



Trabajo de investigación
Una ventana para espiar la enunciación presidencial:
El caso de Javier Milei e Ignacio Torres

Semiótica de Redes 2024

Cátedra: Mario Carlón

Comisión: 23

Docente: Rocío Rovner

Grupo 6

Estudiantes:

Catalano, Ariadna catalanoariadna@gmail.com

Errequet, Celina celinaerrequetuba@gmail.com

Herrero Gonzalez, Carmela carmelaherrerog@gmail.com

Milanesi, Nerina nerinamilanessi@gmail.com

Montero, Sol Ailen solailenmontero@gmail.com

Servelli, Lucila luservelli@gmail.com

Ganci, Renata renata.ganci@gmail.com

Introducción

El 10 de diciembre de 2023 asumió la presidencia argentina el economista Javier Milei, perteneciente al partido político La Libertad Avanza. La construcción de su candidatura fue propia de la sociedad hipermediatizada ya que tuvo lugar en los dos sistemas mediáticos (medios masivos y medios con base en Internet) y en los diálogos que se establecen entre ellos. Milei “explotó y capitalizó con acierto las herramientas de las redes sociales en detrimento del anclaje territorial de la política tradicional. Candidato mediático, influencer, panelista de tevé y polemista público, Milei es un producto de los medios, el cual encontró en la lógica reticular de las redes su lugar natural” (Montero, 2024, p. 3).

Una de las propuestas de campaña de Javier Milei fue la eliminación de la coparticipación federal, un sistema mediante el cual el Gobierno Nacional distribuye la recaudación que obtiene a partir del sistema tributario. Éste tiene como objetivo la reducción de la desigualdad entre las provincias que componen la República Argentina y, por lo tanto, es un importante símbolo del federalismo.

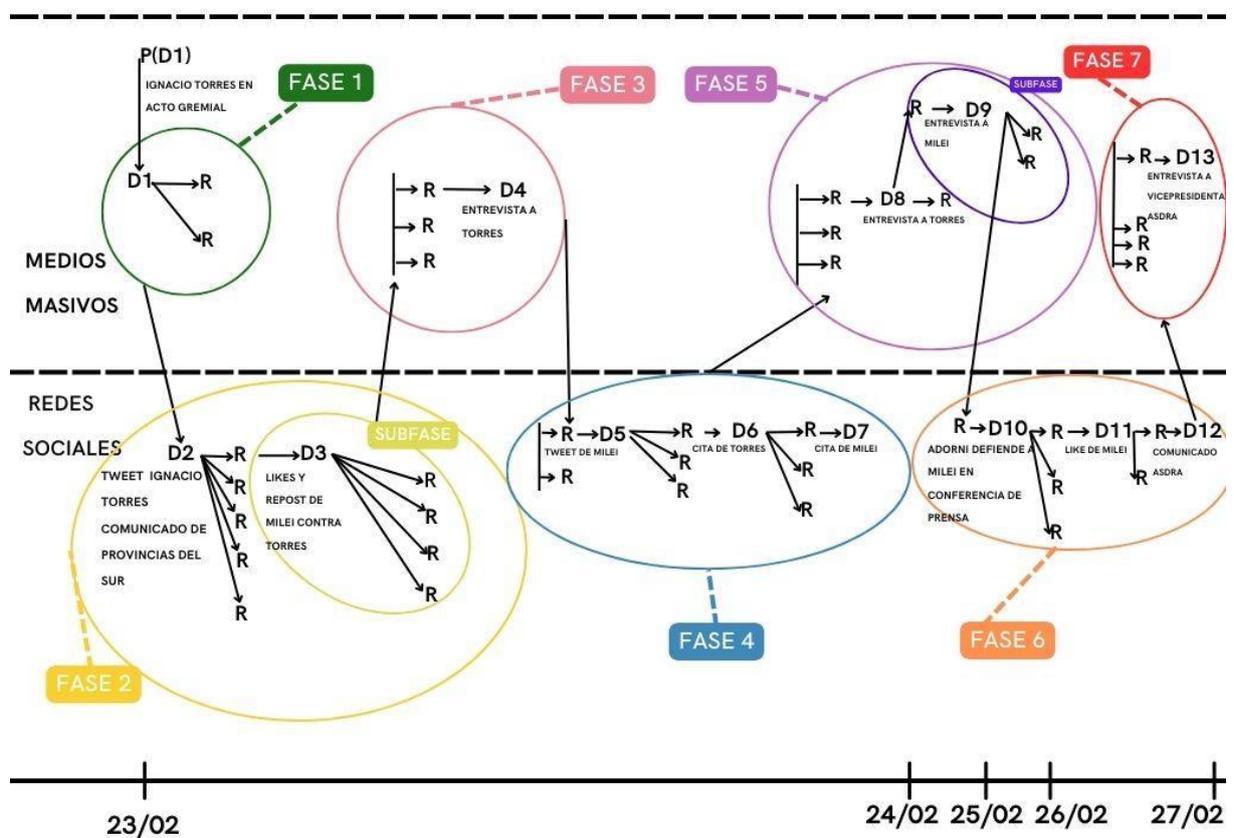
A fines de enero del 2024, Luis Caputo, actual ministro de economía, anunció que “recortaría las partidas provinciales si algunos incisos de la Ley Ómnibus no se aprobaban en el Congreso” (La Nación, 2024). Así, el gobierno nacional dejó de enviar a las provincias fondos para la educación y el transporte. En febrero, el gobernador de Chubut, Ignacio Torres, del espacio político del PRO (Propuesta Republicana), denunció que el gobierno nacional había recortado más de un tercio de la coparticipación mensual debido a su rechazo a la Ley Ómnibus, denominada oficialmente como “Ley de Bases y Puntos de Partida para La Libertad de los Argentinos”. En respuesta, Ignacio Torres en un acto realizado por sindicalistas en Chubut, amenazó con cortar el suministro de petróleo a la nación, discurso que constituye el punto de partida de la presente investigación.

Este trabajo tiene como objetivo analizar la enunciación del presidente Javier Milei a partir de la polémica que surgió con Ignacio Torres, mediante el estudio de la circulación de sentido del caso, que es de tipo vertical-horizontal. Para realizarlo, se retoma la teoría de Eliseo Verón sobre los discursos políticos y las principales características que los distinguen de otros tipos de discurso: siempre están dirigidos a tres destinatarios (prodestinatarios, contradestinatarios y paradestinatarios) y, en consecuencia, siempre suponen la construcción de un adversario. En este caso, el discurso político es el que predomina, ya que tiene como protagonistas a dos dirigentes en ejercicio de funciones en el Estado, creando un campo discursivo que implica un enfrentamiento entre enunciadores que se construyen como

adversarios entre sí. Los discursos enunciados por Milei durante el desarrollo del conflicto mediático construirán como adversario a Torres y viceversa.

Sin embargo, el centro del análisis es ocupado por la enunciación de Javier Milei, ya que su cargo de Jefe de Estado lo posiciona como un enunciador con un estatuto superior al del gobernador de Chubut, junto a quien protagonizó un intenso conflicto intersistémico en el corto lapso de una semana.

GRÁFICO DE CIRCULACIÓN:



[Gráfico de Circulación.pdf](#)

Informe de fases

Fase 1: No va a salir ni un barril más de petróleo. Esta primera fase acontece en el marco de medios masivos.

El viernes 23 de febrero al mediodía, el gobernador de Chubut, Ignacio "Nacho" Torres, perteneciente al PRO, amenazó al Gobierno Nacional con cortar el suministro de petróleo si no enviaban los fondos de coparticipación que le correspondían a la provincia. Esta declaración fue realizada en un acto multitudinario en Comodoro Rivadavia, ante trabajadores de los gremios petroleros, camioneros y de la construcción. Torres advirtió: "Le damos tiempo al Gobierno nacional hasta el miércoles. Si el miércoles no nos quitan la pata de encima no va a salir ni un barril de petróleo más de Chubut para la Argentina" (Clarín, 2024).

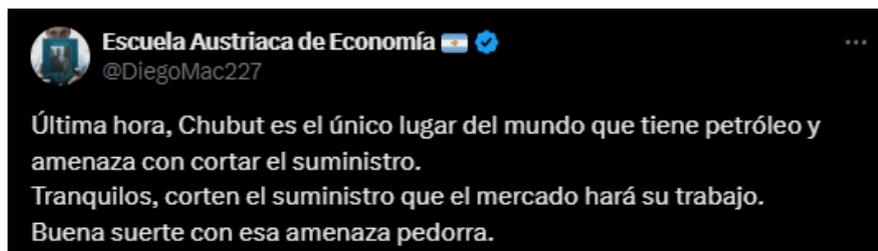
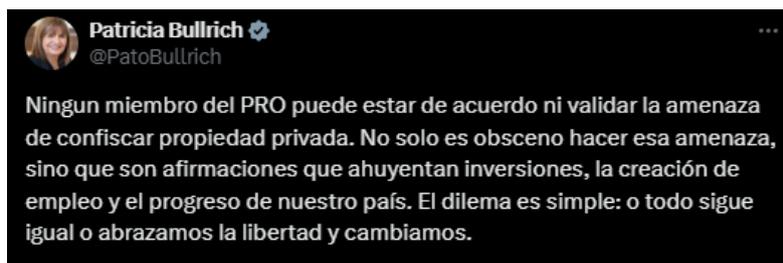
Este primer discurso de origen (**D1**) se transmitió en medios masivos, por lo tanto, generó múltiples reconocimientos. Entre ellas, la nota del Diario Clarín y del Diario Santa Cruz. El caso comienza a circular en dirección comunicacional descendente.

Fase 2: Las Provincias Unidas del Sur. Ocurre en el marco de las redes sociales y medios digitales.

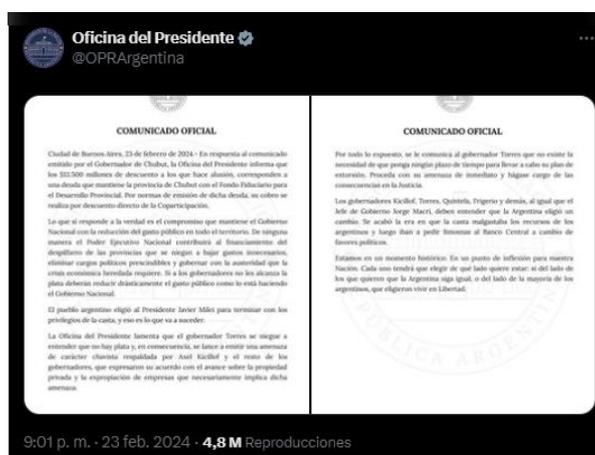
El viernes 23 de febrero a las 17 hs, el gobernador de Chubut, Ignacio Torres, publicó un comunicado en la red social X junto con los gobernadores de Río Negro, Tierra del Fuego, Santa Cruz, La Pampa y Neuquén. En el mensaje criticaban la reducción de los fondos de coparticipación para las provincias y anunciaban que dejarían de entregar el petróleo y gas de Chubut al Gobierno Nacional. Es decir, reafirma su primer discurso al mismo tiempo que construye al Gobierno Nacional como su contradestinatario y a los chubutenses como sus prodestinatarios.



Este discurso, **D2**, genera condiciones de reconocimiento, entre ellas se encuentran tuits de personas del espectro político que poseen diferentes jerarquías, por ejemplo: Patricia Bullrich, Axel Kicillof, Guillermo Francos, etc.



El viernes 23 de febrero a las 21hs, la Oficina del presidente publicó un comunicado oficial en Twitter, aclarando que el descuento mencionado por el gobernador de Chubut se debía a una deuda de la provincia con el Fondo Fiduciario para el Desarrollo Provincial.



Subfase: Buena suerte con esa amenaza pedorra. Sucede dentro del marco de las redes sociales y medios digitales.

Javier Milei retuiteó y dio “Me Gusta” a diversos perfiles que criticaban e insultaban al gobernador de Chubut, donde se lo trataba de comunista y chavista. Este nuevo discurso, identificado como **D3**, es reconocimiento de **D2**. Al tener una alta jerarquía en las redes genera mucho revuelo y reacciones diversas (como notas y entrevistas en medios masivos). Aquí cambia la dirección comunicacional: se vuelve ascendente. Esta subfase tiene como

particularidad la intervención de una institución presidencial, en este caso individual, que es el perfil de X de Javier Milei.

Fase 3: Comunista de closet. Ocurre en el marco de medios masivos.

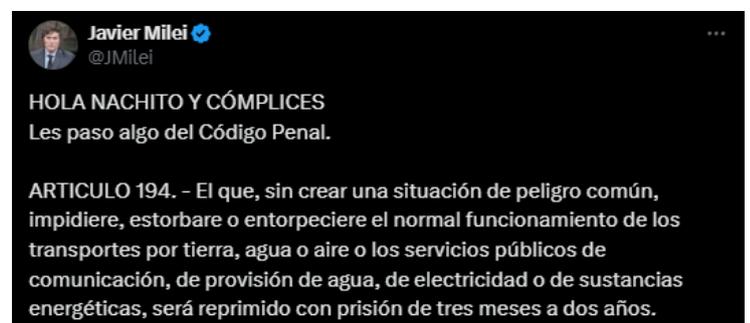
Entre los reconocimientos que tuvieron los tuits de Milei (**D3**) en medios masivos destacamos dos notas, una del diario Clarín y otra de C5N.

El viernes 23 de febrero a las 21 hs, Ignacio Torres fue entrevistado por los periodistas Esteban Trebucq, Pablo Rossi y Luis Majul en La Nación Más, luego de los polémicos retuits y likes del presidente. Se habló sobre el comunicado de Torres, quien luego lo critica: “Milei es infantil, inmaduro y agresivo”. Este reconocimiento **R(D3)** se convierte en **D4** por su relevancia, generando así reconocimientos propios.

Fase 4: Hola Nachito y cómplices. Sucede dentro del marco de redes sociales y medios digitales.

La dirección comunicacional vuelve a ser descendente, ya que los contenidos de medios masivos (D4: la entrevista a Ignacio Torres en LN+) generaron reconocimientos en redes. Los reconocimientos más relevantes fueron del presidente Javier Milei, quien dio “Me Gusta” a un tuit en el que afirmaban que: “En LN+ se están cogiendo al gobernador de Chubut, Torres...”. Y luego arremetió contra Torres, a quien construye como su contradestinatario, desde su cuenta oficial: “Hola Nachito y cómplices. Les paso algo del código penal”. Esto se convierte en **D5**.

Aquí comienzan las idas y vueltas entre el presidente Javier Milei y el gobernador Ignacio Torres, quienes se responden a través de tuits.



Los dichos de Torres en “X” se instalan como **R(D5)** y al mismo tiempo, como una condición de producción de **D6**. "Presidente, quiero decirle que, a diferencia de otros, yo no le

tengo miedo. No vamos a ceder ante sus insultos, amenazas o aprietes. No creo en la violencia y voy a defender a los chubutenses hasta las últimas consecuencias. Usted tiene que gobernar para todos los argentinos, para eso lo votaron. A mí me eligieron para defender los intereses de mi provincia, y así lo voy a hacer", sostuvo Torres.

Esto fue citado por Javier Milei, lo que lo convierte en **D7**, ya que se mantiene la tensión entre ambos, por lo tanto, sigue generando diversas reacciones tanto en el marco de las redes sociales como en medios masivos.



Fase 5: Caputo nefasto. Ocurre dentro del marco de los medios masivos.

Aquí sucede un cambio en la dirección comunicacional: se vuelve ascendente, ya que los medios masivos retoman el intercambio de tuits entre el gobernador y el presidente. Destacamos dos notas: una del diario La Nación y otra de C5N.

El sábado 24 de febrero en diálogo con Radio Mitre, Ignacio Torres denunció que fue amenazado por Santiago Caputo “un personaje nefasto que no laboró en su vida”. Esta declaración se convierte en **D8**, debido a que posee múltiples reconocimientos y es recogida por otros medios masivos. Por ejemplo, el artículo publicado por el Diario Clarín con su título: “Nacho Torres cruzó otra vez a Milei, acusó a Santiago Caputo de “nefasto” y dijo que el Ministro de Economía miente”.

Subfase: Milei redobló su ataque

Como reconocimiento de **D8**, el presidente Javier Milei en una entrevista en LN+, reafirmó lo dicho en el comunicado oficial que explicaba la deuda de Chubut como justificativo del recorte. “No tengo la culpa de que no pueda comprender un texto” sostuvo. Esto se instala como **D9**, ya que también genera reconocimientos diversos, como notas en C5N y El Cronista. Se trata de una dirección comunicacional descendente que refleja distintos niveles de jerarquía y relevancia dentro del marco de los medios masivos.

Fase 6: Nachito, abrí el gmail. Acontece en las redes sociales.

El lunes 26 de febrero, en una conferencia de prensa, un periodista interrogó a Adorni, el vocero presidencial, sobre el like del presidente a la publicación violenta realizada por el usuario fake “Felix The Memelord” el 23 de febrero. El vocero respondió: “La verdad es que me cuesta opinar sobre cosas que no ví [...]. El presidente Milei usa sus redes sociales, todo el mundo lo sabe, sin community manager y sin intermediarios como forma de tener una comunicación directa con la gente. Me parece que el presidente Milei es una persona super respetuosa que defiende la libertad de expresión como nadie” y para terminar afirmó que: “son sus redes y las maneja como él cree conveniente”.

Ese mismo día comienza a circular en X el hashtag “#NachitoAbriEIGmail” haciendo referencia a la versión de la Casa Rosada sobre el conflicto, según la cual Ignacio Torres no habría abierto un mail del Palacio de Hacienda. En medio del conflicto, Javier Milei se sumó a la tendencia dándole like a un tuit discriminatorio, que acompañaba el hashtag con una foto editada en la que aparecía Torres con rasgos de una persona con síndrome de down, reconocido como **D11** en el esquema de circulación discursiva.



Los discursos que tuvieron lugar en esta fase contaron con diversos reconocimientos en las redes sociales. Los positivos estuvieron relacionados a cuentas libertarias, los prodestinatarios, con identidades anónimas que apoyan al presidente y en los que predominó la

utilización de recursos reideros. Por otro lado, los negativos, que provienen de quienes se posicionan como contradestinatarios de la enunciación presidencial, se enfocaron en denunciar el like del presidente.

Asimismo, el martes 27 de febrero, la Asociación Síndrome de Down de la República Argentina (ASDRA) condenó el like de Milei mediante un comunicado vía Twitter, calificandolo como “un claro acto de discriminación”. Nuevamente identificamos la intervención de una institución reconocida. Este discurso se distingue como **R(D11)** y se posiciona como el **D12** de la investigación. Además, el mismo comunicado reconoce un antecedente discriminatorio del presidente: otra ocasión en la que el presidente utilizó el término “mogólico” como insulto.



Fase 7: Condena masiva al like del presidente. Esta última fase tiene lugar en los medios masivos de comunicación.

El mismo martes, la vicepresidenta del ASDRA, Sabrina Herreros, fue entrevistada por el “Gato” Sylvestre en Radio 10. Herreros calificó como “horroroso” el accionar del presidente y dijo que le generaba “mucho tristeza”. Este discurso se posiciona como el **D13** del esquema de circulación, cuya condición de producción clara es el **D11**.

Los medios masivos tales como Página 12 y Perfil han publicado notas que califican el like como “discriminatorio” y cuestionan la actividad del presidente en las redes sociales. Otro reconocimiento importante fue una nota de Clarín titulada “Nacho Torres durísimo contra

Javier Milei: ¿Qué le puede pasar a una persona para tener tanto resentimiento?”, poniendo el foco en el gobernador.



Política

“Nacho” Torres, durísimo contra Javier Milei: ¿Qué le puede pasar a una persona para tener tanto odio y resentimiento?”

- Habló frente a la Legislatura de Chubut, en una sesión extraordinaria convocada. "No le estamos mendigando nada a nadie", dijo.
- Todos los bloques apoyaron al gobernador en medio de su reclamo contra el Ejecutivo por haberle retenido fondos de coparticipación.

Conclusiones

A lo largo del presente trabajo de investigación, identificamos y analizamos las diferentes fases que constituyen la circulación de nuestro caso. El corpus presentado retoma las repercusiones y discursos producidos

en los medios masivos, así como también las interacciones entre distintos enunciadores en X y los reconocimientos en medios digitales. Para adentrarnos en las conclusiones del trabajo, proponemos un recorrido conceptual a través de las categorías postuladas por Eliseo Verón y Mario Carlón.

Como sostiene Carlón, en la sociedad contemporánea la hegemonía de los medios masivos de comunicación se encuentra en crisis a partir del surgimiento y estabilización del sistema de los medios con base en Internet. Esto produce nuevos modos de circulación de los discursos, con cambios de escala en la mediatización y quiebres de sentido, tal como se observa en el presente caso.

Verón (1984) plantea que durante la sociedad mediatizada posmoderna el discurso político se complejizó, puesto que las figuras políticas se vieron obligadas a desarrollar

El Presidente que cerró el Inadi

El discriminatorio like de Milei en Twitter: Nacho Torres con Síndrome de Down

"¿Cuánto odio puede haber en una persona que con sorna tuitea riéndose de un chico con Síndrome de Down?", cuestionó el gobernador de Chubut.

27 de febrero de 2024 - 07:46

estrategias que no se limitaban únicamente al dominio del orden simbólico, sino que también debían dominar el orden de lo icónico-indicial en el espacio televisivo. A partir de los cambios que se producen en la era contemporánea, los discursos de la enunciación política se complejizan aún más, ya que no sólo se desempeñan en los medios masivos. También se anclan en redes sociales y, además, están atravesados por múltiples modos de interrelación entre sistemas mediáticos (Slimovich, 2017).

El solapamiento del campo de lo político con el mediático se acelera con el paso del tiempo y es fácilmente identificable en nuestro caso, donde el conflicto por la coparticipación deriva en una confrontación en redes sociales entre dos figuras políticas: el presidente Javier Milei, que interviene como institución presidencial, e Ignacio Torres, gobernador de la provincia de Chubut. Durante el conflicto, el presidente interviene generando nuevos discursos tales como sus propios tuits, pero también comparte (retuitea) publicaciones de otros enunciadores con distinto estatuto, manifestando una aceptación de ese contenido (Calvo y Aruguete, 2020).

Esta superposición entre ambos campos también refleja otra práctica característica de la sociedad hipermediatizada: la incorporación de “las voces desintermediadas de los propios políticos y las ciudadanas en el espacio público que se amplía con los medios con base en Internet” (Slimovich, 2020 p.181). Esto modifica la relación entre los gobernantes y el pueblo, que ahora se contactan directamente a través de las redes sociales, sin la intervención de un periodista que modere la interacción. En esta línea, el presidente afirmó en una entrevista en Radio Mitre : *“Yo he nacido en las redes sociales, soy un producto de las redes sociales y me comunico de modo directo con la gente”*.

Además, en la circulación analizada, se destaca una particularidad propia de la enunciación política según Verón (1987): la construcción de un adversario. Como propone el autor, se produce un enfrentamiento, una lucha entre enunciadores que se establecen como enemigos. Esta polémica implica un diálogo violento, en este caso entre varones, ambos con jerarquías elevadas: el presidente y un gobernador.

El discurso de origen tiene como enunciador a Ignacio Torres, quien se ubica en una posición originalmente amenazante. El presidente, como institución política, se encuentra en un estatuto superior al del gobernador, sometido políticamente por su rango inferior. Paralelamente a esta disparidad jerárquica entre los actores de la comunicación, los enunciadores se construyen en una relación con una disparidad similar, en tanto Javier Milei responde a las iniciales amenazas de Torres a través de un discurso que lo somete ya no

solamente como político, sino en su integridad como persona. Este sometimiento se evidencia en los discursos que produce o con los que interactúa el presidente en la red social X.

Existe una gran diferencia en el tono del primer discurso del gobernador Ignacio Torres en el acto junto a sindicalistas, y aquel de sus últimas pronunciations públicas una vez el conflicto se fue diluyendo. En un principio, su enunciación es de fuerte confrontación con el presidente: amenaza con retener los barriles de petróleo, y acusa al Gobierno Nacional de estar extorsionando a las provincias e incumpliendo la Constitución. Este tono se mantiene a medida que escala el conflicto .

Sin embargo, una vez que la cantidad de discursos emitidos disminuyen, el tono del gobernador se vuelve más conciliador. El 1 de marzo, tras la apertura de las sesiones legislativas y la propuesta del “Pacto de Mayo”, Ignacio Torres afirma: *“Me parece que el Gobierno escuchó y entendió que de alguna manera es necesario dialogar y es necesario también que sean vinculantes las distintas provincias”*.

A diferencia del gobernador, el presidente no cambia su tono confrontativo a lo largo del conflicto. La construcción de Ignacio Torres como un adversario político amateur, joven, sin experiencia alguna, se mantiene hasta la disolución de la disputa. Milei no propone una solución al problema de la coparticipación ni conciliación con la provincia.

Todos los discursos producidos por el presidente Javier Milei, con excepción de la entrevista que brindó a LN+, se emitieron en los medios con base en Internet, principalmente en X, y luego ascendieron a los medios masivos cambiando la dirección comunicacional. Por el contrario, Ignacio Torres se construye como enunciador en ambos sistemas mediáticos.

Javier Milei es un actor institucional que, según el vocero presidencial, maneja sus propias redes sociales, sin community manager. Desde que asumió la presidencia surgieron muchos debates y cuestionamientos acerca de su alta actividad en X. Los tuits con los que interactuó en el caso analizado, principalmente los discriminativos hacia Torres, fueron publicados por usuarios fakes, definidos como “[...] identidades anónimas que generalmente buscan incidir en el debate mediático sin exponerse personalmente” (Calvo, 2015, p. 95). Los fakes, al ocultar su identidad, no tienen responsabilidad alguna sobre el contenido que publican, lo que constituye uno de los motivos por los que los discursos que surgen en esta red social, del 23 al 27 de febrero, distan mucho de los producidos por los medios masivos, en parte porque estos últimos son instituciones con reglas y limitaciones definidas con las que no cuentan las redes sociales.

Los discursos producidos en las redes sociales de Javier Milei son entendidos como un ataque personal hacia Torres. Su tono difiere de la Cuenta de la Oficina del Presidente, ya que

esta funciona como canal oficial del poder ejecutivo. De esta manera, el Jefe de Estado intenta marcar una diferencia a través de su cuenta individual, estableciéndose como un internauta y no como una institución política. “En efecto, las limitaciones de espacio en Twitter [ahora X] han sido hechas a medida del conflicto, del sarcasmo, de la agresión. En una palabra, Twitter fue creado para darle nueva vida a la chicana política” (Calvo, 2015, p.36).

A pesar de que el primer discurso del caso estudiado tiene origen en los medios masivos, el rol principal que va a cumplir este sistema mediático es el de ir detrás de las redes sociales, reconociendo todos los discursos allí producidos y generando nuevos discursos a partir de ellos. En el sentido inverso, los discursos originados en los medios masivos aparecerán transformados en memes u otras narrativas transmediáticas en las redes sociales. “Twitter es sin duda la más hiper e intertextual de las redes porque habilita formas específicas de polémica y polifonía: el intercambio cara a cara, uno-a-uno, directo y sin mediaciones entre usuarios, así como la posibilidad de reapropiación, retorsión, resignificación o confrontación con la palabra del adversario mediante la mención con @ o el retweet con cita” (Montero, 2024, p.6). Mientras las redes sociales son el espacio de las chicanas políticas, de los memes sin censura, de los pocos caracteres, el anonimato y la agresión directa; en los medios masivos retoman el caso personas con nombre y apellido reales, entrevistan a los involucrados y, en ciertos casos, hacen juicios de valor sobre el contenido de las redes sociales.

Los discursos producidos suscitaron reconocimientos múltiples y opuestos, generando colectivos que se posicionaron a favor y en contra. Como afirma Slimovich (2017), a partir del proceso de digitalización, se reacciona a la institución política con el surgimiento de movimientos ciudadanos y sociopolíticos que se articulan con las redes sociales y con los medios masivos de comunicación. Frente al discurso de Milei encontramos los reconocimientos de aquellos que Verón (1987) denomina prodestinatarios, es decir, los destinatarios positivos que adhieren a los mismos valores que el enunciador, construyendo el colectivo de identificación. Éstos reconocen de manera positiva los discursos del presidente, a los que consideran reideros y humorísticos. A su vez se producen reconocimientos totalmente opuestos que entienden a los mismos como violentos y discriminatorios, consolidando un colectivo de rechazo generalizado, en el cual se destaca la institución Asociación Síndrome de Down de la República Argentina (ASDRA). Esta institución, junto a otros usuarios en la red y figuras públicas en medios masivos, actúan como contradestinatarios, es decir destinatarios negativos del discurso, cuyas creencias son opuestas a las del enunciador.

Por lo tanto, como sostiene Slimovich (2017), son “dos visiones del mundo las que se ponen en escena a través de discursos que contienen condensaciones de sentido (...)”, en tanto a partir de los discursos en circulación se vislumbran dos perspectivas opuestas.

Otro de los ejes principales del análisis de la enunciación política en este caso es el concepto de *humor hipermediático* (Fratricelli, 2021), diferente del de las sociedades mediáticas y mediatizadas, en las cuales el humor atravesaba el conjunto de lo social, pero era regulado institucionalmente. En la sociedad hipermediatizada el humor es colaborativo y amateur. Javier Milei se ha apropiado del humor hipermediático, defendiendo el uso de sus redes sociales como individuo y no como un representante de los argentinos. El humor negro, donde el reírse del otro es utilizado tanto para degradar como para reivindicar a la víctima, se ve reflejado en los memes contra Ignacio Torres. Estos representan la poca regulación institucional, así como también una enunciación política en donde se exagera la burla, degradación del adversario y ese “mensaje entre varones” propio del colectivo libertario, predominantemente.

En suma, el caso que analizamos es representativo de la circulación de sentido propia de la sociedad hipermediática. La polémica entre Javier Milei e Ignacio Torres y el sentido que se produjo a lo largo de la semana del 23 de febrero, circuló de forma intrasistémica: comenzó en los medios masivos de comunicación, descendió rápidamente a los medios con base en Internet y tuvo saltos hipermediáticos que caracterizaron los quiebres del sentido y los cambios de escala del caso. El trabajo contribuye al estudio de la enunciación presidencial de Javier Milei y a las nuevas formas que adquiere el discurso político en la sociedad contemporánea con la irrupción de las redes sociales y la comunicación desintermediada que tiene lugar en ellas. Además, se esbozaron algunas consideraciones sobre los recursos reideros y violentos utilizados en las redes sociales, bajo las pocas regulaciones de las mismas, y sobre cómo éstas modalidades, ilustradas en el caso a partir de memes, contribuyen a los nuevos modos de construcción de contradestinatarios, prodestinatarios y paradestinatarios como figuras de la enunciación que surgen del discurso político.

Bibliografía

- Acuña, L. (23 de febrero de 2024). *Javier Milei amenazó a Ignacio Torres y a los gobernadores con meterlos presos*. C5N. <https://www.rastreator.com/hipotecas/consejos/pedir-una-hipoteca.aspx>
- ASDRA SíndromeDown [@sindromedown]. (27 de febrero de 2024). *Rechazo al acto discriminatorio del presidente Javier Milei hacia las personas con síndrome de Down en redes sociales*. Twitter. <https://x.com/sindromedown/status/1762503481305297194>
- Bullrich, P. [@PatoBullrich]. (23 de febrero de 2024). *Ningún miembro del PRO puede estar de acuerdo...* Twitter. <https://x.com/PatoBullrich/status/1761208861279633433>
- Calvo E. (2015). “Twitter, política y la cámara de eco”, “Tuiteando #Nisman: el primer tuit”, “Diablos vs. demonios” y “Diálogos tuiteros”, en Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuteando #Nisman. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI. Nóesis. Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades, 30(60), 345–349.
- 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 y Proyecto Ubacyt (2023). *¿El fin de la retransmisión de la historia? Hipermediatización y circulación del sentido en los acontecimientos contemporáneos*, en Lo contemporáneo: indagaciones en/desde América Latina sobre el cambio de época. Buenos Aires: IIGG.
- Catarata de retuits de Javier Milei contra el gobernador de Chubut: “comunista de closet”, memes que lo acusan de chavista, e insultos*. (2024, 23 de febrero). Clarín. https://www.clarin.com/politica/catarata-retuits-javier-milei-gobernador-chubut-memes-acusan-chavista-insultos_0_fxRbdasf7V.html
- El discriminatorio like de Milei en Twitter: Nacho Torres con Síndrome de Down*. (2024, 27 de febrero). Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/716010-el-discriminatorio-like-de-milei-en-twitter-se-burlo-de-una->
- El gobernador de Chubut refuerza su amenaza: “No va a salir ni un barril más de petróleo de Chubut para la Argentina”*. (2024, 23 de febrero). Clarín. https://www.clarin.com/politica/gobernador-chubut-refuerza-amenaza-va-salir-barril-petroleo-chubut-argentina_0_bRmPq5PDkW.html

Francos, G. [@GAFrancosOk]. (23 de febrero de 2024). *Lo que tiene la provincia de Chubut, es una deuda con la Nación que se paga con fondos coparticipables.*. Twitter. <https://x.com/GAFrancosOk/status/1761191962567184720>

Fratricelli, D. (2021). *El humor hipermediático. La nueva era de la mediatización reidera*. En Burkart, M.; Fraticelli, D. y Várnagy, T. (eds.) *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Buenos Aires: Teseo.

Ignacio Torres le dio un ultimátum a Milei: “Si no nos quitan la pata de encima, no sale un barril más de petróleo de Chubut”. (2024, 23 de febrero). La Opinión Austral. <https://laopinionaustral.com.ar/chubut/ignacio-torres-le-dio-un-ultimatum-a-milei-si-el-miercoles-no-nos-quitian-la-pata-de-encima-no-sale-un-barril-mas-de-petroleo-de-chubut-387105.html>

Infobae. (26 de febrero de 2024). *Conferencia de prensa del vocero presidencial, Manuel Adorni*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=LcmVtu37zRY>

Infobae. (27 de febrero de 2024). #MañanaSylvestre - “Es triste”: Fuerte repudio a Milei por burlarse del síndrome de Down. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=gInptA1ddDw>

Javier Milei e Ignacio Torres intercambiaron acusaciones y chicanas: “Lo vamos a resolver en la Justicia”. (2024, 24 de febrero). LA NACIÓN. <https://www.lanacion.com.ar/politica/javier-milei-e-ignacio-torres-intercambiaron-acusaciones-y-chicanas-lo-vamos-a-resolver-en-la-nid24022024/>

Javier Milei minimizó el conflicto con Chubut y los gobernadores: “No estoy para el chiquitaje”. (2024, 25 de febrero). El Cronista. <https://www.cronista.com/economia-politica/javier-milei-minimizo-el-conflicto-con-chubut-y-los-gobernadores-no-estoy-para-el-chiquitaje/>

Javier Milei redobló su ataque contra Ignacio Torres: “Un pobre chico que no puede ni leer un contrato”. (2024, 25 de febrero). C5N. <https://www.c5n.com/politica/entrevista-javier-milei-washington-domingo-25-febrero>

La Asociación Síndrome de Down de Argentina rechazó el tuit de Javier Milei contra “Nacho” Torres. (2024, 28 de febrero). Perfil. <https://www.perfil.com/noticias/politica/la-asociacion-argentina-de-sindrome-de-down-le-exigio-a-javier-milei-que-pida-disculpas.phtml>

LA NACIÓN. (23 de febrero de 2024). *Exclusivo, la palabra de Ignacio Torres, Gob. de Chubut: “Milei es infantil, inmaduro y agresivo”* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1zBYENbAUg4>

LA NACIÓN. (23 de febrero de 2024). *Milei: "Se acabo la Argentina del despilfarro"* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=kshAc51XVVA>

Las claves detrás del conflicto entre Ignacio Torres y Milei. (2024, 24 de febrero). La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/politica/provincias-vs-nacion-las-claves-detras-del-conflicto-entre-el-gobernador-provincial-y-javier-milei-nid24022024/>

Milei, J. [@JMilei]. (23 de febrero de 2024). *HOLA NACHITO Y CÓMPLICES.* Twitter. <https://x.com/JMilei/status/1761203262110544057?lang=es>

Milei, J. [@JMilei]. (23 de febrero de 2024). *Nachito, no te hagas drama que lo vamos a resolver en la Justicia....* Twitter. <https://x.com/JMilei/status/1761208521092423768>

Mileikovsky, J. [@JaviMileikovsky]. (23 de febrero de 2024). *EL TRAIADOR DE CHUBUT ES DEL PRO Y SE ACABA DE PONER EN CONTRA AL 60% DE LOS ARGENTINOS.* Twitter. <https://x.com/JaviMileikovsky/status/1761179826247901212>

Montero, S. (2024). *Una democracia afectada. política y emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales.* Revista Panamericana de Comunicación, 6(1), 1-14.

Nacho Torres advirtió que todas las provincias patagónicas podrían cortar el envío de petróleo y gas. (2024, 24 de febrero). Infobae. <https://www.infobae.com/politica/2024/02/24/nacho-torres-advirtio-que-todas-las-provincias-patagonicas-podrian-cortar-el-envio-de-petroleo-y-gas>

Oficina del Presidente. [@OPRArentina]. (23 de febrero de 2024). *COMUNICADO OFICIAL.* Twitter. https://x.com/oprargentina/status/1761179563890000259?s=46&t=QRRQoAXUqA9fMpZ_tq75fg

Polémica por un like de Milei a un ataque a Ignacio Torres con una imagen de un joven con síndrome de Down. (2024, 27 de febrero). El Observador. <https://www.elobservador.com.uy/argentina/polemica-por-un-like-de-milei>

Slimovich, A. (2017). *Discursos políticos para todos y todas: Reflexiones sobre las redes sociales del presidente argentino.* Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales; Sociales en Debate.

Slimovich, A. (2020). *Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri.* Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (112).

Tealdi, F. [@tealdif]. (23 de febrero de 2024). *Como pasó con la ley ómnibus, otra vez un dirigente de la UCR*. Twitter. <https://x.com/tealdif/status/1761208647466590558>

“Te callas la boca o te vamos a escrachar con los trolls”: Nacho Torres cruzó otra vez a Milei, acusó a Santiago Caputo de “nefasto” y dijo que el ministro de Economía miente. (2024, 24 de febrero). Clarín. https://www.clarin.com/politica/callas-boca-vamos-escrachar-trolls-nacho-torres-cruzo-vez-milei-acuso-santiago-caputo-nefasto-dijo-ministro-economia-miente_0_uxXzSMjYXf.html

Torres, I. [@NachoTorresCH]. (23 de febrero de 2024). *LAS PROVINCIAS UNIDAS DEL SUR*. Twitter. <https://x.com/NachoTorresCH/status/1761126947873010040?lang=es>

Torres, I. [@NachoTorresCH]. (23 de febrero de 2024). *Presidente, quiero decirle que, a diferencia de otros, yo no le tengo miedo*. Twitter. <https://x.com/NachoTorresCH/status/1761205730915328373>

Vazquez, B. (26 de febrero de 2024). *“Nacho” Torres, durísimo contra Javier Milei: ¿Qué le puede pasar a una persona para tener tanto odio y resentimiento?* Clarín. https://www.clarin.com/politica/fuerte-respaldo-politico-nacho-torres-legislatura-chubut-intimo-nacion-terminar-atropello-provincia_0_EXHvg2Fb3g.html

Verón, E. (1987). *La palabra adversativa* en El discurso político. Buenos Aires, Hachette.

Verón, E. (2001 [1984]). *“El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica”*, en El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Norma.

Anexo

