



**Semiótica I - Cátedra Carlón**  
**Trabajo de investigación**

**Docente:** Ana Slimovich

**Comisión:** 23

**Tema:** Análisis del caso “#NiñasNoMadres” en la sociedad hipermediatizada

**Grupo:** 1.

**Integrantes:** Lara Salamunich, Candelaria Vigil, Tobías Bernstein, Victoria Cáceres, Lucía Noriega, Johanna Grillo y Camila Grüner

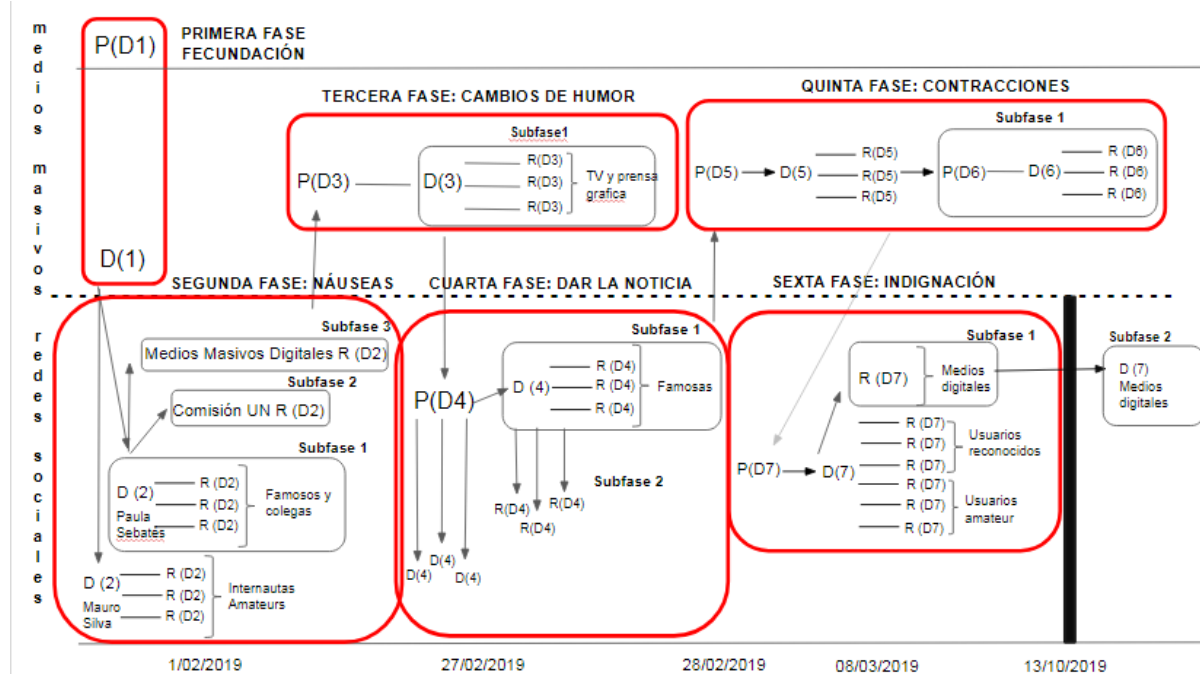
**Fecha de entrega:** Jueves 4 de noviembre

## Nivel de observación diacrónico

El caso seleccionado para el análisis de las condiciones de circulación discursiva es la editorial del diario La Nación titulado “Niñas madres con mayúsculas” de febrero del 2019 y sus repercusiones hasta octubre del mismo año, poniendo el foco en el hashtag que acompañó estos acontecimientos; #NiñasNoMadres.

### Gráfico:

(1)



### Referencias: (2)

D1: Refiere a la editorial de La Nación titulada “Niñas Madres con mayuscula”.

D2: Son los usuarios en twitter opinando al respecto.

D3: Son los medios masivos, con sus noticias sobre lo ocurrido.

D4: Discursos en redes sociales respecto a la no ILE.

D5: Discursos de los medios masivos sobre el #YoAos11 de las famosas.

D6: Discursos en medios masivos sobre la muerte del bebé.

D7: Discursos de los usuarios en Twitter, con el #NiñasNoMadres.

(3) El tipo de circulación hipermediática observado en este caso, es un análisis de tipo horizontal vertical, de dirección descendente-ascendente. Ya que surge, de un medio masivo (MM) tradicional, como es el Diario de La Nación y desciende al sistema de medios con base en Internet y telefonía móvil. Aunque durante el lapso estudiado, se dan movimientos ascendentes pero concluye con un movimiento similar al del inicio.

Hubo un total de seis fases y nueve subfases: la primera se caracterizó por nacer en el sistema de medios masivos donde se materializa el caso. La segunda, desciende a las redes sociales mediante una comunicación con dirección descendente. Allí, se pueden observar cuatro subfases; todas con una dirección ascendente generando saltos de escala intra sistémicos. En cuanto a la tercera fase, se produce un ascenso hacia el sistema de medios masivos, dentro, la subfase refiere a un movimiento horizontal intra-sistémico. La cuarta fase, nuevamente refleja un movimiento descendente, incluso en una de sus subfases se observa un movimiento ascendente intra-sistémico. Respecto a la quinta fase, se da una dirección ascendente, reubicándose el caso en el sistema de medios masivos. Y para concluir, la sexta fase, al igual que en el comienzo, hay una dirección comunicacional descendente. Por lo tanto, si bien

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

el caso se materializa en el sistema de medios masivos nuestro seguimiento finaliza en el sistema de redes sociales.

Respecto a la temporalidad, esta no es constante. En un primer momento, cuando se materializa el discurso (el 1 de febrero de 2019) es cuando ocurre el movimiento descendente hacia las redes sociales caracterizado por un gran revuelo inmediato en el sistema, generando que el discurso nuevamente ascienda a su sistema de origen (de los medios masivos). Por lo tanto, en este día la distancia que separa el discurso y sus reconocimientos en las dos primeras fases y en parte de la tercer fase, fue casi nula. Luego, en la tercer fase se da un movimiento horizontal, de un lapso de tiempo de 26 días, por lo tanto los días 27 y 28 de febrero se complejiza nuevamente la distancia temporal entre los discursos y sus reconocimientos y se establecen direcciones inter e intra sistémicas de forma inmediata, dando lugar rápidamente a la cuarta fase y a un primer momento de la quinta fase. Luego, la temporalidad entre los diferentes discursos surge más espaciadamente, es por eso que diez días mas tarde (8 de marzo) dentro de la subfase de la quinta fase, se acelera la temporalidad generando nuevos discursos en reconocimiento y lo que llamamos sexta fase. Por último, dentro de la misma fase, se reconoce un hiato temporal significativo desde el 8 de marzo cuando se origina la fase mencionada, hasta el 13 de octubre del mismo año, donde los medios digitales retoman el caso estudiado. En fin, la temporalidad se rigió por la importancia de los discursos, observando momentos claves donde la distancia entre producción y reconocimiento fue menor.

La temporalidad, se vincula con la cantidad de discursos en reconocimiento. Así, observando la circulación, se pueden reconocer dos momentos fundamentales que cuentan con mayor cantidad de discursos en reconocimiento. El primer momento es en el que denominamos segunda fase, que cuenta con cuatro subfases donde a partir de un discurso de un usuario amateur se multiplicaron los discursos en reconocimiento cada vez más, incluso usuarios más categorizados dentro del sistema de redes sociales fueron generando escalonamientos dentro del mismo sistema, es decir generando saltos de escala ascendentes intra- sistémicos. Por ende, fue el momento donde nuestro discurso encuentra su periodo culmine.

En la cuarta fase, se pueden observar dos momentos de igual importancia. El primero, son los discursos en reconocimiento en las redes sociales generados ante la noticia de la muerte de la bebe. Y el segundo es a partir de las fotografías publicadas por las famosas.

## **Nivel de observación de fases**

### **(1)Primera fase: Fecundación.**

La primera materialización del caso fue el primero de febrero del 2019 a primera hora de la mañana, cuando La Nación publica una nota de opinión en el formato tradicional del diario (papel), sin firma, titulada “Niñas madres con mayúscula” (D1) donde la idea principal gira en torno a alentar y felicitar a aquellas niñas que continúan con su embarazo. Haciendo así, una apología al delito de violación al destacar como “*valiente*” aquella decisión de continuar la gestación. Ese es el momento en el que nuestro discurso de análisis se materializa, y se sitúa en el espacio superior de los tradicionales medios de comunicación. Aquí comienza la primer fase titulada “fecundación” con la intención de hacer un paralelismo entre las etapas de nuestra investigación con el embarazo y sus etapas evolutivas, mencionado en la nota.

### **Segunda fase: Náuseas**

Inmediatamente, nuestro discurso de análisis desciende a otro sistema mediático: Twitter. Allí, un usuario amateur @silvamauroo postea a las nueve y treinta y un minutos del mismo día, una imagen de la nota en papel, citando ciertas frases que aparecen en la misma: “Niñas madres con mayúsculas”,

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

“Amor y valentía para seguir adelante, respetando la vida” para luego criticar al diario diciendo “Si una niña es madre es porque fue violada. La nación romantiza y hace apología a la violación.”(D2). El mismo, obtuvo alrededor de mil setecientos “me gusta”, mil retweets y treinta y cinco comentarios, todos realizados por usuarios de su misma categoría, que continuaron opinando al respecto. Por ejemplo, @Otro\_Pherga responde: *“Fueron capaces de justificar una dictadura, el robo de bebés, la tortura y asesinato de civiles. Es lógico (en su retorcida retórica) que apoyarían una aberración semejante.”* Dicho tweet cuenta con cuatro retweets y 27 “Me gusta”. @Marcela\_Chitiva responde *“‘Los pañuelos verdes de quienes no han aceptado la derrota legislativa siguen agitándose’ Ahí no más te das cuenta que tipo de personaje escribió, creyendo que esto es una movida o capricho del ‘pañuelo verde’”*. Cuenta con 7 “Me gusta”. Mientras que otro usuario, @Yasu\_Mica, con una postura a favor de La Nación, responde: *“Están viendo el foco mal, acá no hablan de la violación en sí, si no de su elección. Que saben si los denunciaron o no? No romantiza nada, directamente no habla de eso, sólo expresa que las madres quisieron que las chicas abortaran.”* Este tweet cuenta con solo 1 “Me gusta”.

### **Subfase 1: Momento nauseabundo**

Esta es la etapa de ascenso en la que aparece un internauta de mayor reconocimiento que el mencionado previamente dentro de la plataforma, la periodista Paula Sabatés que se expresa a las diez y dieciocho de esa mañana en contra de lo establecido por La Nación e incorpora el hashtag ya existente, #NiñasNoMadres alcanzando así, 1,2 K de “me gusta”(D2).

Posteriormente, mantuvieron la misma postura crítica usuarios de su misma categoría como Florencia Etcheves, Paloma Bokser, Cecilia Moreau, Clemente Cancela, e instituciones como Unicef Argentina o Fundación Huésped junto a personas del mundo del espectáculo tales como Lali Esposito que lo sentenció como “horror” y Nancy Pazos que lo calificó como “terroríficamente nauseabundo”. De esta forma, el uso generalizado del hashtag conforma, en términos de Carlon, un colectivo social mediático, bajo el cual se identificaron individuos de distinta categoría, y, por lo tanto, se encontrara el germen que los une en las redes sociales.

### **Subfase 2: Vómitos incontrolables**

Ante el repudio generalizado e instantáneo provocado por la nota, a las once y treinta y tres am a través de la cuenta @comisionLN, la Comisión interna de prensa del diario, rechazó la editorial del día de la fecha, argumentando que una niña embarazada es una niña violada, todo acompañado del #NiñasNoMadres (R/D2). Se percibe así, un nuevo ascenso dentro del mismo sistema mediático. Además, se colgó horas más tardes en las redes, una imagen del equipo de redacción, posando con un cartel en sus manos donde estaba escrito el hashtag. Cabe destacar, que además de esta actividad conjunta, periodistas del grupo, desde sus cuentas personales, se desligaron y repudiaron lo que un compañero, en anonimato, publicó. Por ejemplo, la periodista Valentina Ruderman.

### **Subfase 3: Repugnancia**

Además de un ascenso dentro de las redes sociales debido a que instantáneamente publicada la nota, distintos medios digitales publicaron al respecto (por ejemplo Minuto Uno) (R/D2), notamos un pronunciado salto de escala ascendente que da lugar a esta subfase, la cual se coloca en el nivel más alto en el sistema de redes sociales, debido a que los medios masivos digitales, que si bien tienen su correlato en papel, buscaron contribuir a la inmediatez de la vida social contemporánea y así no quedar fuera de “dar esta noticia”, tal como lo hizo Página 12 desde su sitio web, en donde en la sección sociedad tituló “Niñas, no madres” haciendo un claro y explícito repudio a La Nación pocas horas después de publicado nuestro discurso de análisis, como este ejemplo, hubo muchos más en la web.

## **Tercera Fase: Cambios de humor**

Luego de las fuertes repercusiones provocadas por la nota en la plataforma y por las personas de reconocimiento público que opinaron al respecto potenciando el revuelo de esta nota, la misma rápidamente ascendió otra vez al sistema de medios masivos (D3). Tanto en la televisión, como por

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

ejemplo el canal de cable propio de La Nación, como en la prensa gráfica, mantuvieron una postura crítica ante la romanización de la maternidad forzada en niñas y remarcaron además, el uso del hashtag. Ante esta situación, se ponen en juego diversos sentidos que avalan el repudio generado en redes ante la nota.

### **Subfase 1: Acidez**

Una vez apaciguado el uso del hashtag #NiñasNoMadres (producto de nuestro discurso de análisis), el día 28 de febrero del 2019, se volvió a emplear a causa de la obligación estatal a una cesárea forzada a la niña tucumana de doce años (el 27 de febrero), violada por el novio de su abuela, a pesar de haber pedido ese mismo día la ILE. Esto, se visibilizó tanto en la televisión como en la prensa gráfica, formato papel, donde se observó el mayor uso del hashtag, observando así, un movimiento de circulación horizontal dentro del mismo sistema mediático. (R/D3)

### **Cuarta Fase: Dar la Noticia**

La noticia no tardó en tener repercusiones en redes sociales, descendiendo así a otro sistema mediático, donde se continúa empleando el hashtag acompañado de palabras de horror y repudio a lo ocurrido con la niña en dicha provincia (D4). El Hashtag comienza a articularse, a su vez, con otros hashtags. Principalmente con “#YoAlos11, un hashtag impulsado por famosas actrices argentinas para mostrar que los 11 no es una edad para ser madres. Aquí es cuando se genera un nuevo colectivo: hay un conjunto de actrices que comparte ahora el mismo centro de interés (R/D4). Este colectivo tiene circulación ascendente porque los seguidores que retwittean ya no son pares.

Asimismo, se articula con otros hashtags como #ILEYaEsDerecho haciendo alusión a que la interrupción legal del embarazo por violación ya es un derecho en Argentina (y no se cumplió en estos casos). Por ejemplo, la internauta amateur @Relajones twittea el mismo 28 de febrero: “*Para las personas que no están al tanto: a partir del año 2012 la Corte determinó que si un embarazo proviene de una violación el aborto es viable. Que no se cumpla es otro tema. #NiñasNOMadres #ILEyaEsDerecho*”. Al igual que con el Hashtag #AbortoLegalYa. El usuario de Twitter @femenicidio twittea el mismo día: “*La nena tucumana fue violada por la pareja de su abuela. Había pedido al menos 8 veces la interrupción del embarazo, pero el ser. de Salud de la provincia encabezó una cruzada con grupos anti derechos para obligarla a parir #AbortoLegalYa #NiñasNoMadres*”.

### **Subfase 1: Círculo más íntimo**

Al día siguiente, personas reconocidas dentro de Twitter e Instagram en Argentina, en su mayoría mujeres, publicaron imágenes de ellas a la misma edad que la niña tucumana (con el hashtag #YoAlos11) de manera tal, de remarcar que en esa etapa de la vida no es momento de ser madre, sino que son otras las prioridades, como por ejemplo jugar. Dado que fue realizado por personas con gran influencia o reconocimiento, se observa, dentro de una misma fase, cierto ascenso. Dentro de las mujeres que realizaron el posteo se encuentran: Lali Esposito, Griselda Siciliani, Thelma Fardin, Malena Guinzburg, Julieta Ortega, Dolores Fonzi y Romina Gaetani, entre otras. A su vez el medio individual de Instagram @actrices.argentinas publicó diferentes posteos que realizaron estas actrices u otras, generando así una gran difusión del hashtag al tener más de 300.000 seguidores.

### **Subfase 2: Que lo sepan todos y todas**

Siguiendo los pasos de estas internautas, usuarios amateurs comenzaron a realizar lo mismo: una publicación en Twitter o un posteo o historia en Instagram de la foto de ellas a esa edad (11 años), comentando qué era lo que estaban realizando y enfatizando cuán lejos estaban de ser madres. De esta manera, se genera un pequeño descenso dentro de una misma escala, ya que estos usuarios, tal como mencionamos, no tienen el mismo estatus o reconocimiento que los ubicados en la Subfase 1.

### **Quinta fase: Contracciones**

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

El empleo masivo del hashtag acompañado de una foto de cada usuario de niña hizo que esto salte de las redes sociales ascendiendo y convirtiéndose así, en una noticia propia de los medios masivos (D5). Haciendo énfasis en los posteos publicados por personas reconocidas del medio en el país, reforzando implícita y explícitamente el repudio a lo ocurrido, siempre haciendo mención de lo compartido: el hashtag.

El medio masivo digital infobae titula “Niñas no madres’: las famosas postearon fotos a sus 11 años por el caso de la nena violada en Tucumán” (También el 28 de Febrero). La Nación titula su noticia: “Por qué las famosas comenzaron a compartir fotos suyas a los 11 años en las redes”. Sin embargo no solo quedó en este soporte, sino que también pasó a la televisión: por ejemplo en el noticiero nocturno de Telefe también se habló sobre el caso mostrando las fotografías y publicaciones de las actrices argentinas ya mencionadas.

#### **Subfase 1: Tragedia**

En esta etapa del análisis se evidencia un movimiento horizontal dentro del mismo sistema mediático, ya que el día 8 de marzo de 2019, fueron los medios masivos quienes dieron la noticia sobre la muerte de la bebé de la niña tucumana de 11 años, a quien 10 días antes, le habían practicado una cesárea en contra de su voluntad (D6).

#### **Sexta Fase: Indignación**

En este punto, se evidencia un movimiento descendente, ya que la noticia dada por los medios masivos sobre el trágico final de ese bebé no tardó en repercutir en las redes sociales, donde nuevamente, usuarios reconocidos y amateurs dieron su postura de indignación y rechazo a lo ocurrido acompañado del hashtag #NiñasNoMadres (D7).

#### **Subfase 1: Duelo en las calles**

Dentro del sistema mediático de redes sociales, se produce un salto de escala ascendente, debido a que varios portales web, específicamente los medios digitales, publicaron en sus plataformas notas respecto a lo ocurrido y sobre todo, enfatizando la actitud de los internautas, agregando, que en la marcha del 8 de marzo por el Día Internacional de la Mujer - mismo día de la muerte de la bebé- se incorporaron pedidos de justicia por las aberraciones que tuvo que vivir la niña tucumana a tan corta edad (R/D7).

#### **Subfase 2: El tiempo hizo que nada cambie**

El caso vuelve a hacer un salto de escala, el 13 de Octubre de 2019, cuando el diario “La izquierda Diario” (medio digital) publica una nota en donde se expresa como miles de mujeres se reunieron en el espacio público en el marco del encuentro 34 plurinacional de mujeres que se realizó en La Plata (D7). Las mismas pedían nuevamente por el caso de la niña de 11 años obligada a parir por el gobernador Manzur, utilizando el #NiñasNoMadres.

### **Nivel de observación micro**

(1)La primera fase, se originó cuando se materializa el discurso en los medios masivos con la editorial publicada por La Nación. Al ser editorial, podríamos mencionar a un enunciador de estatus profesional con cierta posibilidad de expresar su subjetividad. Este discurso será condición de producción de los múltiples discursos generados en redes sociales, algo característico de los discursos de medios masivos ya que se dirige de un punto a las masas, enfatizando en el peso que tiene este medio en nuestro país, siendo uno de los más leídos.

En la segunda fase, con su dirección comunicacional descendente, se hacen presente distintos enunciadores, como por ejemplo el tweet de @maurosilva citado anteriormente, con distinto estatus, donde cada uno conforma una subfase: usuarios amateurs, famosos y colegas, la comisión interna de

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

La Nación y medios masivos digitales. Cada uno de ellos, con su diferente estatuto que provoca saltos de escala intra sistémicos y con su rol social propio provocarán con sus discursos diversa influencia y modalidades de enunciación, como por ejemplo, interactivas, interpelativas, entre otros. A pesar de la diferencia de los estatutos de los enunciadores, la mayoría acompañó sus discurso con el #NiñasNoMadres.

En la tercer fase, hay una circulación ascendente donde los medios masivos con su estatuto categorizado mencionado, utilizando su modalidad de enunciación impersonal, que genera cierta distancia, dan lugar a noticias acerca de lo ocurrido en redes a partir de la publicación de la editorial. De esta manera, se insertan por ejemplo en la pantalla de televisión menciones sobre la nota y los comentarios en redes sociales, tal como hizo el canal de televisión de la Nación donde interpela particularmente al enunciatario ofendido, posicionándose como un par que se sintió de la misma manera agraviado por la editorial que pertenece a su misma empresa.

En la cuarta fase se observa un movimiento descendente, donde aparecen discursos de usuarios de categoría amateur junto a los de usuarios reconocidos, quienes provocan el salto de escala intrasistémico. En su mayoría, fueron famosas conscientes de la repercusión de sus discursos; imágenes suyas de pequeña junto a un nuevo hashtag: #YoAlos11, conformando una enunciación que utiliza un lenguaje coloquial y emocional, operación emulada por usuarios amateurs. Por ejemplo, el tweet de @daliagutman, al cual se hizo referencia.

La quinta fase es ascendente y es cuando los medios masivos tradicionales transmiten lo ocurrido en redes. Su discurso, tiende a ser más formal, se basa en los hechos aunque suelen tomar muchas citas y fragmentos de los espacios digitales. De esta manera, se desarrollan interacciones entre medios masivos y redes sociales, sobre todo haciendo énfasis en discursos de internautas de mayor estatus legitimados por la sociedad. Además, se da la subfase donde de manera casi impersonal se relata la muerte de la bebé. Como en el noticiero nocturno de Telefe también se habló sobre el caso mostrando las publicaciones de las actrices argentinas ya mencionadas.

La sexta fase es de una dirección descendente, donde son los usuarios quienes, ya no de manera impersonal, retoman el discurso de los medios masivos y expresan lo que sienten al respecto, siendo estos de estatuto reconocido o no. Donde, mediante la enunciación exaltan su posición al respecto construyendo una imagen de sí mismos para con el caso.

Dentro de la misma fase, después de un prolongado hiato temporal son los medios masivos digitales quienes vuelven a poner en escena el tema, y es importante reconocer el estatus de los mismos dentro de las redes y lo que los diferencia con los medios masivos; su enunciación más “cercana” al lector, lo que la torna en cierto punto, más subjetiva. Por ejemplo, la publicación del 13 de octubre de La Izquierda Diario.

(2) En cuanto al colectivo, podríamos decir que, en referencia a lo establecido por Eliseo Verón, encontramos un conjunto de individuos nucleados bajo un centro de interés; el repudio a la nota de la Nación y particularmente, lo que hay de fondo, el rechazo al embarazo de niñas adolescentes. Estos se configuran en la escena de las redes sociales, y utilizan para identificar su posición el #NiñasNoMadres. A lo largo del tiempo, este mismo hashtag es retomado por los medios masivos, y por lo tanto el colectivo identifica cierto ascenso. A su vez, en el momento en que las famosas suben sus fotografías de ellas a los once años, se acopla el #YoALos11, aumentando así el volumen del colectivo y el sentimiento de pertenencia. Luego, este colectivo, el 8 de marzo (día internacional de la mujer) se suma a un colectivo mayor: el que nuclea a las mujeres con distintos objetivos y sumando también un nuevo hashtag: #NoFueILE. Por lo tanto, el #NiñasNoMadres y el colectivo detrás de este, ha tenido nuevas apariciones cada vez que se han violado derechos de las niñas en relación a embarazos no deseados, en su mayoría producto de violaciones.

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

En conclusión, este colectivo nació en las redes sociales, y luego ocupó el espacio urbano, incluso ha llegado a ser parte de movilizaciones sociales mayores, muchas de las cuales se han visibilizado en diferentes medios masivos. Por lo tanto, es un colectivo mediatizado, como así sus acciones, opiniones e ideologías en juego. No es un colectivo que se ha polarizado ni que ha cambiado su postura durante el lapso analizado, sino por el contrario, ha aumentado su volumen y sus reivindicaciones.

## **Nivel espacial**

Analizando la circulación desde la dimensión espacial, se puede ubicar a los distintos enunciadores a partir de la clasificación realizada por Carlón.

### **Medios**

Medios Masivos: En cuanto a la prensa gráfica se identifica La Nación, Pagina 12, Diario La Voz, Tiempo Argentino, y en cuanto a la televisión se identifica LN+, América TV, El Nueve, TV Pública, Telefe.

Medios masivos digitales: Pagina12.com, Clarin.com

Medios digitales: Minuto Uno, La izquierda Diario

### **Colectivos**

Colectivos mediáticos: #NiñasNoMadres, Actrices Argentinas

Colectivos sociales: colectivo de mujeres

### **Individuos**

Individuos profesionales: Nicolás del Caño, Lalo Esposito, Griselda Siciliani, Tema Fardan, Malena Guinzburg, Julieta Ortega, Dolores Fonzi y Romina Gaetani, entre otras personas reconocidas del medio artístico y político, profesionales reconocidos, periodistas de distintos medios y periodistas de La Nación, Comisión Interna de La Nación.

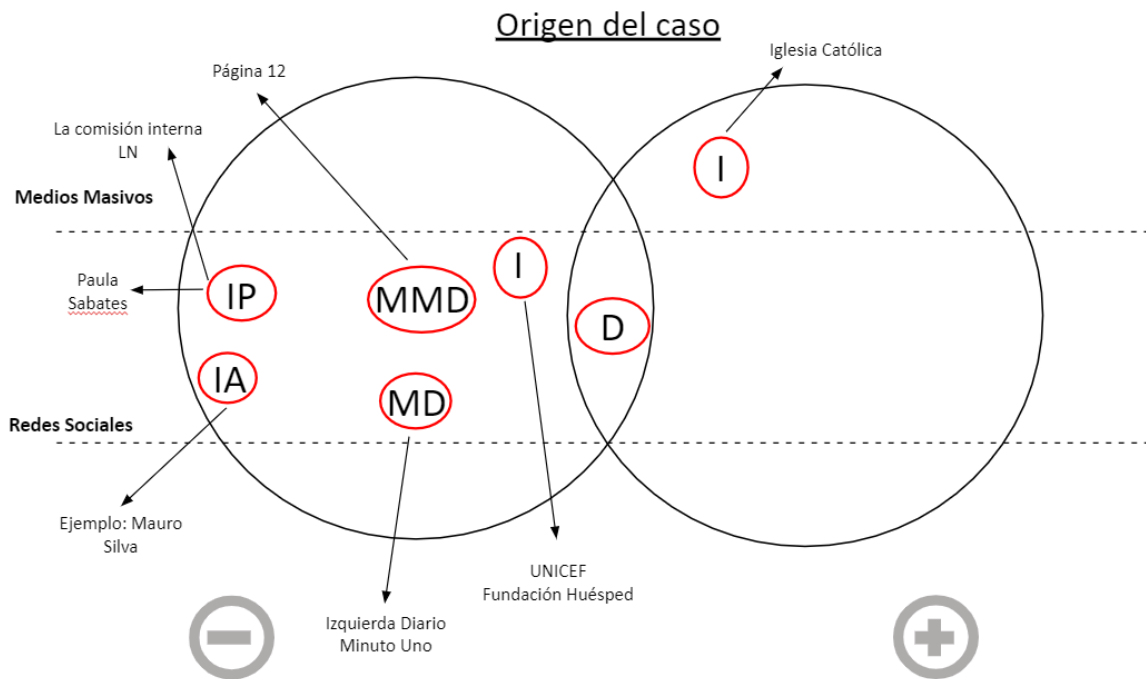
Individuos amateurs: Hay muchos individuos de esta categoría como Mauro Silva y Mariano Dalesio.

**Instituciones:** Fundación Huésped, Unicef.

Para analizar la dimensión espacial, lo que se hará es presentar dos gráficos. El primero de ellos remitirá al momento de origen de la circulación, es decir a partir de que la editorial desciende de los medios masivos al sistema de redes. Y el otro remitirá al resto del corpus analizado. En ambos, se determinara los enunciadores a favor y en contra del discurso materializado pero al compararlos se tratará de determinar un antes y un después en la valoración de algunos enunciadores.

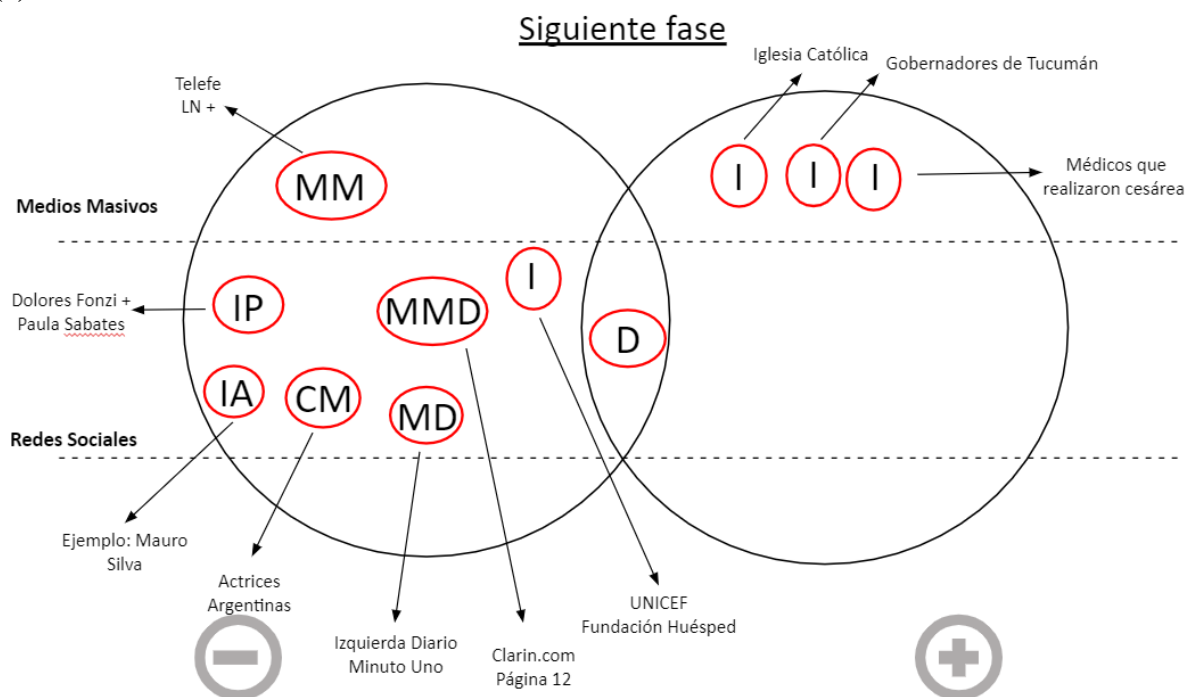
(1)





(1) El primer gráfico, muestra el momento en el que se da la materialización del caso. Es decir, cuando la Editorial de La Nación publica “Niñas madres con mayúscula” y el primer momento en el que desciende a las redes sociales. Es decir, en lo que denominamos primer y segunda fase, dentro de las posiciones a favor del discurso, es decir quienes apoyan lo establecido en la editorial, se encuentra, la Iglesia católica (institución). Por el contrario, se manifestaron muchísimas más repercusiones en contra frente a esta discursividad. Entre ellas, las Instituciones de UNICEF Y Fundación Huésped, el medio masivo digital de Pagina 12, abundantes discursos de individuos amateurs desde sus cuentas de twitter, como por ejemplo Mauro Silva y también individuos profesionales como la periodista Paula Sabatés y fundamentalmente miembros de la Comisión Interna de La Nación.

(2)



(2) Al avanzar el análisis del caso, y ya ubicándonos en la quinta fase y más aún en la **subfase 1: Tragedia**, donde se da la noticia de la muerte de la bebé en Tucumán por parte de los medios de

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

comunicación, no se advirtieron cambios de postura, sino simplemente se mantuvieron las posiciones postuladas y se sumaron algunos actores tanto de un lado como del otro. Así se advierten a favor de la maternidad en niñas, acompañando a la Iglesia católica -que mantiene su postura- a la institución de los gobernadores de Tucumán y los médicos tucumanos que realizaron la cesárea a la niña embarazada.

Del otro lado, se posicionaron en contra, nuevos actores como, los medios masivos que previamente no habían hecho mención del tema, por ejemplo Telefe o el mismo canal de La Nación (LN+), se suma Clarin.com a los medios masivos digitales y empieza a trabajar con énfasis en el tema el colectivo de Actrices argentinas, que va a traer consigo gran influencia y repercusión al respecto.

Por lo tanto, podemos concluir que, la complejidad espacial estudiada no está caracterizada por grandes cambios de posiciones respecto al caso desde su momento de origen hasta en las etapas posteriores. Sin embargo, de ello podemos deducir que el no cambio de posición revela mucho al respecto, es decir, nos permite observar una decisión firme y en cierto punto definitiva sobre el tema. A su vez, logra mostrar la complejidad del entramado social en el que estamos involucrados.

### Conclusiones

(1) Tanto el discurso con el cual se dio a conocer el caso como el que produce el último cambio de fase del corpus analizado se caracterizan por tener movimientos de circulación descendentes, sin embargo presentan sus diferencias.

La conformación de lo que denominamos sexta fase se da a partir de la noticia en los medios masivos tradicionales de la muerte de la bebé de la niña obligada a parir, la cual rápidamente desciende a las redes sociales. Los discursos que se forman en ese sistema, ya han dejado atrás la nota de editorial de La Nación, pero si mantienen el hashtag que nació con ella #NiñasNoMadres, mediante el cual se ha configurado un colectivo, que a su vez se ha relacionado con otros y han logrado ocupar el espacio público, como con la marcha por el Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo, así como también se ha vinculado con otros hashtags y en este discurso específico con el #NoFueILE. Por lo tanto, lo que se hace es reforzar el carácter de repudio a situaciones de exposición de estas niñas a embarazos no deseados, en los que la ILE no es practicada incluso a pesar del paso del tiempo, tal como ocurrió el 13 de octubre que se volvió a poner en agenda el hashtag con un caso similar.

Así, la temática de los discursos son diferentes si bien encuentran puntos de contacto, principalmente el #NiñasNoMadres que se mantiene y es retomado. Pero los discursos ante la editorial de La Nación, apuntaban a criticar directamente a ese discurso y a lo que aludía. Mientras que, el último critica el pésimo manejo de las instituciones políticas ante las situaciones de niñas, en casos como los mencionados.

(2) En cuanto a los enunciadores, también podemos identificar cambios desde el discurso de origen respecto del último. Tanto los individuos profesionales como los amateur, mantuvieron su postura en contra desde un primer momento, pero luego de los movimientos de circulación lo que ha cambiado es que ahora conforman un colectivo e incluso han llegado a utilizar el #NiñasNoMadres, (ya no mencionando a la editorial), dentro de distintas movilizaciones sociales junto a otros hashtags. Por lo tanto, está claro que en el transcurso del tiempo se ha configurado un colectivo mediático en potencial expansión que se identifica bajo el hashtag recientemente mencionado, a su vez que se relaciona con otros de mayor volumen. Con respecto a los medios masivos, además de La Nación como prensa gráfica responsable de la editorial no hay presencia de estos en el primer momento, como si la hay posteriormente, con una postura en contra y sirviendo para visibilizar lo que ocurre en redes y la posición de la mayoría. Por otro lado, algunos de los medios masivos digitales junto a los digitales ya están desde el inicio acompañando el caso y en el último se suman más de ambos. Las instituciones, mantuvieron su postura inamovible, tanto como quienes estaban en contra (Fundación Huésped, UNICEF) como quienes estaban a favor (la Iglesia católica).

\* Los números entre paréntesis corresponden a cada consigna

Por lo tanto, los discursos en repudio al embarazo adolescente se mantienen con la misma intensidad en sus repercusiones pero ya no enfatizan en la nota, sino que lo hacen en otros casos siempre acompañados del #NiñasNoMadres.

(3) Al ser una sociedad hipermediatizada, con dos sistemas mediáticos, nos encontramos frente a relaciones intersistémicas, donde las principales diferencias están en la enunciación y el estatuto del enunciador. Por un lado, cuando los discursos surgen en los MM y descienden a redes sociales, lo que ocurre es la transformación de discursos más formales e impersonales propios del medio, a la plena subjetividad que reina en el otro sistema mediático. A la inversa, lo que hacen los medios masivos es interpretar la subjetividad y pasiones de los discursos en las redes sociales para mostrarlos de una forma en la que el carácter de la institución mediática se desprende de lo dicho de los nuevos medios con el afán rara vez alcanzado de mantener cierta objetividad. Pero, encontramos una excepción a la regla, que fue la editorial de La Nación que fue así como una subjetividad en potencia. Ya que, si bien surge cargada de la perspectiva del enunciador esto se va a multiplicar en los discursos en las redes sociales.

(4) Tal como establece Mario Carlón en sus obras, convivimos en la sociedad hipermediatizada caracterizada por dos sistemas mediáticos: MM Y RS donde los individuos a diferencia de lo planteado por Verón ahora se encuentran tanto en producción como en reconocimiento, debido a que tienen la posibilidad de manejar sus propios medios de comunicación generándose así, nuevos sujetos enunciadores con discursos que pueden ascender a los MM o a la inversa. Este autor, califica nuestra era como “contemporánea” haciendo referencia al arte contemporáneo que proviene de la era moderna, y que no es solo apropiado por los medios masivos sino que hoy están en manos de estos nuevos sujetos en redes sociales. Pensando en el texto “Facebook de los gobernantes”, se podría relacionar las modalidades discursivas descritas con los tweets de nuestro corpus, entendiendo que estos también son micro argumentaciones lógicas. Sin embargo, en esos discursos se ausenta lo risible, por ser un tema muy delicado para ser interpelado desde el humor negro. A su vez, si se observa un tinte político, sobre todo en la fase donde se polemiza y repudia la decisión de los gobernadores de Tucumán para con la niña porque al fin y al cabo, el no cumplir las leyes de nuestro país es un tema estrictamente político. Lo novedoso de este caso es, además del cambio en la circulación con el cambio de sentido y escala que esto implica, siendo que los discursos atraviesan distintos medios (relaciones inter e intra sistémicas), que se producen discursos de carácter no institucional. Además, es fundamental destacar el cambio en el régimen de la temporalidad; el presentismo propio de nuestra era, donde la distancia entre P y R es casi inmediata tal como se refleja en el caso analizado. Por último, es destacable la capacidad de estos nuevos medios de configurar colectivos y en este caso en particular la formación del *hashtag* #NiñasNoMadres como hilo conductor del mismo.