevancia fundamental en los hechos y en su posterior circulación a través de los diferentes medios.

En tercer lugar, las posiciones neutrales de los Individuos profesionales y los medios nombrados nos permiten pensar que no refieren a una falta de postura respecto al tema, sino que resguardan ciertas posiciones políticas y económicas que deben ser mantenidas ante la sociedad. Esto tiene relación directa con la fuerte convicción e ideología que mostró la misma, razón por la cual la posición de los colectivos sociales se mantuvo a lo largo de todo el periodo analizado.

Conclusión:

Podemos analizar que en la circulación del caso se producen variaciones en los sentidos de los discursos analizados. A partir de nuestro primer discurso, se producen diferentes reconocimientos que varían en su contenido. Un claro ejemplo son las publicaciones de los individuos categorizados en las redes sociales, que hablan del proyecto de Ley desde su lugar específico en la lucha. Con el avance de las fases, en especial en las fases cinco y seis los discursos incluyen temáticas diferentes que no refieren al primer discurso. Sí se mantiene el modo de construcción de los discursos de todos los enunciadores a lo largo del periodo. Como nombramos, respecto a la posición ideológica, política y social la mayoría de los enunciadores la mantienen a lo largo del periodo y esto se ve reflejado en los discursos que generan. Las únicas excepciones fueron de una importancia fundamental y por ello se desarrollaron específicamente en el nivel espacial.

Destacamos la diferencia de reconocimiento entre los diferentes discursos y del mismo discurso en diferentes sistemas de medios. La transmisión de la sesión de la Cámara se produjo en vivo tanto por los canales de televisión como por las redes sociales, pero en estas últimas su alcance y repercusión en la sociedad fue menor. Por ello decidimos graficarlo de manera descendente desde los medios masivos tradicionales, ya que en ellos se produjo con una importancia mucho mayor la materialización del primer discurso. Este último, junto con el discurso (D4) que también refiere a la sesión de Diputados, fueron los de mayor relevancia a lo largo del caso. Su reconocimiento fue masivo en las redes sociales.

Las características propias de la era Contemporánea se ven fuertemente reflejadas en el trabajo. En primer lugar, al ser una circulación descendente - ascendente parte del análisis refleja las nuevas direcciones comunicacionales que permiten a los individuos incluirse en la producción de discursos y que estos sean reconocidos por los medios masivos tradicionales. Fuera de ellos, la importancia de la temática llevó anteriormente a que se proponga el proyecto de ley en las instituciones políticas del Estado, como lo es la Cámara de Diputados. Esta consecuencia de la sociedad hipermediatizada se une con la constante producción de acontecimientos sociales en los medios, que a pesar de la

“crisis de los medios masivos” estos pueden llegar a tener un lugar central si se vinculan directamente con los nuevos medios. En estos últimos fueron donde se produjeron el mayor número de reconocimientos de discursos, con un gran movimiento en las redes sociales que se caracterizó por su complejidad temporal y por la creación de un sinnúmero de narrativas.

Es un caso en donde los individuos categorizados de las redes sociales se encuentran en estrecha vinculación con los medios masivos tradicionales (en el caso de los periodistas, actrices, etc.) o con las instituciones políticas de la sociedad. Como analiza Ernesto Calvo en su texto, se producen en las redes sociales diferentes comunidades de usuarios (en nuestro análisis identificados como colectivos sociales mediáticos) cuyas autoridades están ligadas a las instituciones del país, y en ello reside su poder de información y circulación de discursos. Atendiendo a la configuración de “*lo político*” (Slimovich) podemos concluir que los diferentes enunciadores políticos configuran una forma determinada de representarse en las diferentes redes sociales y que, respondiendo a sus intereses, generan en ellas publicaciones y nuevas formas de comunicación política e interacción entre los gobernantes-gobernados.