



SEMIÓTICA DE REDES

**TRABAJO PRÁCTICO “NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN
DISCURSIVA”**

2024

CÁTEDRA: CARLÓN

COMISIÓN: 21

PROFESORA: NOELIA MANSO

ALUMNES:

- Amura, Olivia. oliamura06@gmail.com
- Corimayo, Ignacio. ignaciocorimayo12@gmail.com
- Decibe, Gonzalo. gonza7decibe@gmail.com
- Furno, Alan. alanezequielfurno@gmail.com
- Giacalone, Ignacio. nachogiacal@gmail.com
- Gonzalez Ferreyra, Alejo. alejogonfe@gmail.com
- Joaquín Santoro, Lara. santorolaral3@gmail.com
- Suarez, Michelle. michellesuasa@gmail.com
- Ytzovich, Agostina. agosytzovich@gmail.com

Cine Gaumont: arena de la batalla cultural. Un análisis de la circulación del sentido.

El presente trabajo se propone desarrollar un proyecto de investigación en el ámbito de la comunicación, enfocándose en el análisis del caso del Cine Gaumont: *arena de la batalla cultural. Un análisis de la circulación del sentido*. Este fenómeno se conceptualiza como un conflicto de **circulación hipermediática**, según el marco teórico que nos brinda Mario Carlón, quien define la circulación inter-sistémica del sentido como aquella que se centra en el traspaso de un sistema mediático a otro. En este caso particular, se observa precisamente este tipo de circulación, centrada en el pasaje entre el sistema de medios masivos y el sistema con base en Internet.

La selección de este tema se fundamenta en la posibilidad de realizar una indagación exhaustiva y establecer un contacto directo con el objeto de estudio. En particular, nuestro interés en el caso del Cine Gaumont es doble: por un lado, nos cautiva tanto de forma profesional como académica, puesto que contiene atractivos que prometen la realización de un trabajo de investigación de calidad. Por otro lado, nos interpela directamente debido a su actualidad, su desarrollo en curso y los efectos que este conflicto tiene sobre nosotros.

Nuestra investigación toma como punto de partida el día 6 de marzo del año 2024, día en el que se anuncian una serie de medidas respecto a las políticas públicas culturales, una de ellas, nuestro foco de interés, el anuncio del cierre del Cine Gaumont a partir de su venta. Esto generó repercusión en medios de comunicación tradicionales, redes sociales y portales; que se tradujo a todos los niveles mediáticos, provocando una movilización en la puerta del Cine sobre la Avenida Rivadavia, CABA, que culminó con la represión de las fuerzas de seguridad hacia manifestantes. De esta manera, se generaron nuevas repercusiones en medios, redes y portales. Nuestro objetivo será, por lo tanto, analizar las condiciones de circulación discursiva de este caso y como esta fue variando a partir de los diferentes hitos e instancias del conflicto.

Introducción

Tras la asunción de Javier Milei como Presidente de la Nación, su gobierno encabezó una ofensiva contra los roles tradicionales de la organización del Estado. La misma se ha desarrollado en el plano económico tras una sistemática práctica de desfinanciación, subejecución de partidas y prolongaciones de presupuestos. También ha sido erigida en el ámbito cultural, haciendo énfasis en una batalla de disputa de sentido que planea dar la administración, en contra de todo aquello que pueda ser catalogado como narrativas culturales argentinas que se presentan como contrapuestas a la lógica de la rentabilidad financiera.

En relación al presente caso, una de las trincheras elegidas por el gobierno nacional ha sido el ataque al INCAA y a sus dependencias, entidad que ha sido descalificada como “deficitaria”. Es en ese marco que el Cine Gaumont ha sido blanco de acusaciones de presunto cierre y tildado como un activo a privatizar.

Fase 1: Comunicado ATE INCAA

Tomamos como discurso de origen el comunicado emitido por ATE INCAA el día seis de marzo del 2024, como nuestro **D1**. El comunicado expresa la gravedad de los 170 despidos y la política de ajuste sobre el sector de la cultura.



El lunes 4 de marzo a las 13 horas a pedido de la Junta Interna de ATE en el INCAA, tuvo lugar la reunión con Carlos Luis Pirovano. El actual presidente del INCAA enfatizó su pretensión de continuar en una segunda etapa con nuevos despidos de planta transitoria, retiros voluntarios y jubilaciones anticipadas para la planta permanente.

Detalló además, un plan de acción con vistas a reducir el gasto, se preguntó "¿Por qué tener un canal de televisión y una plataforma?" refiriéndose a Cine.ar y Cine.ar Play, planteó el cierre de los programas de alcance federal, e incluso la clausura y venta del Cine Gaumont. En materia de festivales, deslizó la finalización de cualquier tipo de apoyo a ellos y hasta esbozó un plan de esponsorizar el Festival Internacional de Cine de Mar del Plata y Ventana Sur, para evitar directamente su cierre por considerarlo innecesario a las funciones del Organismo.

Llamamos a la comunidad audiovisual a declararse en estado de alerta y movilización y coordinar con la mayor unidad de todos los sectores las acciones necesarias para enfrentar este ataque brutal que pretende empezar eliminando puestos de trabajo y continuar con el objetivo político y económico del vaciamiento y cierre del INCAA.

El D1 circula por las redes y es levantado por portales nacionales (Tn, Pág12 y Quedigital) e internacionales (Telesur). En el caso de TN, el portal solo se atiene a narrar las políticas ejecutadas por el gobierno, haciendo hincapié en su objetivo de reducir el déficit, desarrollando la narrativa que el oficialismo construye sobre los medios públicos y su aporte cultural. Por el contrario, en Pág12 y Quedigital, medio de Mar del Plata, cubrieron el acontecimiento criticando la medida, hablando de la importancia de la cultura, la promoción cinematográfica del estado, y pusieron el eje en la batalla cultural que el oficialismo está librando contra todas las usinas de producción cultural contrarias a las ideas que pregonan el gobierno. En el plano internacional, la agencia Telesur, puso el foco en el llamado a convocatoria por parte del gremio y se preocupó en describir las políticas de ajuste que el gobierno de Javier Milei ejecuta, no solo en el plano cultural, sino a nivel nacional, también.

Las primeras repercusiones que se dieron en redes sociales fueron a través de la plataforma X, después de una asamblea convocada entre el gremio de Asociación de Trabajadores del Estado del Instituto de Cine y Artes Audiovisuales (ATE INCAA) y el reciente incorporado presidente del organismo, Carlos Pirovano. En una primera instancia, la campaña impulsada en redes sociales se titulaba ‘en el INCAA no sobra nadie’ o ‘en el INCAA no hay ñoquis’, que coincidió a su vez con una nula relevancia en la agenda de discusión oficialista, lo que hizo que el discurso sea unánime en contra del cierre del cine.

Asimismo, aparecen las repercusiones en redes sociales, producidas por enunciadore amateurs¹, desde que comenzó a circular el discurso del cierre del Gaumont hasta la movilización.



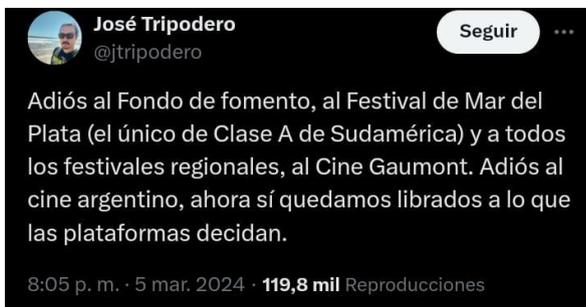
Horas más tarde, más discursos producidos por amateurs comenzaron a circular, posicionándose en contra del cierre del cine. De manera homogénea, no demoró en rotularse como “el fin del cine argentino”^{2 3 4}.

¹ <https://x.com/bepapaorfano/status/1765108387808006567>

² <https://x.com/nahuutwm/status/1765156096363098115>

³ <https://x.com/amorinacine/status/1765146255682920832>

⁴ <https://x.com/jtripodero/status/1765151667589120044>



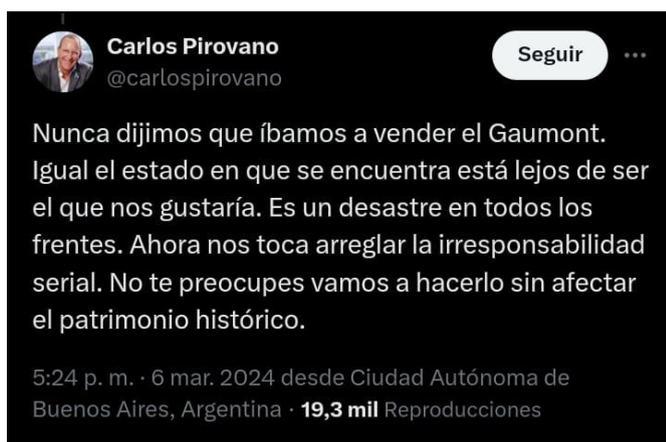
En estos casos podemos observar lo que Mario Carlón llamaría “circulación transversal”, ya que podemos ver circulación del sentido entre individuos mediatizados, es decir, que estos individuos hacen circular sus discursos a través de medios de comunicación individuales. Llegada la noche, se difundió un comunicado de ATE INCAA sobre la reunión, que con el pasar de las semanas fue eliminado de las cuentas del gremio y quedó replicado en la cuenta de X del portal especializado, OtrosCines. En el mismo detalla “*Se planteó el cierre de los programas de alcance federal, e incluso la clausura y venta del Cine Gaumont. ... Llamamos a la comunidad audiovisual a declararse en estado de alerta y movilización y coordinar con la mayor unidad de todos los sectores las acciones necesarias*”⁵.

El discurso de ATE INCAA marca la llegada de un enunciador de peso: una institución. Su discurso, aunque sea en la red, se desplaza descendente sobre los enunciadores amateurs por su carácter de institución, que le permite construir colectivos.

⁵ <https://x.com/OtrosCines/status/1765204972373708900>



El Presidente del instituto, Carlos Pirovano, respondió con su cuenta personal de X una pregunta de Carlos Maslatón para aclarar la situación: “Nunca dijimos que íbamos a vender el Gaumont (...) No te preocupes, vamos a hacerlo sin afectar el patrimonio histórico”⁶.



Al día siguiente, la cuenta de Instagram del mismo sindicato publicó un recorte de Radio Con Vos, en la que Reynaldo Sietecase aborda el tema: “Los planes del financista para el organismo es un desguace y el vaciamiento con afectación para todo el cine nacional”.

⁶ <https://x.com/carlospirovano/status/1765473460812140558>

Hacia el 7-5, la misma cuenta también subió un recorte de María O'Donnell en Urbana Play en el que se plantea la venta del Gaumont⁷⁸. De la vereda contraria, si bien los discursos en contra del INCAA siempre estuvieron presentes en las redes sociales, la agenda oficialista durante los primeros días estuvo ocupada por cuestiones ajenas al Gaumont. El discurso llegó con tardanza a la agenda opositora de redes, mostrándose a favor de la “motosierra al INCAA”⁹.

Días siguientes se viralizó en TikTok y posteriormente se replicó en otras plataformas, un discurso de Valentino Alonso en el estreno de su película, la Sociedad de la Nieve, en el cine Gaumont, donde llama a defender la institución¹⁰¹¹. En este discurso, observamos que predomina una de las funciones del lenguaje identificadas por Roman Jakobson: la función conativa. El enunciador, Valentino Alonso, utiliza determinadas palabras con el propósito de movilizar y convencer a sus receptores de las ideas reflejadas en su discurso.

Además de ATE INCAA, una serie de organizaciones empezaron a convocar la movilización del 14 de marzo en redes sociales, entre ellos [MTS](#)¹², [FIT](#)¹³, [Revista Crítica](#)¹⁴, [Unidxs por Cultura](#)¹⁵, [ADF y distintos medios](#)¹⁶ de comunicación. Se popularizaron los hashtags #NoAlCierreDelGaumont y #VamosAlGaumont.

Subfase 1: Respuesta del gobierno

La cuenta oficial del Ministerio de Capital Humano en la red social X compartió una publicación, donde ratifica la decisión del gobierno de realizar el ajuste y la suspensión del presupuesto, la cancelación de programas culturales y despidos en el sector (**D3**). Destacamos el hecho de que en la página oficial del Ministerio no figure dicho comunicado, que evidencia cuál es la principal vía de comunicación del gobierno: las redes sociales. Es por eso que, en este sentido, el análisis que realizamos se centra principalmente en la utilización de la plataforma X.

⁷ <https://www.instagram.com/p/C4N1rSqu-0y/>

⁸ <https://www.instagram.com/p/C4MYLmHuARI/>

⁹ <https://x.com/TraductorTeAma/status/1765483875529072796>

¹⁰ https://www.tiktok.com/@nell_tg/video/7343865620196232453?lang=es

¹¹ https://www.tiktok.com/@nell_tg/video/7343570444592614661?lang=es

¹² https://x.com/Ale_Bodart/status/1767687158557487293

¹³ https://x.com/Cele_Fierro/status/1767690243472318898

¹⁴ <https://x.com/revistacitrica/status/1767938675365543994>

¹⁵ <https://x.com/JavierGabino/status/1767541083083255948>

¹⁶ <https://x.com/martinturnes/status/1767950531765453257>

Fase 2: Repercusión del comunicado en grandes medios

El comunicado de ATE INCAA (D1) es levantado por los medios tradicionales, hecho que provocó un cambio en la dirección de los discursos, la forma en que se transmiten y reciben los mensajes relacionados con el caso Gaumont.

Este día se observa un salto hipermediático desde las redes sociales hacia la televisión, la radio y los periódicos. La discusión, que hasta entonces había estado principalmente en las redes sociales, ahora se ve reflejada en los medios masivos, que lo cubren de distintas maneras. Los medios correspondientes al Grupo Clarín, tanto gráficos, radiales y televisivos, pusieron más interés en el desarrollo del operativo de seguridad y especulaciones sobre si esta medida de fuerza es una extorsión al gobierno, que en la verdadera problemática.

Por otro lado, medios como Crónica, C5N, IP, El Destape, destacaron la lucha de los trabajadores del INCAA y el Gaumont, dándole voz a los protagonistas, entrevistando a trabajadores despedidos y dirigentes sindicales del gremio. (D2)

Fase 3: Llamado a la Movilización

La etapa 4 se inaugura con el comunicado de ATE INCAA en X (D4) llamando a movilizar en las inmediaciones del Gaumont. Para difundir dicha convocatoria, se creó la cuenta de redes sociales “Unidxs x la cultura”. El éxito de la campaña se vio impulsado, en gran medida, por la intervención del propio gobierno en la esfera de X, lo que generó un mayor interés y atención sobre el tema.

Tras circular masivamente por la red, los efectos y sus repercusiones devinieron en discursos producidos por enunciadores amateurs. Los discursos se dividen en dos grandes grupos: los que apoyaban la iniciativa y los que criticaban. En los discursos de los primeros, se puede identificar huellas relacionadas a otros discursos provenientes de medios tradicionales como de redes sociales mediáticas, opositoras al gobierno. Denunciando el cierre del Gaumont como parte de un plan privatizador o una política de desfinanciamiento con un claro sesgo ideológico anti-cultural. En el otro grupo, los que se posicionaron en contra, las huellas se establecen con discursos que provienen de los medios tradicionales y de los medios de las redes sociales mediáticas, oficialistas. Planteando la necesidad de un ajuste, que tanto el INCAA con el Gaumont, son entidades deficitarias, que “nadie usa”, afines a “propagar ideas de izquierda”, y “merecen ser clausuradas”.

La construcción de la movilización, por lo tanto, se vio afectada visiblemente por el aumento de la complejidad intersistémica que se originó tras la intervención de referentes culturales,

hecho que puede vislumbrarse al considerar que los discursos de convocatoria comenzaron a radicalizarse. El posteo del día previo realizado por “Unidxs x la cultura”, ante la inminente posibilidad de lluvia y tormenta, pregonaba la iniciativa de acudir a la manifestación “llueva o truene”. (D5)

Fase 4: Cobertura mediática de la manifestación en medios tradicionales

Los medios masivos como Crónica TV, C5N y A24 transmitieron en vivo la manifestación, amplificando su alcance y visibilidad. Al hacerse presentes durante toda la jornada, pudieron capturar también cuando la Policía de la Ciudad avanzó sobre los manifestantes, generando tensiones y conflictos. La represión ejercida por las fuerzas de seguridad fue rápidamente difundida a través de imágenes y vídeos, suscitando una respuesta mayoritaria de consternación y disgusto entre la audiencia. Esto se convirtió en el principal foco de atención de los usuarios en las plataformas digitales. La brutalidad de la represión y la aparente falta de justificación para la misma, provocaron una condena generalizada por parte de usuarios, medios de comunicación y figuras públicas.

El día 18 de marzo, apareció un nuevo actor enunciador que le dio una nueva magnitud a la cuestión que se había generado en torno al Cine Gaumont: la aparición de la reconocida actriz y conductora Mirtha Legrand en su programa *La noche de Mirtha*. Allí se pronunció en contra del cierre del Gaumont y a favor del cine nacional. La repercusión de su discurso y los posteriores efectos en redes sociales mediáticas, como en los medios tradicionales, se debió a la llamativa postura compartida de la conductora, alineada con los movimientos de la cultura, relacionados a ideologías políticas con las que no suele compartir opinión.

Los programas radiales también han comentado la noticia posteriormente, como en el caso de Radio Universidad Nacional de La Plata. En una entrevista en el programa "Crudo Despertar", Mario Verón, integrante de DOCA (Documentalistas Argentinos), del Foro Audiovisual de la provincia de Buenos Aires y del colectivo Unidos por la Cultura, habló sobre la situación actual de la industria audiovisual tras el desfinanciamiento del INCAA. Verón expresó: "Para llevar a cabo este plan siniestro de ajuste, necesitan silenciar a nuestro cine, para que no hable, para que no cuente".

Fase 5: Repercusión en Portales

Esta etapa, situada en el sistema de internet, se desarrolla tras la manifestación realizada el 14 de marzo del presente año, la cual fue ampliamente difundida por diversos portales web. Tal

es el caso del artículo publicado por el [Diario Perfil](#)¹⁷ con el título “Cine Gaumont: la manifestación en defensa del INCAA fue reprimida por la policía y hay detenidos”, donde se informó sobre la represión policial y la consiguiente detención de manifestantes.

Asimismo, según informó el portal [Buenos Aires Herald](#)¹⁸, los agentes federales respondieron a la protesta con gases lacrimógenos y detenciones. Cuatro personas fueron arrestadas. Esta dura represión fue recibida con indignación y pesar por el sector cinematográfico argentino. Para ellos, el Gaumont, más que un escenario de violencia, es un ícono del talento audiovisual local, tal como lo expresó el diario respecto a la postura de los manifestantes.

En respuesta a los hechos ocurridos y al desfinanciamiento y desvalorización de la industria cultural argentina, el reconocido actor Leonardo Sbaraglia expresó su opinión. El sitio web "[El Destape](#)"¹⁹ publicó una nota con sus comentarios durante la movilización, en la que participó activamente.

Su discurso tuvo tal repercusión que [Montevideo Portal](#)²⁰, proveniente de Uruguay, hizo eco de la protesta y las palabras del actor. Sbaraglia afirmó: "No había ningún problema ni violencia. De repente, llegó la policía y nos obligó a regresar a la vereda. Creo que lanzaron gases lacrimógenos, pero vean lo que pasa: gente manifestándose en defensa del cine argentino y un lugar emblemático que lo ha defendido y protegido (...)".

La postura de los portales web al informar sobre lo ocurrido en la movilización puede relacionarse con la teoría del lingüista Roman Jakobson. En este contexto, la función del lenguaje predominante es la referencial, la cual se emplea para transmitir información precisa vinculada con la realidad objetiva, orientándose hacia el contexto.

Subfase 2: Repercusión en Redes sobre la manifestación

¹⁷<https://www.perfil.com/noticias/actualidad/cine-gaumont-la-manifestacion-en-defensa-del-incaa-fue-reprimida-por-la-policia-y-hay-detenidos.phtml>

¹⁸<https://buenosairesherald.com/culture-ideas/film-series/police-arrest-4-at-cinema-demo-outside-iconic-movie-theater>

¹⁹<https://www.eldestapeweb.com/atr/television/leonardo-sbaraglia-defendio-el-cine-argentino-y-apunto-contra-milei-orgullosa--20243142170>

²⁰<https://www.montevideo.com.uy/Pantallazo/Sbaraglia-se-manifesto-por-recorte-de-Milei-al-cine-argentino-y-critico-accionar-policial-uc882647>

En las redes sociales, la recepción de la manifestación provocó múltiples efectos que aparejaron nuevos discursos. Diversos comentarios, opiniones, posteos y likes se desplegaron en las redes sociales siguiendo la misma caracterización que habíamos hecho anteriormente: dos grandes grupos dentro de los cuales se encuentran quienes se alinean al discurso del gobierno y quienes se oponen en defensa del Cine Gaumont y el INCAA. Además, hubo una alta variedad de memes que fueron producidos. La gran mayoría de los actores individuales que actuaron en esta etapa, más aún quienes se encargaron de desarrollar los memes que se expandieron rápidamente, ejercen una acción que es retomada por Scolari en “El texto DIY”. Él aborda en esta práctica cada vez más difundida en nuestros tiempos, la de crear, modificar o reparar objetos y medios de comunicación por uno mismo, en lugar de depender de productos comerciales prefabricados. Scolari explora cómo el DIY se ha convertido en una tendencia importante en la era digital, facilitando la producción y distribución de contenidos por parte de individuos y comunidades. Se genera de esta manera una producción cultural participativa, que impulsa a la participación y colaboración en línea de contenido mediático.

La política Manuela Castañeira (@ManuelaC22) también expuso un video de la represión, pidiendo que cese²¹:



El presidente Javier Milei le da “Me Gusta” a la publicación de twitter de @ElianaCere, en la cual se expresa a favor de la represión policial en la conferencia de prensa en defensa del Gaumont ²²:

²¹ <https://x.com/manuelac22/status/1768401202188894262?s=46>

²² <https://x.com/elianacere/status/1768399197500252671?s=46>

← **Javier Milei**
454,495 Me gusta **Seguir**

Comentarios Resuestas Multimedia **Me gusta**

3 96 755 17.9K

Eliana @ElianaCere · 3h
Un grupo de zurdos fue corrido por la policía porque no entendieron que las calles son para circular.

Me dan ganas de votarlo de nuevo
[#GraciasMilei](#)



De La Garganta Poderosa

27 72 509 29K

17 de marzo: Tiktok viral de la cuenta de TN con un extracto de “La Noche de Mirtha”²³, en el cual la conductora Mirtha Legrand pregunta qué tanto puede costar mantener el cine Gaumont.

Horas más tarde, el presidente Javier Milei desde su cuenta personal de Twitter reponea un tweet de @julioburdman²⁴ en el cual propone que Mirtha Legrand compre el Gaumont, además de cambiarle el nombre a “Cine Gaumont-Legrand”:

²³ <https://vm.tiktok.com/ZMMWMTPEV/>

²⁴ <https://x.com/julioburdman/status/1769479892226207821?s=46>

↻ Javier Milei reposteó



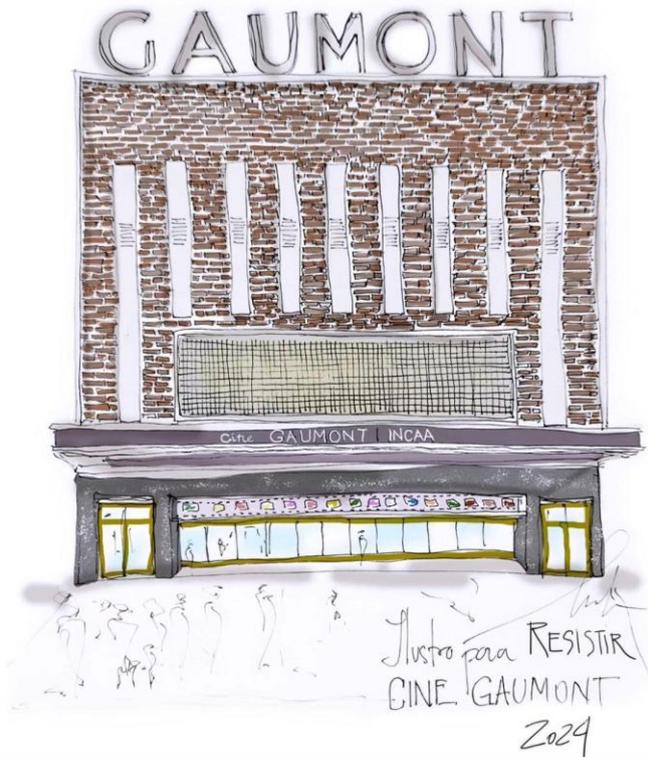
Julio Burdman @julioburdman · 16h ...

Qué gran gesto sería que Mirtha compre el Gaumont, que éste pase a llamarse Cine GAUMONT-LEGRAND y que proyecte solo películas argentinas. Un hito que la enaltecería a ella, y que contribuiría a cambiar la mala imagen que tienen los argentinos de sus propios referentes culturales

Real Time @RealTimeRating · 22h
Mirtha defendió al INCAA y al Gaumont.



El 27 de marzo: La ilustradora Natalia Karbabian comparte una ilustración propia en su cuenta de Twitter (@natzkerba) e Instagram (@ilustroparano olvidar) en contra del cierre y mediante la utilización de hashtags: “#cultura”, “#construcciondeidentidad”, “#gaumont”²⁵:



²⁵ https://www.instagram.com/p/C5BwSTwOOD9/?igsh=cnZ2bXRmeGdoNHYx&img_index=1

8 de mayo: La actriz y guionista Malena Pichot (@malepichot) exhibe la foto de la ilustración focalizada a la defensa del Gaumont de @natzkerba, encuadrada y dedicada para ella, la cual sobrepasa las 40.000 visualizaciones en un día ²⁶:

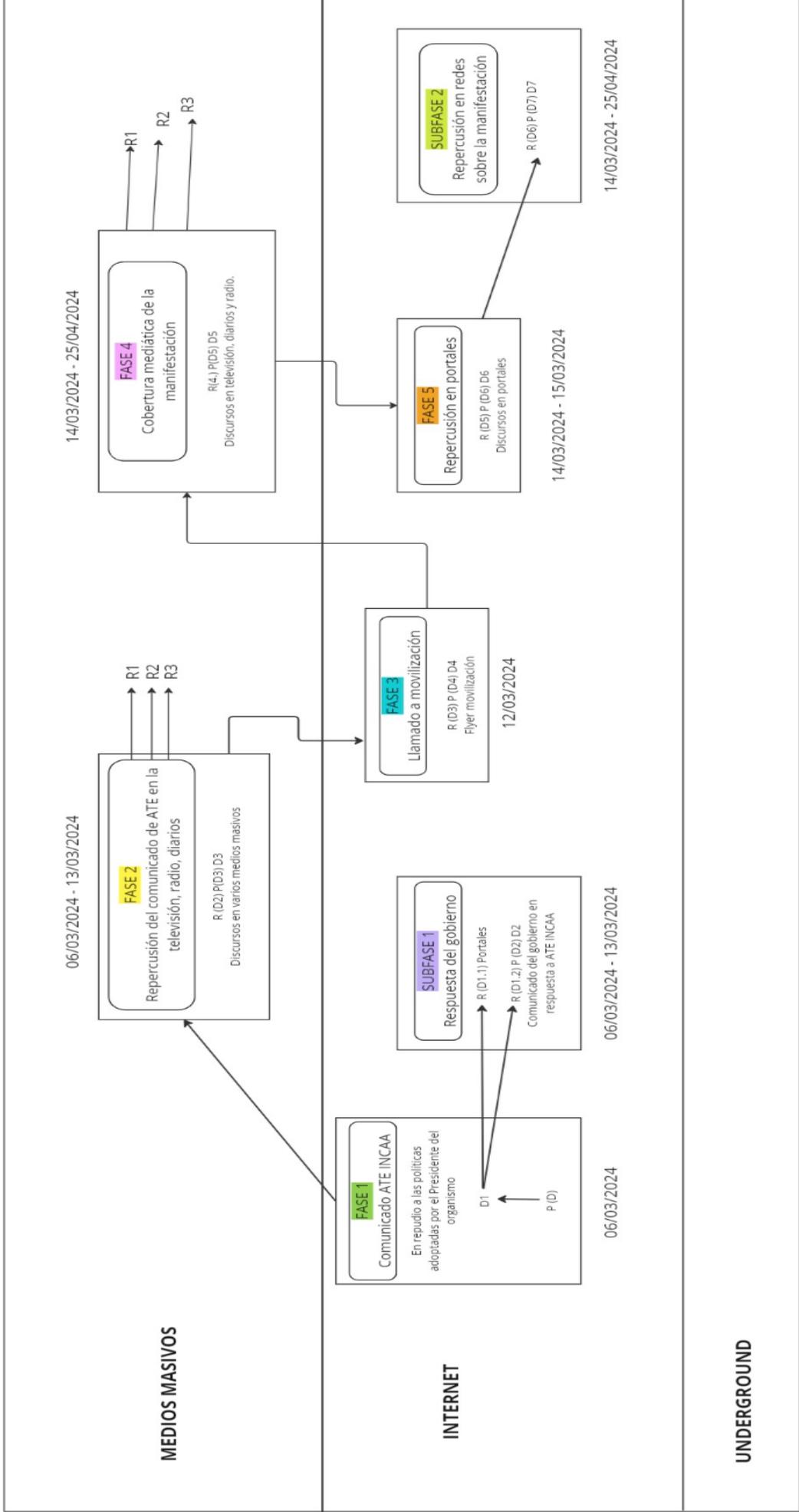


25 de abril: El titular del INCAA, Carlos Pirovano, le da “me gusta” a un tweet de @DePiettoMaria ²⁷, en donde cita un video de Mirtha Legrand confirmando que no cierra el INCAA ni el Gaumont, luego de una charla que sostuvo con el economista.

En el enlace que aquí se desprende, se encuentra todo el material analizado a lo largo de la investigación: [MATERIAL AUDIOVISUAL - GRUPO 5](#) Además, a continuación, se presenta el gráfico que ilustra la circulación del informe:

²⁶ <https://x.com/malepichot/status/1788195596878119373?s=46>

²⁷ <https://x.com/depietromaria/status/1783647475816972721?s=46>



MEDIOS MASIVOS

INTERNET

UNDERGROUND

Conclusión

A partir de la publicación del comunicado emitido por ATE INCAA el día 3 de marzo, el discurso en torno a la problemática del Cine Gaumont se vio afectado por la intervención de múltiples enunciadores, tanto amateurs (usuarios de Twitter, TikTok e Instagram) como enunciadores profesionales (figuras públicas como Mirtha Legrand y Leonardo Sbaraglia)

En las redes sociales mediáticas, el discurso de origen suscitó interacciones con enunciadores de ambos perfiles, amateurs y profesionales, entre los que se encontraban periodistas, actores/actrices e incluso el propio presidente. La complejidad del discurso se intensificó aún más cuando trascendió al ámbito de los medios masivos de comunicación, dando un salto hipermediático, donde fue tratado como agenda nacional.

La amplia repercusión del comunicado, convocó a grandes colectivos de la sociedad a participar de la movilización en contra de las medidas implementadas por el gobierno en torno al ya mencionado conflicto cultural. Lamentablemente, la manifestación fue objeto de una fuerte represión por parte de las fuerzas de seguridad, lo cual fue cubierto por los medios en tiempo real. Asimismo, este accionar desencadenó la producción de nuevos discursos, principalmente en el ámbito de las redes sociales.

El accionar del Gobierno Nacional en relación al caso particular analizado representa un modelo a escala de su modo de formular sus políticas públicas, o en este contexto, de atacar y desfinanciar las preexistentes. Más allá de que Javier Milei no es el primer presidente que utiliza el canal de las redes sociales mediáticas para comunicar los próximos movimientos de su gobierno, la excepcionalidad radica en la emulación de un modo amateur y violento. Este aspecto es evidenciable si se tiene en cuenta lo recurrente de dar *like* y *retweet* a enunciadores amateurs que no tienen reparo en expresarse de manera conflictiva y segregatoria, reivindicando discursos que parten de emisarios no oficiales y que comparten un código común: la agresividad.

Un aspecto que merece especial atención en este caso es la construcción de una comunidad de resistencia política en torno al cierre del Gaumont. La difusión del comunicado, la resonancia que generó en las redes sociales y la intervención de figuras públicas como Mirtha Legrand contribuyeron a complejizar el análisis y otorgar un carácter masivo al evento. Lo que comenzó como una disputa política en redes sociales, se integró en los esquemas de comunicación de los medios tradicionales, logrando así formar parte de la agenda nacional y movilizar a diversos actores de la sociedad.

La participación de actores, directores, la cobertura de medios internacionales en defensa del INCAA y el apoyo de personalidades de la cultura a nivel internacional, fueron elementos clave para la conformación de este movimiento en defensa de la cultura. En síntesis, este caso pone de manifiesto el poder de las redes sociales para movilizar a la sociedad y transformar una convocatoria abierta en un accionar concreto y colectivo en las calles, involucrando a diversos y heterogéneos sectores sociales.

Bibliografía:

- Carlón, Mario (2016). “Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón”, en Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada. San Luis: NEU.
- Carlón, Mario (2022), “¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido en la mediatización contemporánea?”, en Mediatizaciones, deSignis N|37, coordinado por Andreas Hepp y Guillermo Olivera con la colaboración de Lucrecia Escudero Chauvel, Susan Benz y Heisko Kirschner. Rosario: UNR.
- Jakobson, Roman (1985). “Lingüística y poética”, en Ensayos de lingüística general. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Scolari, Carlos A. (2012). “El texto DIY (Do it Yourself), en Colabor_arte. Medios y arte en la era de la producción colaborativa, Carlón, Mario y Scolari Carlos A. (eds.). Buenos Aires: La Crujía.