

**Grupo 4**

Ignacia Bachetti nachabachetti@gmail.com

Valentina Visconti valent.visconti@gmail.com

Iñaki Velaustegui iniakivelaustegui@gmail.com

Daniela Del Castillo daniela13dcs@gmail.com

Carolina Van Spankeren vanspankerencarolina@gmail.com

Agustina Díaz [agustinadiaz1501@gmail.com](mailto:agustinadiaz1501@gmail.com)

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

**Semiótica de redes 2024**

**Cátedra Carlon**

**Comisión 23**

**Profesora: Rocio Rovner**

## Introducción

El 14 de febrero de 2025, a las 19:01, el presidente Javier Milei anunció a través de la red social X el lanzamiento de una nueva criptomoneda llamada \$LIBRA. Según explicó en el mensaje que fijó en su perfil, el proyecto buscaba impulsar el crecimiento de la economía argentina mediante el financiamiento de pequeñas empresas y emprendimientos locales. La publicación incluyó un enlace al sitio oficial de la iniciativa, titulada "Viva la Libertad Project", en alusión directa al reconocido eslogan del presidente, quien suele cerrar sus discursos con la frase: “¡Viva la libertad, carajo!” (VLLC).

Con la visibilidad que le dio el Presidente, \$LIBRA experimentó un incremento exponencial -poco común en el mercado de activos crypto- en su cotización y miles de billeteras comenzaron a ofrecerla: así, la moneda que originalmente valía US\$0,000001, llegó en pocas horas a valer US\$5,20. Sin embargo, en poco tiempo el valor de \$LIBRA se desplomó. Ocurrió luego de que un pequeño grupo de inversionistas retirara más del 80% del dinero circulante en una acción conocida como “rug pull”<sup>1</sup>

Tras este suceso, muchas personas que habían invertido y confiado en el proyecto difundido por el presidente, comenzaron a publicar videos y tweets alegando que habían sido estafados por Javier Milei y Hayden Devis, empresario estadounidense responsable del lanzamiento de \$LIBRA y capitalizador del proyecto con quien Javier Milei se había mantenido en contacto para anunciar la nueva criptomoneda.

Tras cuatro horas de la publicación, Javier Milei eliminó el posteo y publicó por la misma aplicación, un mensaje disculpándose por lo sucedido. Sin embargo, el caso ya había afectado a muchos inversionistas y los medios masivos de comunicación lo estaban cubriendo.

Este trabajo tiene como objetivo analizar la enunciación presidencial de Javier Milei en el marco del escándalo conocido como “Cripto Gate” desde el 14 de febrero del 2025 hasta el día

---

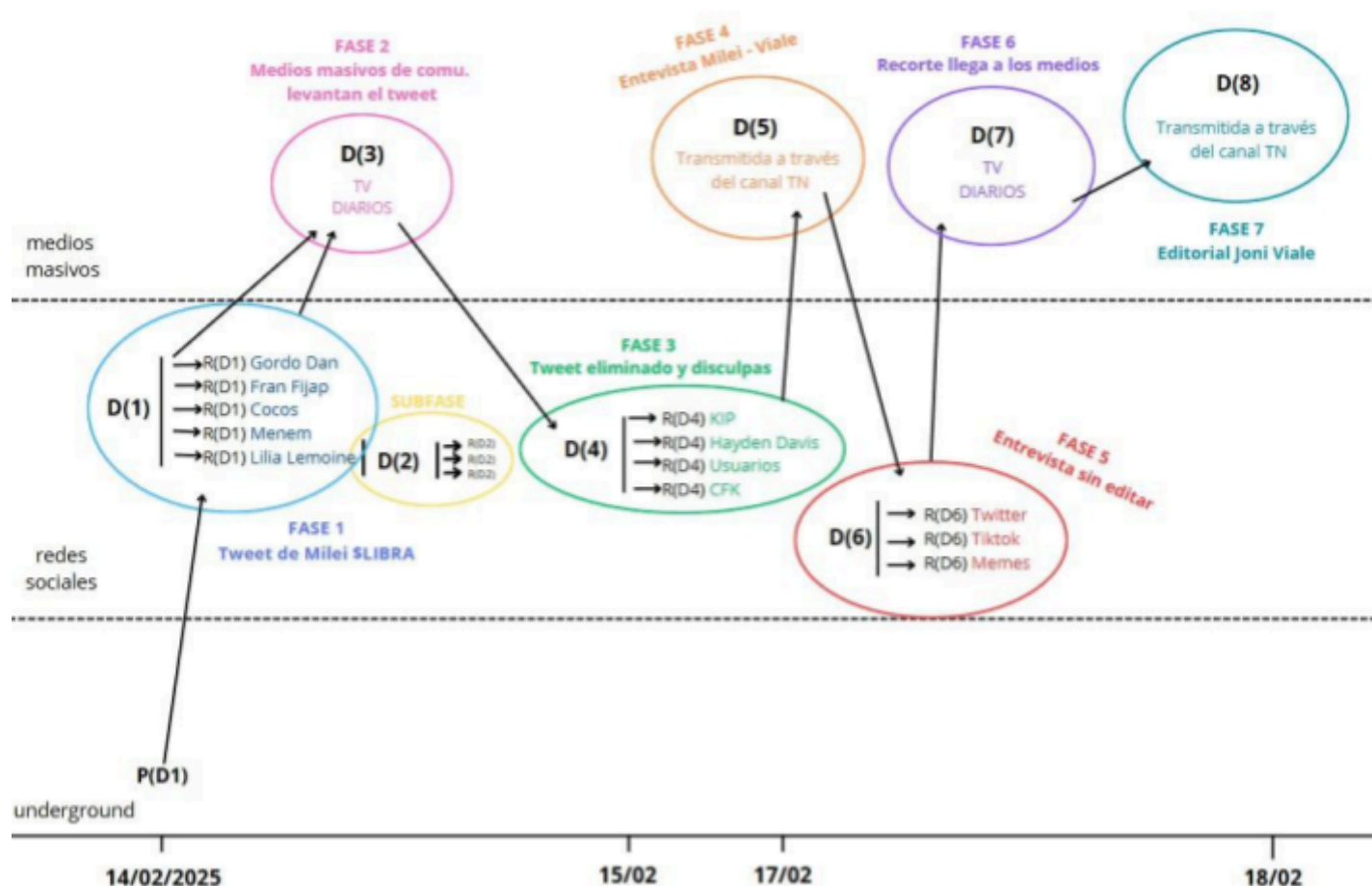
<sup>1</sup> Es un modelo de fraude en el entorno de las criptomonedas en el que los desarrolladores logran atraer a un grupo de inversionistas, haciendo que se infle su precio, y luego abandonan el proyecto, retirando los fondos recaudados.

18 del mismo mes. Se propone estudiar cómo se configuró y transformó el flujo de circulación del sentido en torno al caso, considerando las dinámicas propias de una sociedad hipermediatizada<sup>2</sup>. En este sentido, observamos un flujo inicialmente ascendente, originado en redes sociales y espacios digitales que, con el correr de las horas y el aumento del impacto público, se consolidó en los medios masivos de comunicación. El trabajo se centrará en cómo interactúan las lógicas reticulares (redes), virales y de participación propias del espacio digital con los formatos tradicionales del discurso político-mediático.

## Corpus

<https://drive.google.com/file/d/1-W4XPyLh0H5wFmtgVxpnz-pKoAsouEeC/view?usp=drivesdk>

## Gráfico de circulación



<sup>2</sup> “En la sociedad hipermediática los dos sistemas están en permanente relación y cada punto de contacto entre ellos establece una relación inter-sistémica que desencadena un proceso de incremento de la complejidad” (Carlón, 2016)

## FASE 1

La figura D(1) es el primer discurso de la circulación que vamos a analizar, el punto de partida. Es el tweet publicado por el Presidente Javier Milei el día 14 de febrero de 2025, publicitando (o difundiendo) la criptomoneda \$LIBRA. P (D1) son sus condiciones de producción. Al situar a D(1) arriba de la línea y a P (D1) debajo se pone en evidencia que la dirección comunicacional es ascendente. D(1) genera distintos reconocimientos dentro de la red social X, es decir, algunas personalidades del mundo crypto y simpatizantes del gobierno comentaron y repostearon el tweet del Presidente Javier Milei (fijado en su perfil) para que el lanzamiento de la nueva criptomoneda tuviera aún más relevancia. En este punto, algunos usuarios relevantes en el mundo financiero, como lo es el dueño de la billetera virtual de Cocos Capital (Ariel Sbdar), publicaron en sus propios perfiles de X que habían invertido en la moneda, asimismo la tropa digital<sup>3</sup> del gobierno, integrada por usuarios como el “Gordo Dan” y Francisco Fijap, replicaron el mensaje mediante posteos para que los usuarios que los siguen en sus redes conozcan la nueva criptomoneda. Por último, políticos argentinos como Martín Menem, presidente de la Cámara de Diputados, y Lilia Lemoine, diputada nacional, compartieron en sus perfiles de X el tuit del presidente Javier Milei. Estas acciones resultan especialmente relevantes para amplificar la difusión del mensaje, ya que permitieron que los seguidores de Menem y Lemoine accedieran al contenido sobre la criptomoneda \$LIBRA incluso sin haber visto la publicación original. Además, al fijar el tuit, el presidente le otorgó una jerarquía dentro de su perfil, destacándolo por sobre el resto de las publicaciones y subrayando su importancia.

La barra introducida entre D(1) y los discursos R (D) refiere a la diferencia entre producción y reconocimiento, significando así, el proceso mismo de circulación. Llamamos a esta primera instancia de circulación con el nombre “Tweet de Milei \$LIBRA”.

---

<sup>3</sup> La tropa digital es un grupo de usuarios en redes sociales como Instagram y X que reproducen la propaganda oficialista bajo la línea del asesor del presidente Javier Milei, Santiago Caputo. Se hacen llamar las “Fuerzas del Cielo” y es una organización militante que comanda Daniel Parisini, conocido como el “Gordo Dan”.





## FASE 2

Esta nueva fase se genera cuando el medio de comunicación masiva C5N retoma el posteo del Presidente y comienza tanto a especular como opinar de su significado. La placa con la que C5N comentaba sobre la criptomoneda \$LIBRA decía “ Ponzi<sup>5</sup> a la vista”. En esta fase se da un salto hipermediático del discurso desde las redes sociales, hacia los medios masivos, produciendo una circulación ascendente. Los medios comienzan a debatir cuál es el rol de la enunciación presidencial y cómo afecta en la vida cotidiana de las personas, por ejemplo, a la hora de realizar una inversión; cuestionaron sobre cuáles son los alcances de esta enunciación y si se es o no Presidente las 24 horas del día. En este caso es particularmente relevante por ser la palabra del presidente, sin embargo, es un debate que podrían tener todos los internautas; la diferenciación entre la vida digital y la vida real es un tema que no está claro aún y que todavía se encuentra ampliamente bajo lupa. En el caso de Javier Milei, este debate no lo interpela sólo a él y su círculo, sino que afecta a todos los argentinos por su carácter de Jefe de Estado. Resulta difícil pensar si puede, en ciertos momentos, ser Presidente y en otros momentos ser ciudadano común. ¿Su institucionalidad lo precede? ¿Se puede desvincular su enunciación digital de su rol como mandatario?

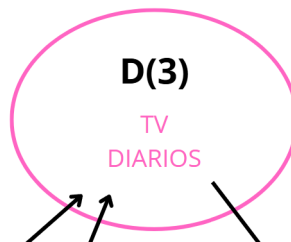
Es importante destacar que mientras C5N era el único medio masivo abordando el tema, hubo un silencio por parte del Presidente y su cuerpo institucional en X. Por lo tanto, podemos deducir que mientras la situación generada a partir de \$LIBRA ya se encontraba alcanzando los medios masivos, al interior de gobierno, se debatía sobre qué hacer, de qué manera abordarlo o qué mensaje conjunto publicar sobre la situación.

---

<sup>5</sup> Un esquema Ponzi es un tipo de fraude financiero en el que se promete a los inversionistas altas ganancias con poco o ningún riesgo, pero esas ganancias no provienen de inversiones reales, sino del dinero que aportan nuevos inversores.

Llamamos a esta segunda instancia de la circulación con el nombre “Medios masivos de comunicación levantan el tweet” y su discurso generador es representado con la figura D(3).

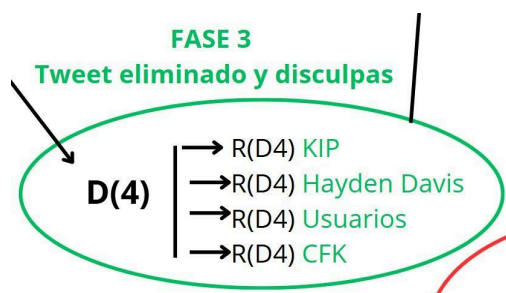
**FASE 2**  
**Medios masivos de comu.**  
**levantan el tweet**



**FASE 3**

Luego de que el tuit del Presidente había sido retomado y comentado por el medio televisivo de línea opositora al gobierno (C5N), los comentarios de los internautas en X comenzaron a multiplicarse tras notar que el valor de la criptomoneda \$LIBRA había caído significativamente. Con esta lógica, notamos como el flujo de circulación del sentido desciende y se sitúa en redes sociales nuevamente dado que, tras cinco horas de que el tuit de Javier Milei había estado fijado, él mismo eliminó el posteo original que desarrolló la discusión e inmediatamente después, posteo un nuevo mensaje en X desvinculandose del asunto, informando: “no estaba interiorizado de los pormenores del proyecto y luego de haberme interiorizado decidí no seguir dándole difusión” a modo de justificación. El nuevo tuit, generó otros discursos diversos en reconocimiento dentro de las mismas redes sociales, convirtiéndose en un escándalo, debido a que se desdibujaron los límites entre lo que era socialmente “esperable” de la figura de un Presidente y las acciones que este último realizó. En este sentido, la vinculación directa del Presidente Javier Milei con una estafa que fue difundida a través de su cuenta de X nos lleva a pensar nuevamente sobre los nuevos criterios que las redes sociales traen a la discusión sobre si existe una división entre el “yo real” y el “yo virtual” y si Javier Milei mantiene su rol de presidente en redes sociales o no.

Llamamos a esta tercera instancia de la circulación con el nombre “Tweet eliminado y disculpas” y su discurso generador es representado con la figura D(4).



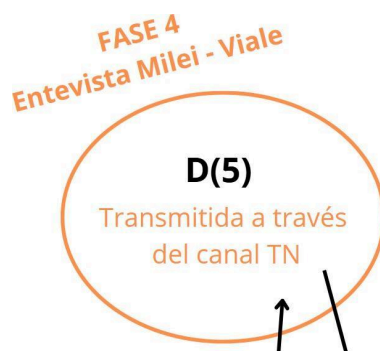
#### FASE 4

Dada la revolución que se generó en redes, el Primer Mandatario se vió obligado a dar explicaciones sobre qué era lo que concretamente había pasado con la criptomoneda; de esta forma, el discurso vuelve a ascender hacia los medios masivos, trasladando la discusión a la televisión, más concretamente a TN, canal que transmitió la entrevista realizada por Jonatan Viale al Presidente en su despacho presidencial. Allí, Javier Milei intentó realizar una distinción entre una pronunciación “personal” en redes sociales y una institucional. En lo que pareció más un juego semántico que otra cosa Milei declaró que había posteado a título personal y no como presidente de la nación (ignorando que siendo Jefe de Estado, todo lo que él diga será condicionado por su posición). Como parte de la distinción, Milei por cuestiones específicamente legales, intentaba desprenderse de las complicaciones judiciales que la “difusión” podría provocarle. Distinguía promocionar de difundir, como si fueran palabras de carácter antónimo. No solo buscaba posicionarse desde un ciudadano común en el momento de haber promocionado la invitación a invertir en \$LIBRA sino que además buscaba esta diferencia entre difusión y promoción (palabras de un mismo campo semántico); esto tiene que ver con que en el sistema legal argentino está expreso de manera clara que un funcionario público no puede promocionar emprendimientos privados mientras está en funciones (Ley de Ética pública 25.188, artículo 13, 15 y 42)<sup>6</sup>

6 <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25188-60847/actualizacion>



Llamamos a esta cuarta instancia de la circulación con el nombre “Entrevista Milei - Viale” y su discurso generador es representado con la figura D(5).



## FASE 5

Luego de la transmisión televisiva de la entrevista, unas horas después se publicó en el canal de youtube de TN la entrevista completa sin editar. Por este “error humano”, se filtró un fragmento que había sido cortado de la versión televisada, que mostraba en forma explícita como Santiago Caputo, asesor presidencial, interrumpía la entrevista a raíz de comentarios desafortunados del Presidente que lo podían complicar legalmente. Este fragmento sin editar fue encontrado y publicado en X por el periodista Ariel Lijalad, quién se dio cuenta rápidamente de la incongruencia de las dos versiones de la entrevista y difundió lo encontrado. Curiosamente, esta interrupción de Santiago Caputo ocurre en un momento en el cual entrevistador y entrevistado se mofaban de quienes aseguraban que las entrevistas realizadas por Viale al Presidente estaban guionadas.

A través de la misma red social y luego trasladándose a otras como Tiktok, Instagram, etc; comenzaron a circular distintos discursos en reconocimiento a partir del clip<sup>7</sup> filtrado. Entre estos discursos en reconocimiento, podemos encontrar memes, haciendo burla tanto al presidente como al periodista y posts de usuarios demostrando tanto descontento, indignación e incredulidad a partes iguales. La frase contundente de Lijalad, “Así manejan a sus comunicadores institucionales. Dejen de llamarlos periodistas” pone en evidencia otra polémica

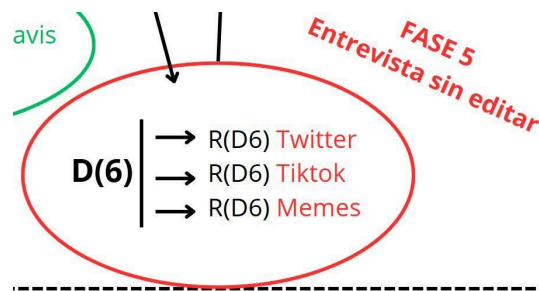
---

<sup>7</sup> Un clip es un recorte, por lo general breve, de una pieza audiovisual emitida en vivo para su posterior uso en diferido.

que desata este caso. ¿Qué lugar ocupa el periodismo frente al poder ejecutivo? ¿Está para hacerle de herramienta? ¿O sigue en pie la búsqueda de un periodismo honesto?

Este clip fue difundido en primer lugar por el periodista Ariel Lijalad vía la red social X, quién se dió cuenta rápidamente de la incongruencia de las dos versiones de la entrevista y difundió lo encontrado. A través de la misma red social y luego trasladándose a otras como Tiktok, Instagram, etc; comenzaron a circular distintos discursos de reconocimiento a partir del clip filtrado. Entre estos discursos de reconocimiento, podemos encontrar memes, haciendo burla tanto al presidente como al periodista y posteos de usuarios demostrando tanto descontento, indignación e incredulidad a partes iguales. La frase contundente de Lijalad, “Así manejan a sus comunicadores institucionales. Dejen de llamarlos periodistas” pone en evidencia otra polémica que desata este caso. ¿Qué lugar ocupa el periodismo frente al poder ejecutivo, está para hacerle de herramienta o sigue en pie la búsqueda de un periodismo honesto?

Llamamos a esta quinta instancia de la circulación con el nombre “Entrevista sin editar” y su discurso generador es representado con la figura D(6).



## FASE 6

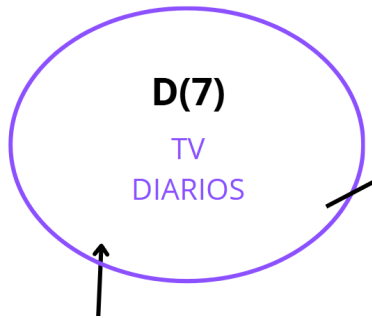
A raíz del nuevo escándalo generado por la interrupción de Santiago Caputo en la entrevista transmitida por TN, la discusión vuelve a ascender hacia los medios masivos los

cuales, en base a la filtración del momento de la interrupción, desarrollan un arduo debate sobre el rol del periodismo; los periodistas “ensobrados” o no ensobrados; la honestidad intelectual; e incluso profundizó la crisis de credibilidad que atravesaba el gobierno desde la situación generada el 14 de febrero a raíz de la difusión de \$LIBRA. Periodistas como Ernesto Tenembaum, quien trató la cuestión en su programa YAQPA (Y Ahora Quién Podrá Ayudarnos) de Radio con Vos, desarrolló un debate sobre la objetividad o no objetividad de los periodistas y las líneas editoriales. El propio Jonatan Viale, en una editorial (que será desarrollada en la fase siguiente) posterior a la entrevista salió a hablar sobre que él había “intentado que salga bien” y que no se debía a falta de ética periodística lo que había pasado.

En síntesis, el debate oscilaba entre sí es ético y honesto o no pautar entrevistas arregladas. Se criticaba más severamente cuando se debatía sobre la gravedad de pautar entrevistas arregladas pero no ser transparentes con ese arreglo; con respecto de la crisis de credibilidad del gobierno, esto tiene que ver con que el oficialismo gozaba de buena salud y alta confianza en el momento posterior al escándalo \$LIBRA. Esta situación debilitó la confianza en la palabra del presidente y del gobierno en general. La interrupción de Santiago Caputo solo consiguió que ese debilitamiento de confianza en el gobierno se profundice, se puso en boga si las entrevistas del presidente estaban armadas o no y se cuestionó el rol de medios como TN y La Nación en la política e incluso se los tildó de reproductores de la palabra del gobierno (asociados sobre todo a las entrevistas que suelen realizar los periodistas Jonatan Viale y Luis Majul al presidente en Casa Rosada)

Llamamos a esta sexta instancia de la circulación con el nombre “Recorte llega a los medios” y su discurso generador es representado con la figura D(7).

**FASE 6**  
**Recorte llega a los medios**

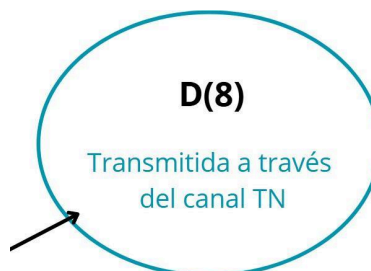


**FASE 7**

Un día después de la difusión del recorte donde Santiago Caputo interrumpe al periodista Jonatan Viale, este último realiza una editorial en su programa “¿La ves?” en TN donde rompe el silencio y comenta sobre lo sucedido en aquella entrevista al Presidente. El periodista utilizó el espacio para justificar su accionar durante la entrevista: “Ayer había sido una entrevista muy interesante y se cagó al final. ¿Por qué? Porque no tuve la firmeza de echarlo a la mierda a Santiago Caputo”, comentó.

Esta fase implica una circulación horizontal de la comunicación ya que el discurso se queda dentro de los medios masivos, donde se genera la misma editorial de Viale.

Llamamos a esta séptima instancia de la circulación con el nombre “Editorial Joni Viale” y su discurso generador es representado con la figura D(8).



**FASE 7**  
**Editorial Joni Viale**

## Conclusión

Para concluir esta investigación, podemos hacer una reflexión acerca de cómo este caso se convirtió en un escándalo mediático. No fue sólo por la magnitud del fraude que provocó, sino porque expuso de forma contundente las complejas dinámicas de enunciación que atraviesan la comunicación presidencial en el ecosistema digital contemporáneo propio de una sociedad hipermediatizada. Lo que comenzó como un posteo en una red social y una estafa cripto se transformó rápidamente en un conflicto político, mediático y discursivo en el cual los límites del “yo real” y el “yo virtual” del presidente Milei se volvieron discutibles: En las redes sociales, Milei es un enunciador empoderado, que trata con cualquier cantidad de improperios a quienes piensan diferente de él y quienes cuestionan, por ejemplo, las medidas y gestión de su gobierno. En televisión en cambio -como se puede ver en la entrevista con Viale- es un enunciador mucho más moderado y que se despega de esa lógica desenfrenada que muestra en redes sociales cuando reparte insultos a diestra y siniestra. Esto es posible porque habitamos una sociedad hipermediatizada; la mediatización, genera que Milei -y cualquier otro internauta- pueda evocar un tipo de enunciación en un sistema y otro tipo de enunciación en otro.

El “yo virtual” se entiende como la construcción identitaria que Milei sostiene en redes sociales (un economista según sus propias palabras) la cual chocó con su “yo real” en tanto figura institucional, presidente de la nación Argentina. El escándalo reveló cómo ambos están entrelazados; las expresiones en redes, aún si se anuncian “a título personal”, son leídas por los medios y la opinión pública bajo el marco de un discurso presidencial. En este sentido, las redes sociales no son espacios por fuera de la política, sino canales de circulación de sentido donde lo personal y lo institucional convergen constantemente.

Además, este caso activó una serie de flujos de sentido que involucraron múltiples actores: periodistas, medios tradicionales, usuarios, influencers, colectivos identitarios, trolls y otros políticos. La entrevista en TN en vez de mejorar la situación a favor de la imagen del presidente, terminó reforzando el debate sobre la enunciación presidencial y la autenticidad o el control del discurso mediático. La circulación de este contenido puso en evidencia cómo las

lógicas de las redes sociales, en esta sociedad hipermediática, reconfiguran los sentidos y se entrelazan con las lógicas de la política y de los medios masivos tradicionales.

En palabras de Carlón (2014) “Este cambio en el que estamos pasando de sociedades mediatizadas a hipermediatizadas está alumbrando una era contemporánea en la que lo público, lo íntimo y lo privado están entrando, como no podía ser de otro modo, en una nueva interpenetración.” El caso \$LIBRA expone esos cambios perfectamente. Esto plantea interrogantes para pensar la comunicación política en la era digital, donde la palabra presidencial se descentraliza de la institución política y los medios de comunicación tradicionales, y se fragmenta, circulando simultáneamente en múltiples espacios.

Para finalizar, es importante aclarar que esta investigación se trata de una primera aproximación al caso \$LIBRA y a las discusiones sobre el “yo virtual” y el “yo real” que pueden ser tomadas para debates más amplios en un futuro. Consideramos que son temas que van a seguir repercutiendo en la sociedad contemporánea y esperamos que este trabajo haya sido útil para poner en evidencia cuestiones que seguirán atravesando a la institución política y las relaciones digitales dentro de la sociedad hipermediática.

## **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.](#)

[\(2020 \[2014\]\). “Deconstruyendo Chicas bondi. Público/privado/íntimo y el conflicto entre el derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea”, en Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada. San Luis: NEU. \(págs. 29-64\)](#)