

# Semiótica de redes

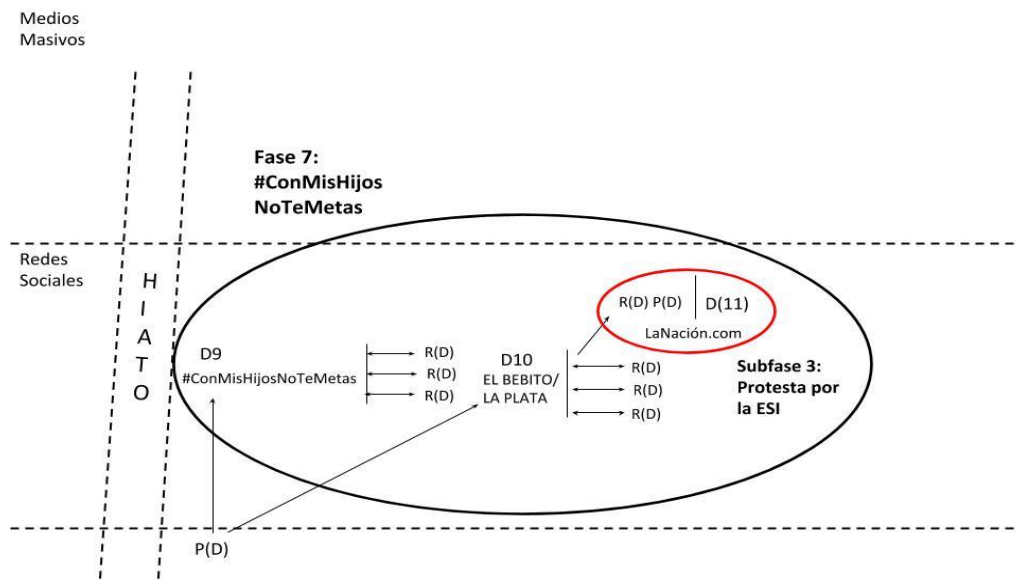
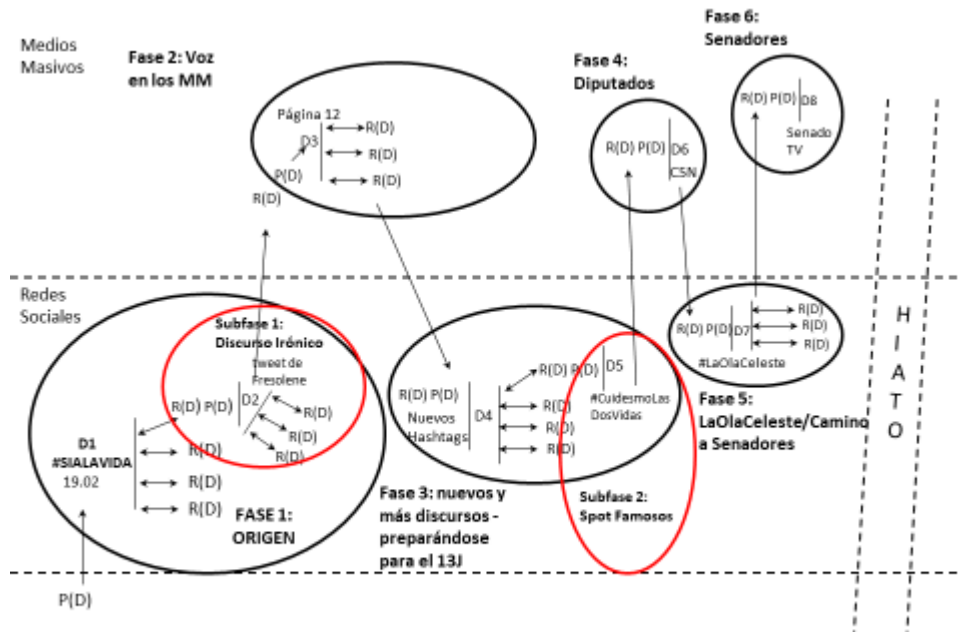
Cátedra: Mario Carlón  
Docente: Ana Slimovich  
Comisión: 22  
2018

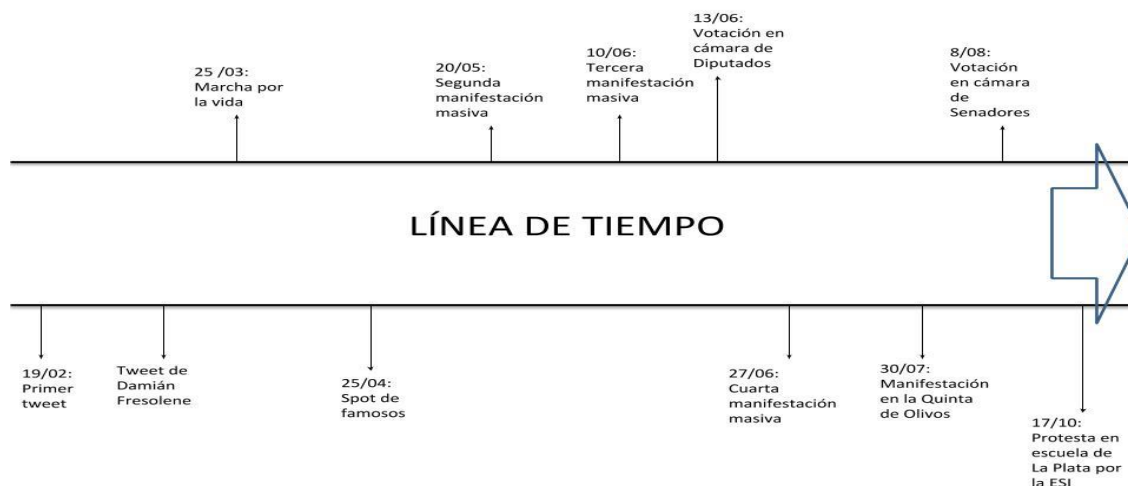
Caso: Movimiento Provida

## Integrantes:

- Centeno, Rodrigo.
- Corbalan, Daniela.
- Lazo, Martiniano.
- Castro Narvaiz, Charo.
- Sosa, Maximiliano.
- Utard, Sebastián.

# Análisis Temporal





Podemos afirmar que la circulación de nuestro caso es **ascendente – descendente**, ya que surge del sistema de redes sociales (específicamente Twitter), y asciende al sistema de los medios masivos, para luego volver a bajar. La construcción de la Fase 1 remite al primer tweet que fue realizado por un individuo amateur el día 19 de febrero, con el hashtag #SialaVida (D1), el cual toma una gran repercusión hasta ser tendencia en el país. Inmediatamente a esto, el periodista Damián Fresolene, quien perteneciente al movimiento pro-aborto legal, se manifiesta en contra del movimiento pro-vida (D2): esto genera la Subfase 1, dado que el estatuto del enunciador es profesional. Durante el mismo mes y los que siguen, los MM empiezan a visibilizar el movimiento, con lo cual se da cuenta de la Fase 2 con Página 12 (D3), pero cabe mencionar que hay otros medios en dicha fase. Luego de esto, se produce un cambio de fase descendente (Fase 3), donde en Twitter se generan nuevos hashtags (D4) y hay nuevos discursos en repudio a los medios. Esta fase se da durante el mes mencionado y los que siguen hasta el día antes de la votación de la ley IVE en cámara de Diputados. Pero cabe destacar que se produce la Subfase 2 durante el mes de abril cuando se genera un colectivo mediático impulsando la campaña #CuidemosLasDosVidas (D5). De esta manera, cuando se llega al día de la votación (13/06) se produce el cambio de fase ascendente, dando lugar a la Fase 4, en la cual se televisa la votación en diversos canales como C5N (D6). Luego del día de la votación y durante los meses que siguen hasta la votación en la cámara de Senadores, el movimiento provida se intensifica con gran magnitud. Esto provoca un cambio de fase que da lugar a la Fase 5, donde la gran relevancia que tomó el movimiento se puede ver con el hashtag #LaOlaCeleste (D7). El día 8/08 se da la votación en la cámara de Senadores y con ello hay un cambio de fase ascendente, que da cuenta de la Fase 6, donde Senado TV (D8) transmitirá en vivo el acontecimiento. Desde esta fecha hasta el 16 de octubre se da un hiato temporal, para luego producirse la Fase 7, donde el discurso en producción ahora es la ESI. El cambio en el centro de interés se visibiliza en Twitter con el hashtag #ConMisHijosNoTeMetas (D9). A su vez, en Facebook se generan discursos en repudio a lo mismo. Se tomó como relevante al grupo de dicha plataforma, EL BEBITO/LA PLATA (D10), en donde, dentro de numerosas publicaciones, hay una en específico que es un llamado a protesta a la Escuela Media N° 8 de La Plata donde estaban enseñando la ESI. Esto es tomado por los medios masivos digitales y, específicamente, LaNación.com (D11)

que da cuenta detalladamente de este hecho, con lo cual se produce la Subfase 3. Cabe destacar que la mayor cantidad de recursos en reconocimiento se dan en las fases de las redes sociales y, particularmente, Twitter, donde el movimiento cobraba mayor relevancia.

## **Análisis de la circulación**

### **Fase 1: Origen**

En la primera fase del gráfico podemos visualizar el origen del movimiento pro-vida en el sistema mediático de los nuevos medios, específicamente en la red social Twitter. El primer tweet fue realizado por un individuo amateur el día 19/02/18 mediante el hashtag #SialaVida (D1). El movimiento se manifestó tan intensamente en contra del aborto que el hashtag fue tendencia en el país. Si bien este es el primer hashtag que utiliza el colectivo pro-vida para agruparse, ya había sido utilizado para hacer referencia al aborto en la Argentina como en otros países de Latinoamérica, pero significaban tweets aislados y deslocalizados por no existir un centro de interés específico.

### **Subfase 1: Discurso irónico**

En esta fase podemos observar rápidamente la subfase 1 donde un individuo profesional, el periodista Damián Fresolene, quien perteneciente al movimiento pro-aborto legal, se manifiesta en contra del movimiento pro-vida. A partir del tweet (D2) que categoriza a los integrantes pro-vida, como “aquellos que hoy se manifiestan a favor de la vida, son aquellos que ayer se manifestaban a favor de Chocobar” (policía que asesinó a un ladrón, con lo cual categoriza al movimiento pro-vida como “hipócritas”). Podemos considerar a este tweet fue masivo ya que tuvo muchos *retuits* y *favs* del movimiento pro-aborto legal en Twitter, lo que nos muestra cómo, desde el origen del movimiento pro-vida, se utilizaron los hashtags de dicho movimiento para burlarlos, atacarlos y demás, demostrando que el espacio virtual es un espacio conflictivo entre ambas comunidades de interés y que en estos hashtags se encuentran dos tipos distintos de narrativas; por un lado las del movimiento pro-vida que eran quienes crearon los hashtags, pero también la narrativa del movimiento pro-aborto legal que utilizaba estos hashtags con el fin anteriormente explicado. Con este tweet se construye la Subfase 1, ya que hubo un salto de escala y de sentido del hashtag al ser utilizado con otros fines por el movimiento contrario.

### **Fase 2: voz en los MM**

Proponemos un cambio de fase ya que, ahora, los enunciadores no son en su mayoría individuos amateurs, sino instituciones mediáticas. Las cuales exponen y/o reflejan la postura del movimiento pro-vida. Esta fase estará marcada por la constante exposición de argumentos

“provida” y por los sucesivos intentos de cambiar el proyecto de ley o proponer alguno alternativo. A su vez también aparece un nuevo tipo de *argumento humanístico*. Página 12 (D3) exponen los razonamientos del colectivo pro-vida: la legislación del aborto “discrimina” a la mujer; es una “desaparición forzada de personas”; o que fomenta los abusos.

En cuanto a los programas de televisión, encontramos varias posiciones. En A24, en el programa de Eduardo Feinmann, se posiciona a favor del colectivo “por la vida”, mientras que la TV Pública, con su intento de presentar la pluralidad de voces, concede entrevistas individuales a los voceros sin tomar partido; lo que fue sumamente cuestionado por el movimiento pro-vida, ya que priorizaban al colectivo pro-aborto. TN y C5N tuvieron periodistas militantes por el derecho a decidir, pero la conducción fue compartida con conductores varones, lo que pone de manifiesto la intención de mantener un equilibrio objetivo.

En lo que refiere a la ocupación del espacio urbano se destaca una nota del diario La Nación, en la que indica que el movimiento pro-vida anuncia la “Marcha por la Vida” para el día siguiente en unas 100 ciudades del país (con apoyo de iglesias católicas y evangélicas). Efectivamente, al día siguiente, Página 12 muestra cómo se realizó la “Marcha por la Vida”, con Alma (un feto gigante de cartapesta).

### **Fase 3: nuevos y más discursos - preparándose para el 13J**

Esta fase es la más rica en lo que refiere a las redes sociales, particularmente Twitter (D4), ya que se generan nuevos hashtags como #SalvemosLasDosVidas y #ArgentinaProVida. Con estos nuevos hashtags podemos ver que el movimiento, desde reconocimiento, no se identifica con los valores que les son asignados por las instituciones de los medios de comunicación, por lo cual empiezan a repudiar aquellas categorizaciones impuestas de los medios masivos. A su vez, el colectivo pro-vida, ya constituido y definido, se muestra aquí claramente militante (se da a conocer el pañuelo celeste como insignia) en contra del aborto y en campaña hacia el 13J, esperando que no sea sancionado en la Cámara de Diputados.

### **Subfase 2: spot famosos**

Otro momento importante y que se ha marcado como subfase, ha sido el “Spot de famosos: #CuidemosLasDosVidas” (D5), que se viralizó en las redes, donde los individuos amateurs se encargan de compartirlo y replicarlo por este espacio. Es aquí cuando se conforma un colectivo mediático (CM): famosos y famosas de diversos rubros hicieron una fuerte presión y campaña vía Twitter denominada “Cuidemos las Dos Vidas”, anticipando el momento de la votación en la Cámara de Diputados (13 de junio).

#### **Fase 4: Diputados**

Esta fase corresponde a la media sanción de la ley IVE en diputados. La destacamos en los medios masivos (MM) debido a la cobertura total que tuvo este evento político, focalizándonos en el desplazamiento del 100% del foco de interés del grupo pro-aborto hacia los pro-vida por parte de la televisión. C5N (D6) pasó de poner énfasis en el movimiento “verde” a emparejar el tiempo al aire con las dos vigiliadas. TN, en cambio, tuvo una cobertura más completa del sector “celeste”, con entrevistas y equipo en el lugar.

Al mismo tiempo, la prensa gráfica (especialmente Página 12) muestra otro enfoque del movimiento luego de que se aprobara la media sanción. Argumentó que los pro-vida se vuelven más reaccionarios y ofensivos hacia el colectivo pro-aborto; y los calificó como los “*anti-derechos*”.

#### **Fase 5: La Ola Celeste/Camino a Senadores**

En esta fase se dio un fortalecimiento del colectivo pro-vida, por su aumento en la masividad de integrantes y por la participación de enunciadore categorizados. Dicho fortalecimiento se vio plasmado en la cantidad de publicaciones y estrategias argumentativas (emocionales) que desarrolló como conjunto de actores individuales, en el marco de las redes sociales. Como consecuencia esperada, se realizaron tomas del espacio público en diferentes partes del país, siendo un factor clave en la difusión de estos acontecimientos por parte de los enunciadore categorizados.

En primera instancia, el colectivo pro-vida se fortaleció y surgieron nuevas publicaciones de usuarios que utilizaron el hashtag “#LaOlaCeleste” (D7). También hubo un incremento de publicaciones provenientes de enunciadore categorizados, debido a que luego de diputados, el debate por el aborto legal pasó a ser un tópico de interés y de discusión primordial. Wanda Nara, haciendo explícita su ubicación geográfica (Milán, Italia) publicó dos corazones celestes en Twitter, dando lugar a todo tipo de recepciones. Muchos usuarios le reprocharon ya que lo consideraron como una falta de sensibilidad por los sectores populares. Viviana Canosa, Toti Pasmán, Gastón Recondo, Nicole Neuman, entre otros, también fueron activos en las redes sociales. Esto pone en relieve que los famosos (enunciadore categorizados) aumentaron, en una instancia donde el movimiento se encuentra más activo debido a la media sanción en Diputados.

En segunda instancia, otro rasgo común en las publicaciones de los usuarios es la condena a los medios masivos de comunicación. Los acusan de ser abortistas y de silenciar su discurso. Esto se hace ver en diversas publicaciones de usuarios en redes sociales relacionadas a la toma del espacio público que llevó este colectivo en diferentes partes del

país. Bajo el hashtag #LoQueLosMediosNoMuestran y con imágenes de las movilizaciones, buscaban mostrar el peso y masividad de su colectivo.

En tercera instancia, denotamos una circulación masiva de la imagen publicada por el New York Times por parte del colectivo que defiende el proyecto de ley, pero también indicamos una apropiación y resignificación de aquella placa por parte del movimiento pro-vida. Se editó la placa original, cambiando su color a celeste, otorgándole a la percha el carácter de arma y dejando un mensaje en el que se autoproclaman “pueblo argentino” con el fin de presionar a los senadores (“el pueblo argentino los está mirando”).

Por último, en las publicaciones de usuarios (profesionales y no profesionales) que usaron el hashtag #LaOlaCeleste, notamos una estrategia de boicot y deslegitimación especialmente hacia el Presidente, Mauricio Macri. Usando a su vez #MacriConAbortoNoTeVoto (que fue tendencia en Twitter), miembros de la comunidad pro-vida lo amenazaban con no elegirlo en las elecciones presidenciales del 2019 si el aborto legal, seguro y gratuito fuese ley. A raíz de este argumento se llevaron a cabo una serie de movilizaciones frente a la Quinta Presidencial de Olivos, lo cual ratifica que el movimiento estaba constituido por el ala derecha, ya que según Agustín Laje (una de las principales voces del colectivo), “el movimiento pro-aborto, jamás votaría a Macri pero si el movimiento pro-vida, por lo cual Macri debería tener cuidado”

### **Fase 6: Senadores**

Esta fase es similar a la fase 4, en donde la televisión vuelve a ser el medio estrella de la fase debido a su carácter de directo televisivo. El canal Senado TV (D8) va a institucionalizar características de los discursos al momento de las transmisiones en vivo desde la calle y en el Congreso. Un ejemplo claro es la utilización de los colores identificatorios de los colectivos en los *graphs*, junto a los nombres de los legisladores entrevistados; si el senador votaba en contra de la I.V.E., se le colocaba un cuadro celeste.

Es en este momento donde el colectivo pro-vida se muestra con todas sus fuerzas y peso para lograr su objetivo: que no se legalice el aborto en el país. Cuando lograron su cometido (Senadores no aprobó la ley IVE), podemos decir que el colectivo, una vez que el foco de interés se pierde/se cumple el objetivo, tiende a desvanecerse. En este sentido, esta fase termina con un hiato temporal que abarca desde el 8 de agosto (día de la votación en el senado) hasta el 16 de octubre.

### **Fase 7: #ConMisHijosNoTeMetas**

Esta nueva y última fase arranca el 16/10 en las redes sociales, particularmente en Twitter (D9), donde el colectivo pro-vida cambia de eje de interés; ahora están en contra de la

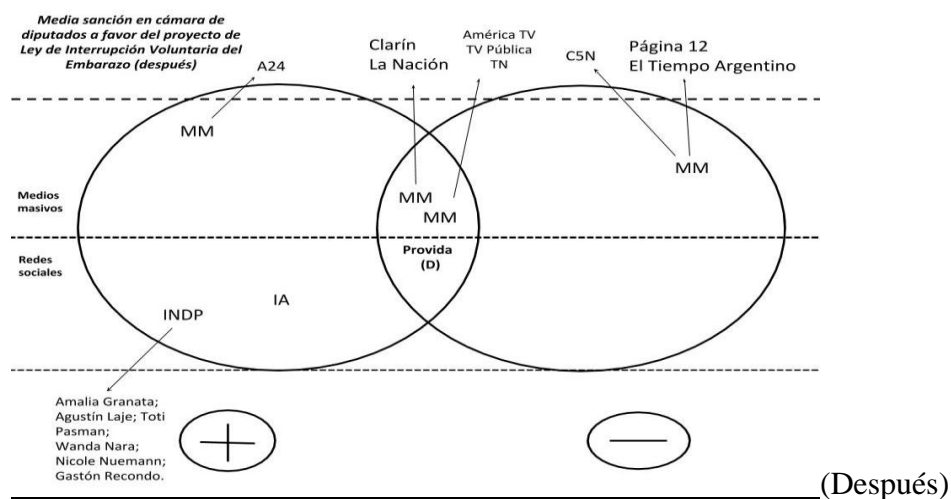
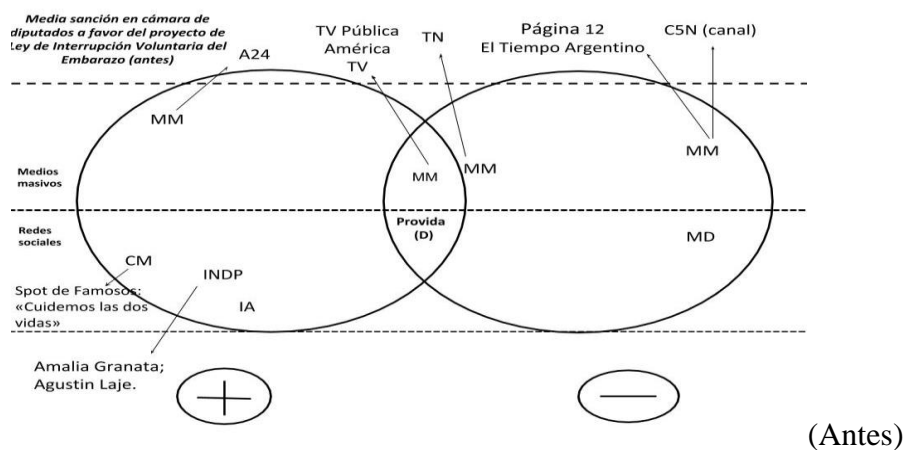
implementación de la ley ESI (Educación Sexual Integral). Si bien el motivo de lucha de este colectivo (el 28 de octubre tomaron el espacio público) es distinto, quienes la integran son los mismos actores: ahora el movimiento, teniendo la base del colectivo pro-vida, lucha contra la “ideología de género” (nuevo foco de interés) con el mismo peso social y capacidad para organizarse de las fases anteriores.

Por otra parte, este nuevo discurso en contra de la ESI generó otro discurso en reconocimiento en Facebook, en la página El Bebito/La Plata (D10).

### **Subfase 3: Protesta por la ESI**

El medio masivo digital (MMD) LaNación.com (D11) publicó, el 17/10, una nota sobre la protesta en la Escuela Media N° 8 de La Plata, convocada por el mencionado grupo de Facebook. En este momento se ve cómo el movimiento no necesita mucha consolidación, pero sí más repercusión con su nuevo enfoque, dado que crece y toma importancia, al menos un poco, por los medios digitales (masivos y no masivos), que los tienen en su agenda, pero aun no cobran relevancia en los medios tradicionales.

### **Análisis espacial**





Hemos seleccionado como momento clave la media sanción en la Cámara de Diputados a favor del proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo. Elegimos esta escena del caso dado que se puede ver una variación en la circulación; lo que conlleva a un cambio en la cantidad y posicionamiento de los enunciadores antes y después de la media sanción.

Antes del día de la votación, 13 de junio, se ha distinguido dentro del sistema de medios masivos (MM) a Página 12, El Tiempo Argentino, A24, TVP, América y C5N. Se debe decir que, como se muestra en el primer gráfico A24, específicamente el programa de Eduardo Feinmann, se posicionó como un enunciador a favor del discurso provida. De manera distinta, se puede apreciar que TN presenta una posición que puede dar cuenta de cierta neutralidad, aunque inclinándose por una postura negativa, dado que daba muy poca visibilidad a dicho movimiento. A su vez, Tiempo Argentino, Página 12 y C5N se posicionan dentro una postura sumamente negativa respecto al movimiento; proclamándose a favor de la legalización de la ley IVE. Por otro lado, dentro del sistema de las redes sociales, se presentan diversos tipos de enunciadores; podemos identificar como en individuos profesionales (INDP) se encuentran Amalia Granata y Agustín Laje como figuras más célebres y activas desde el comienzo del movimiento. Cabe aclarar que antes del evento (día de la media sanción), se conforma un colectivo mediático (CM): famosos y famosas de diversos rubros hicieron una fuerte presión y campaña vía Twitter denominada “Cuidemos las Dos Vidas”. Por último los individuos amateurs (IA) quienes tienen diversos discursos a favor del movimiento provida.

El segundo gráfico, el de después del día de la media sanción, podemos observar como en la parte de MM los enunciadores no variaron sustancialmente. Lo que refiere a los medios gráficos, tanto El Tiempo Argentino y Página 12 mantuvieron y radicalizaron sus argumentos. A su vez aparecieron nuevos actores: los diarios Clarín y La Nación con una posición neutral mostrando ambos lados del debate sobre el tema. En lo que respecta a la televisión, la TV Pública, C5N y A24 mantienen sus posiciones (neutral, en contra y a favor respectivamente). Por último, TN es el único MM que sí cambia de posicionamiento; si bien siempre ronda por la zona de lo neutral, después del 13 de junio, comienza a visibilizar a nuestro colectivo, tomando una postura “más a favor”. Lo que refiere a los INDP no notamos ningún cambio en sus discursos, pero sí una variación enorme con respecto a la cantidad de enunciadores; podemos decir que una vez obtenida la media sanción en diputados, los INDP (famosos/as de distintas índoles, como ser Toti Pasmán, Nicole Neumann, Wanda Nara, Gastón Recondo, Viviana Canosa, entre otros/as), tuvieron una participación mucho más activa, e incluso, junto con los IA, generaron nuevos hashtags lo cuales demostraron la consolidación y el ataque defensivo más “agresivo” por parte de este movimiento a causa de

la aprobación de la media sanción a favor de la legalización del aborto. Lo que respecta al CM de los y las famosos/as notamos que ya no existe en este gráfico, suponemos que esto es así ya que el colectivo se formó unos días antes de la media sanción, y al no lograr su objetivo (impedir la media sanción de diputados), se disolvió; no obstante cada actor individual fue más constante o incluso apreció de forma autónoma sobre su postura pro-vida. Cabe destacar la presencia continua de los usuarios categorizados como IA, de más dimensión en comparación con el primer gráfico.

En conclusión, luego de elaborar el análisis, damos cuenta de que la mayoría de enunciadores han permanecido en su posición respecto al proyecto de ley a lo largo del tiempo, a excepción de TN que cambió luego de la media sanción.

### **Conclusiones:**

Hacemos hincapié en que este colectivo siempre surgió, independientemente de su foco de interés, como una antítesis a otro movimiento. Primero en contraposición del aborto legal, seguro y gratuito; y ahora en contra de la ESI.

Notamos una diferencia importante en ambos sistemas mediáticos, en lo que refiere al colectivo pro-vida. La actividad en las redes sociales (Twitter y Facebook), es constante durante todo nuestro periodo de monitoreo e incluso en la actualidad; sobre todo en Twitter, que es el medio de expresión y comunicación por excelencia de los pro-vida. Recién a fines de febrero los medios masivos comienzan a tomar al movimiento, sobre todo por las declaraciones del presidente Mauricio Macri. A partir de allí, el colectivo va creciendo y movilizándose en contraposición de su antítesis: aborto legal, seguro y gratuito. En las redes sociales las manifestaciones se hacen más masivas generando nuevos hashtag #ArgentinaEsProvida, #SalvemosLas2Vidas, #TodaVidaVale, #OlaCeleste, #MacriConAbortoNoTeVoto. El colectivo va cobrando fuerza no solo por parte de usuarios amateurs sino también por figuras de relevancia como Agustín Laje, Maria Rodriguez Varela, Amalia Granata, Gabriela Michetti, entre otros. A su vez hemos notado que solamente en este espacio virtual el que la colectividad pro-vida recibe apoyo y repercusiones positivas. Sin embargo, los medios hegemónicos de comunicación casi siempre mantuvieron una misma postura. Muy pocos abarcaron el tema en contra de la ley IVE; la gran cantidad de notas fue sobre el proyecto de ley, el debate y su legalización. La prensa gráfica como La Nación siempre se mostró neutral, cubriendo ambos lados del debate: tanto a favor como en contra. En cambio Página 12 y El Tiempo Argentino siempre se expresaron pro-aborto. Asimismo,

en cuanto a la televisión, los canales antes mencionados, mostraban una postura “a favor” de la ley. Sin embargo, con el objetivo de generar debate, se llevaron ciertas figuras que la rechazaban. Los fuertes rechazos y la poca visibilización de su causa, como así también su postura (estar en contra del aborto) por parte de los medios masivos de comunicación generó un gran desprecio por parte del movimiento hacia los medios. Quejándose de que su antítesis tenía muchísimo más protagonismo y que ellos no eran escuchados ni representados en los medios hegemónicos.

Desde sus inicios el colectivo pro-vida se auto-definió como un colectivo “republicano, democrático en pos de cuidar y velar por los derechos de todos los Argentinos” y se diferencian así mismos del colectivo contrario, el cual estaría constituido por “zurdos, sucios que ensucian y rompen el espacio urbano de nuestro país”. A su vez, se construyó como un movimiento heterogéneo, ya que los discursos cibernéticos divisaron distintos tipos de argumentos, los cuales hemos agrupado en 5 clasificaciones distintas: los *argumentos legales y constitucionales*, conformados por aquellos que buscan impedir la legalización del aborto porque atenta contra el derecho humano más sagrado de la Constitución Argentina, el derecho a la vida; el *argumento económico*, conformado por aquellos que consideran que la legalización del aborto gratuito implicaría un mayor gasto público para el Estado y los argentinos no tienen la responsabilidad ni el deber de pagar este gasto superfluo; el *argumento religioso*, al cual se ajusta gran parte del colectivo, consiste en rechazar la legalización del aborto por ser un pecado y atentar contra los principios religiosos. Este último argumento fue utilizado por la Iglesia Argentina y todos sus seguidores, quienes calificaban a los pro-aborto como “Cristofóbicos”, ya que “si María hubiese abortado, jamás hubiese existido Jesús”; por último, el *argumento político* conformado por aquellos que atacaron al movimiento pro-aborto por considerarlo de ideología de izquierda (“zurdos”), lo cual nos demuestra que en gran parte el movimiento pro-vida está integrado por el ala derecha de la Argentina. Cabe destacar que la distinción es analítica ya que los individuos pertenecientes al colectivo podían utilizar y combinar los distintos argumentos en la vida real. Sin embargo, la diversidad de argumentos nos permite reconocer cómo el movimiento pro-vida, pese a tener el mismo centro de interés, se articulaba con distintos argumentos. Asimismo, con el nuevo foco de interés (la ESI) no podemos decir que haya tanta diversidad de argumentos, dado que la mayoría son políticos, biológicos y religiosos. Creemos que esto es así debido a que este nuevo discurso recién está surgiendo.