



Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Semiótica de Redes - Carlón 2023

Trabajo práctico grupal - Entrega final

“Unión por la Patria y la candidatura presidencial de Sergio Massa”

Comisión 21

Docente: Rocío Rovner

Grupo 1

Integrantes: Luna Alvarenga, Berenice Correa, Javier Di Prizito, Nicolás Márquez Reartes, Santiago Monasterio, Malena Smith, Magalí Vergara y Ramiro Vicino

Nivel de observación diacrónico



GRÁFICO 1



GRÁFICO 2



GRÁFICO 3



GRÁFICO 4

La circulación hipermediática de nuestro caso de análisis es ascendente-descendente y varía según el recorte temporal, que se corresponde con las unidades temáticas.

En el primer recorte, comprendido en el período desde el 23 de junio (anuncio de la fórmula oficial Massa - Rossi) al 12 de agosto de 2023 (día previo a las PASO), correspondiente a la primera unidad temática titulada “Unión por la Patria: Massa-Rossi”, observamos una circulación ascendente-descendente, dado que nuestro discurso de origen comienza en redes sociales y asciende a medios masivos, para luego dar lugar a una serie de reconocimientos tanto en el sistema de redes sociales, como en el sistema del underground.

En el caso del segundo recorte temporal, evidenciado en la segunda unidad temática “Elecciones 2023: las PASO”, que comprende el periodo entre el 13 y el 15 de agosto de 2023, la circulación es únicamente descendente, dado que comienza con la publicación de los resultados electorales a través de medios masivos y culmina con un reconocimiento en el sistema de redes sociales (Los discursos de Sergio Massa, Axel Kicillof y Agustín Rossi y la

reflexión que hace Grabois en Twitter respecto del resultado electoral con sus reconocimientos “risibles” generados por usuarios amateurs).

En la primera unidad temática (Gráfico 1), observamos cuatro fases y dos subfases. La primera fase “*Massa protagoniza la escena*” se inicia el 23 de junio y culmina el 22 de julio de 2023, durando casi un mes. Esta presenta una dirección horizontal-ascendente, ya que comienza con un primer discurso en redes sociales con sus respectivos reconocimientos en ese mismo sistema y asciende a un discurso en un medio masivo de comunicación que da lugar a la segunda fase. Dentro de esta primera fase, encontramos la primera subfase del gráfico que se desarrolla el día 8 de julio del corriente año, titulada “*El inicio de la interna Massa-Grabois*”, en la cual se observa un cambio de estatuto en la enunciación de Juan Grabois, quien al consolidarse como precandidato presidencial da el puntapié inicial a la contienda electoral entre él y Sergio Massa, dando paso a la interna de Unión por la Patria. El mismo 8 de julio, encontramos en la página oficial de Instagram de UxP el lanzamiento del primer spot de la candidatura de Sergio Massa que propone a “la Patria” como objeto principal de su campaña. En la misma publicación podemos encontrar el hashtag #UniónPorLaPatria, como también hacen uso del hashtag #DefenderALaPatria en su segundo spot, el día 23 de julio, donde el precandidato se encuentra junto a trabajadores metalúrgicos.

La segunda fase “*Se agrava la interna dentro de la coalición*” se desarrolla el día 24 de julio de 2023 en el sistema de medios masivos, cuando Todo Noticias publica una nota de Massa almorzando con empresarios en La Rural. Luego, desciende a la tercera fase “*Grabois repudia actos de Massa en La Rural*”, cuya duración comprende desde el 24 de julio al 12 de agosto de 2023, con un reconocimiento en redes sociales por parte de un tweet de Grabois respecto al acontecimiento en el que Massa se muestra en La Rural. Dentro de esta tercera fase se produce una subfase que se desarrolla entre el 24 y el 29 de julio, la cual denominamos “*Se activa el llamado a la militancia*”. Desde Unión por la Patria publican un video haciendo un “*llamado a la militancia*” a través de Instagram, y otro video en su cuenta de Tik Tok. En este cambio en su plataforma de enunciación se produce también un cambio de escala, siendo que esta segunda publicación produce muchísimos menos reconocimientos. De la tercera a la cuarta fase, que se desarrolla el 12 de agosto y se titula “*Militantes activos*”, observamos otra vez una dirección descendente, donde el llamado a la militancia encuentra un reconocimiento a nivel Underground a través de agrupaciones partidarias, organizando la militancia del día 13 de agosto de 2023, día de las elecciones PASO.

Respecto a la segunda unidad temática (Gráfico 2), encontramos dos fases. La primera comprendida entre los días 13 y 14 de agosto, denominada “*Las elecciones, batacazo de Milei*”,

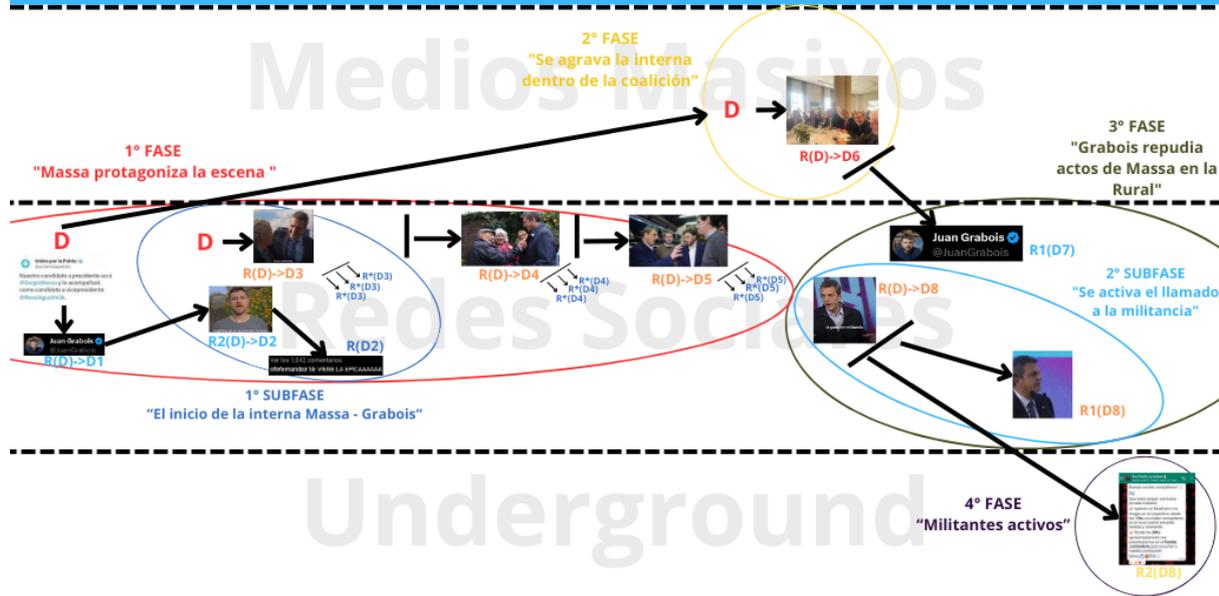
se presenta en el sistema de medios masivos y tiene una dirección horizontal, puesto que no se modifica ni el estatuto ni ocurre un cambio de escala. Con una dirección descendente pasa al sistema de redes sociales dando inicio a la segunda fase “*LLA como foco opositor*”, desarrollada entre el 14 y el 15 de agosto, donde distintos medios masivos digitales recogen los discursos del precandidato Sergio Massa, el gobernador reelecto de la Pcia. de Buenos Aires Axel Kicillof y el precandidato a vicepresidente Agustín Rossi, haciendo un reconocimiento a los resultados electorales del sufragio. En la misma fase, el perdedor de la interna, Juan Grabois, también se expresa en el mismo sistema a través de su cuenta en la red social Twitter.

En nuestro análisis encontramos mayor cantidad de reconocimientos significativos realizados por usuarios amateurs en la primera fase, específicamente en los primeros tres spots de Massa, publicados por las redes sociales oficiales de “Unión por la Patria” los días 8, 11 y 22 de julio respectivamente, que “fogoneaban” la interna política dentro de la coalición. También, durante la 2da fase de la segunda unidad temática, encontramos en la reflexión de Grabois una serie de reconocimientos por parte de usuarios amateurs que destacamos como significativos al evidenciar la sociedad humorística en la que estamos inmersos. *“Esta multiplicación de enunciadores, acompañada de una imposibilidad de regulación institucional y una ya establecida presencia de lo risible en el conjunto de las prácticas sociales produjo un nuevo escenario sin precedentes en la historia de la mediatización reidera. Su cantidad y diversidad aumenta como nunca antes porque cualquier discursividad de la vida social puede ser mediatizada”* (Damián Fraticelli, 2022, p. 166). El humor deja de estar restringido a un único ámbito y permea todas las prácticas sociales, inclusive la política, como se ve en nuestro caso.

Nivel de observación de Fases:

Unidad temática 1: “Unión por la Patria: Massa-Rossi”

"Unión por la Patria: MASSA-ROSSI"



23/06/2023	08/07/2023	11/07/2023	22/07/2023	24/07/2023	25/07/2023	29/07/2023	12/08/2023
(D): Tweet Fórmula oficial Massa - Rossi. R(D)->D1: Grabois tuitea una carta criticando a Massa.	R(D)->D3: Primer Spot de Massa en UP "La Patria sos vos" en Instagram. R*(D3): Militantes de Grabois comentan en el spot a favor de Grabois en el post de Instagram R2(D)->D2: Spot Juan Grabois en Instagram. R(D2): Ofelia Fernández comenta en apoyo a Grabois.	R(D)->D4: Segundo spot de Massa con Jubilados, en Instagram. R*(D4) Militantes de Grabois comentan en el spot de Massa publicado en Instagram a favor de Grabois.	R(D)->D5: Tercer spot de Massa con trabajadores en Rural, nota TN. R*(D5): Militantes de Grabois comentan a favor de él en el spot de Massa con los trabajadores.	R(D)->D6: Massa en la TVR(D)->D7: Massa llamando a la militancia en Duro de Domar, post en el Instagram de UP.	R1(D6): Tweet de Grabois, crítica al almuerzo de Massa en La Rural.	R1(D7): Massa llamando a la militancia en TikTok (acto).	R2(D7) Grupo de WhatsApp Peronista invitando a fiscalizar el Domingo.

GRÁFICO 5

Primera Fase: "Massa protagoniza la escena"

Esta primera unidad temática tiene una circulación discursiva ascendente, dado que inicia con el tweet (RS) que publica la cuenta oficial de Unión por la Patria el 23 de junio de 2023 (D), en el que anuncian la fórmula oficial que competiría en las PASO, con Sergio Massa como precandidato a Presidente y Agustín Rossi para Vicepresidente.

Dentro de esta Primera Fase tenemos un reconocimiento de Juan Grabois, quien se había bajado de su candidatura para apoyar a Eduardo "Wado" de Pedro, quien se especulaba sería el candidato oficial de la coalición. En esta ocasión, el mismo día que Unión por la Patria anunció la fórmula Massa-Rossi, Grabois publicó(RS) un tweet (D1), criticando esta decisión y anunciando el relanzamiento de su precandidatura para pelear la interna contra Sergio Massa.

Luego, se desprende una Primera Subfase: "El inicio de la interna Massa-Grabois", donde podemos dar cuenta del cambio de estatuto de ambos políticos, quienes a partir de los anuncios de sus respectivas candidaturas comienzan a tener una comunicación abocada totalmente a las campañas. Esta subfase se da el 08 de julio de 2023, cuando Grabois y Massa publican sus primeros spots.

La diferencia que notamos es que el primero publica su spot en sus redes sociales personales (D2), en el que se muestra junto a su compañera de fórmula Paula Abal Medina, con el título “*Seamos fieles a nuestra historia*”, donde menciona a diversas figuras políticas como José de San Martín, Eva Perón, Juan Domingo Perón, Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner, mientras habla del implemento de políticas públicas que cubran necesidades básicas con respecto a la educación, salud y vivienda.

Si llevamos este discurso a un nivel mayor de análisis podemos notar la presencia de un componente descriptivo que se sitúa en un antes (cómo era la República Argentina) y un después (hacia dónde debemos ir), al tiempo que damos cuenta de un componente prescriptivo “*Un buen gobierno debe garantizar salario, vivienda, salud y educación, nacionalizar los recursos y salir del fondo*”. Además, podemos encontrar diferentes destinatarios a quienes se les está dirigiendo el spot, como los prodestinatarios (colectivo que comparte los mismos ideales políticos, como Abuelas de Plaza de Mayo y Barrios De Pie) y paradesinatarios (peronistas y kirchneristas). La figura del contradestinatario (E. Verón, 1986) en este spot es casi nula.

En el spot de Grabois, ese mismo día, destacamos un reconocimiento de Ofelia Fernández R(D2), ex Legisladora de CABA, quien comentó el posteo de Instagram(RS) con el mensaje “*Se viene la épica*”, mostrando su apoyo al candidato. Creemos que su presencia en la campaña es fundamental para obtener el apoyo de muchxs jóvenxs pertenecientes a su colectivo de identificación.

Por otro lado, y a diferencia del spot descrito anteriormente, el spot de Massa es publicado por las redes sociales oficiales de Unión por la Patria (D3), con el título “*La patria sos vos*”. En este vemos el desarrollo de diversas actividades productivas y la repetición constante de la palabra “Patria”, marca muy presente en los discursos peronistas. Sobre el final del vídeo observamos la aparición de los precandidatos oficiales Massa y Rossi, junto a “Wado” De Pedro, quien fue el candidato por el cual Juan Grabois había declinado su precandidatura. No solo nos importa la figura y construcción de Sergio Massa como precandidato a presidente, sino que también notamos en los comentarios del spot de Massa cómo se comienza a manifestar el colectivo “Juan Grabois” con comentarios en apoyo a este.

Para finalizar con esta primera fase incluimos dos discursos, ambos spots de Sergio Massa D(3) y D(4) publicados el 11 y el 22 de julio respectivamente, en las redes sociales de Unión por la Patria. En el primero vemos al candidato en diálogo con jubiladxs y encontramos muy marcada la presencia del contradestinatario (E. Veron, 1986) con la mención que hace Massa de quienes quieren quitar el subsidio a los medicamentos, los precandidatos de las otras

fuerzas políticas: Javier Milei (La Libertad Avanza) y Patricia Bullrich (Juntos por el Cambio).

En los comentarios de este post notamos nuevamente que la gran mayoría de las respuestas provienen de usuarios amateurs que comentan a favor de Juan Grabois, lo que denota una cierta disconformidad por parte del electorado peronista ante la elección de Sergio Massa como candidato oficial de la unidad, que si bien no es necesariamente una mayoría, tiene una fuerte presencia en redes sociales.

En el spot que se publicó el 22 de julio sucede algo similar. En el mismo podemos ver a Massa interactuando con trabajadores metalúrgicos en una empresa y allí también aparecen una mayoría de reconocimientos en apoyo a Juan Grabois.

Segunda Fase: “Se agrava la interna dentro de la coalición”

La Segunda Fase presenta una dirección comunicacional ascendente/descendente. Comienza el día 24 de julio de 2023 en los medios masivos, cuando ocurre un almuerzo en La Rural, donde se encuentra Massa en la central de los terratenientes junto a distintos actores de la Sociedad Rural, empresarios y bancarios. Lo acompañaron también al almuerzo en el Comedor Central los secretarios de Agricultura y de Desarrollo. Esta nota salió en el programa “TN de Noche”(MM) y su enunciador fue Marcos Novaro, realizando un análisis crítico de cara a las PASO.

Tercera Fase: “Grabois repudia actos de Massa en La Rural”

Un día después, el 25 de julio, la circulación desciende a las redes sociales y comienza la fase número 3. En esta, partimos de un tweet de Juan Grabois en donde critica los actos del Ministro de Economía en cuanto a su almuerzo con el “círculo rojo”. En su posteo de Twitter(RS), Grabois menciona la pobreza generada por los “especuladores de alimentos” que son los mismos que compartieron el almuerzo en La Rural junto a su contrincante político.

Por otra parte, el 24 de julio se producía un cambio dentro de la Segunda Fase, ya que el pre candidato Massa, realiza un posteo de Instagram(RS) invitando a los militantes a “*despertarse y comprometerse con la tarea que tienen como activistas sociales*”. Entramos en la subfase número 2 “*Se activa el llamado a la militancia*”, donde la dirección vuelve a descender, con un clip de Massa en Duro de Domar. El posteo tiene 13.239 me gusta, 1317 comentarios y es compartido 1627 veces. Esta subfase se caracteriza por un cambio de estatuto a partir de las repercusiones de la cuenta de Instagram. Según Mario Carlón, “*pone en juego una enunciación que ya no puede considerarse individual, subjetiva, sino social o*

supraindividual” (M. Carlón, 2015, p. 85).

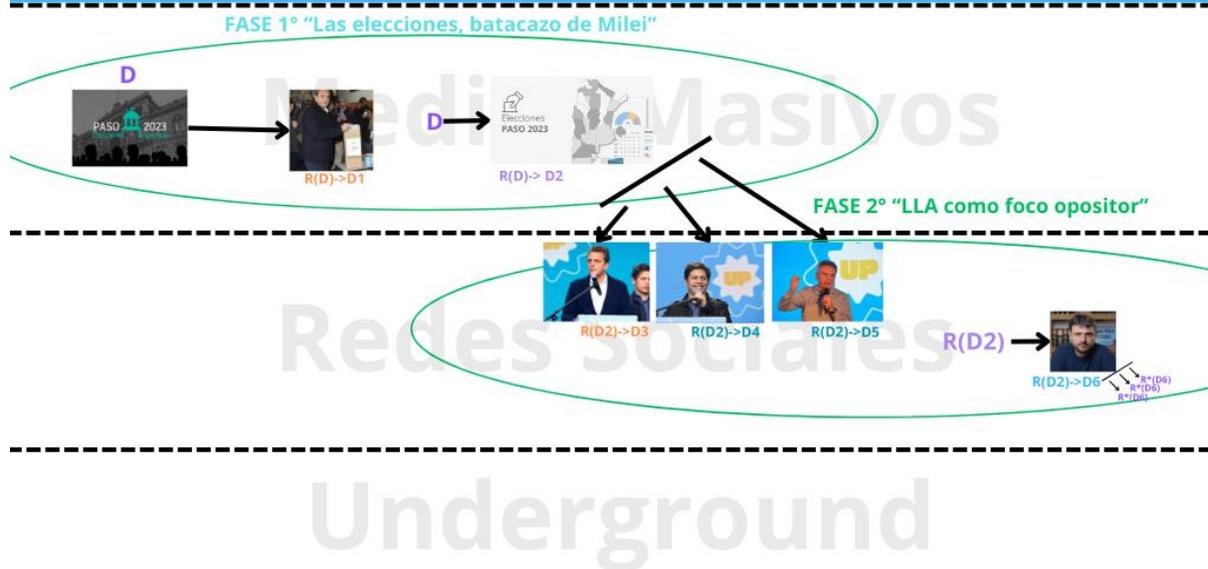
El 29 de julio encontramos un posteo de Tik Tok(RS) de @sergiotmassa, que tiene solamente 743 me gusta y 243 comentarios y es compartido 113 veces, sobre un acto político en Santiago del Estero. En éste el precandidato de Unión por la Patria convocaba a buscar a lxs vecinxs, a abrazar a aquellxs que acompañan la candidatura, pero “*especialmente a aquellos que nos perdieron la confianza*”. En esta subfase hay una dirección comunicacional descendente, por un cambio de estatuto intrasistémico, y un cambio de escala en las distintas plataformas de redes sociales.

Cuarta Fase: “Militantes activos”

Tras la gran cantidad de discursos en reconocimiento que generaron sus dichos, se produce la Fase número 4 “*Militantes activos*”. En esta, la circulación discursiva desciende hacia el sistema Underground. En esta fase, el 12 de agosto (un día antes de las PASO) en un Grupo de WhatsApp de militantes de la agrupación “Eva Perón Juventud” se convoca a que durante el día de las elecciones los militantes se sumen a ayudar a los fiscales durante la jornada electoral. Además, hay una invitación para juntarse a escuchar a los precandidatos y referentes políticos al finalizar el escrutinio.

Unidad temática 2: “Elecciones 2022: las PASO”

Elecciones 2023: Las PASO



13/08/2023
 D: El vivo de las PASO transmitido por Televisión Pública.
 R(D)->D1: Votación de los candidatos de Unión por la Patria (09:57).

14/08/2023
 R(D)-> D2: Resultado electoral post PASO, diario Página 12.
 R(D2)->D3: Sergio Massa en el búnker de UP llama a la remontada del peronismo: "Tenemos 60 días para darla vuelta", diario El País.
 R(D2)->D4: Axel Kicillof: "No es con motosierra, ajuste o dinamita como se construye un futuro mejor", Ámbito.
 R(D2)->D5: Agustín Rossi: "Milei es un peligro para la democracia", Página 12.

15/08/2023
 R(D2)->D6: Grabois en twitter, reflexión post paso.
 R*(6): Comentarios risibles en respuesta al post de Grabois.

GRÁFICO 6

Primera Fase: "Las elecciones, batacazo de Milei"

Para esta Primera Fase tomamos como discurso de origen el vivo de las PASO, que fue transmitido por la Televisión Pública el 13 de abril. Durante todo el día, en el canal de aire de la TV Pública (MM) se transmitió en directo el desarrollo del transcurso de la jornada electoral. A través de la toma directa, en la *Post TV* se construye esta experiencia espectral única, en donde el espectador se constituye como testigo mediático (Mario Carlón, 2015).

Como reconocimiento al discurso de origen tenemos un discurso (D1) que se transmite en vivo a través del canal de La Nación + (MM), en el que muestran cómo vota el precandidato a Presidente Sergio Massa. En este podemos ver una pantalla, por momentos partida, compartiendo espacio con el lugar donde votan otros políticos como Martín Lousteau y Alberto Fernandez. En otros momentos está centrada en una de las sedes electorales del distrito de Tigre, donde se construye la imagen del *cuerpo político* (E. Veron, 1986) en directo del precandidato presidencial junto a Malena Galmarini, su esposa y precandidata de dicho distrito, con una voz en off de los periodistas.

También tomamos como otro reconocimiento el resultado provisorio publicado por el

diario Crónica el día 14 de agosto (D2), en donde se imprimen los resultados provisionales del día anterior. Se hace hincapié en el sorprendente triunfo electoral de Javier Milei, ya que las encuestas no habían dimensionado el arrasador triunfo del candidato de La Libertad Avanza.

Esta fase tiene una circulación intrasistémica con sentido horizontal. A pesar de la crisis de los medios masivos de comunicación, en la post-TV vemos cómo el directo es una cuestión fundamental, ya que *“el sujeto deviene testigo de su propia historia en su devenir”* (Carlón, 2016) y en nuestro análisis se ve reflejado cómo la televisión, en ciertas circunstancias, es una fuente privilegiada de construcción de acontecimientos por su especificidad en la toma directa.

Segunda Fase: “LLA (La Libertad Avanza) como foco opositor”

Con una dirección descendente, el 14 de agosto se publican tres discursos de los distintos líderes de Unión por la Patria: Sergio Massa, Axel Kicillof y Agustín Rossi.

En reconocimiento del D2, El País (MD) publica una nota donde recoge el discurso de Sergio Massa en el búnker de su frente (D3): *“El esfuerzo empieza mañana de vuelta. 60 días para dar la vuelta, para ganarles a aquellos que convocando desde el odio hoy construyeron un principio de nueva mayoría”*, proclamó el candidato a presidente con un discurso orientado a su contradestinatario. También hace un llamado a su colectivo de identificación en la construcción de un gobierno de Unidad Nacional: *“comprometernos a que el próximo Gobierno no sea solamente de unidad de una coalición, sino de unidad nacional”*, haciendo referencia a su paradestinatario, manifestando la necesidad de poder trascender la dicotomía de polarización prevaleciente en la política los últimos años. En su enunciación, el llamado a la Unidad Nacional implica un acercamiento y un llamado directo a este paradestinatario (Verón, 1987) que se encuentra “fuera del juego político” pero que tiene un carácter estructural en la política.

También, en reconocimiento del resultado de las elecciones (D2), Ámbito publica una nota recogiendo los dichos de Axel Kicillof (D4) que, luego de festejar su reelección como gobernador en la Provincia de Buenos Aires, manifestó su preocupación por los resultados nacionales. Este hizo un llamado directo al paradestinatario con baja participación en el sufragio: *“Nos preocupa la caída de la participación de un sector de la sociedad que tal vez siente o percibe que da lo mismo votar que quedarse en su casa. Es una novedad inquietante para nuestra democracia que se distinguió siempre por muy altos niveles de participación. Nos comprometemos a trabajar para volver a involucrar a esos sectores en las decisiones colectivas. Prefiero bonaerenses votando críticamente que bonaerenses en silencio o*

quedándose en su casa". Además, le habló a su contradestinatario e hizo una alusión directa al principal opositor. Declaró *"No es con motosierra, con ajuste o dinamita como se construye un futuro mejor"* haciendo referencia a las propuestas de Javier Milei, quien días antes se había mostrado con una motosierra -simbolizando el recorte- en sus actos políticos.

Por último, Pagina 12 (MMD) retomó los dichos de Agustín Rossi, quien se manifestó en el búnker ubicado en el barrio porteño de Chacarita (D5): *"Este tipo (Milei) es un peligro para la democracia argentina y nosotros tenemos la obligación de convocar a los demócratas para evitar que ese peligro llegue a gobernar"* enunció el candidato a vicepresidente. Con un discurso fuertemente orientado a su contradestinatario, recordó *"estos tipos defienden a Videla"* estableciendo su posición frente a la última dictadura militar cívico-empresarial. Al mismo tiempo, reforzó el llamado a la Unidad Nacional que sostuvo su compañero de fórmula.

Este llamado a la Unidad Nacional, repetido en los discursos de los candidatos, en la red de relaciones imaginarias que se construye en la enunciación tiene un componente prescriptivo (Verón, 1987) del orden del *deber ser*, articulado con un componente que predomina en su enunciación, el programático, del *poder hacer*, aquel que se compromete. En este tipo de componente hay un predominio de formas verbales nominalizadas, tal como es en este caso "Unidad Nacional".

Por otro lado, en esta misma fase, el día 15 de agosto de 2023 el candidato derrotado en la interna, Juan Grabois, publicó una reflexión en formato de carta en Twitter (D6). En la misma, le habló a su colectivo de identificación, a los votantes de la lista "Argentina Humana" y manifestó una fuerte preocupación por los resultados electorales y el avance de la derecha en el país. De esto se desprende un apoyo al candidato ganador de la interna. Podemos ver en su enunciación un cambio de circulación en su dirección discursiva. Antes de las PASO Massa recibe fuertes críticas del dirigente de la UTEP, quien después, inquieto por el batacazo de Milei, al mismo tiempo que respondiendo a cierto sentido de organicidad, pasa a brindarle todo su apoyo al candidato que continúa en carrera.

El formato elegido por el enunciador no es predominante en dicha red social, es por esto que encontramos reconocimientos de usuarios amateurs, tanto de la oposición como de su propio frente, que generan discursos con características risibles como memes y burlas, aunque predomina sobre todo el universo de lo cómico en donde se "ríen de" (Grabois, en este caso) y se produce un placer por comparación de lo que se esperaba. Es decir, entra en juego algo de lo inesperado; en este caso, el formato carta y su larga extensión. Es decir, se construye una escena asimétrica, en lo cómico, donde existe un blanco ridiculizado (Fratlicelli, 2021). Sin embargo, esta configuración del discurso venía siendo utilizada en las cartas que venía

publicando la actual vicepresidenta Cristina Fernandez de Kirchner, a las cuales identificamos como condiciones de producción. En el uso de este formato por parte de Grabois encontramos huellas que nos llevan a marcas tales como la elección de esta configuración del discurso de “carta” a su colectivo de identificación.

Nivel de observación micro

Aunque no está representado en el gráfico, dado que representa sus condiciones de producción, el primer cambio de estatuto de Sergio Massa se da cuando se anuncia su precandidatura presidencial a través del tweet de Unión por la Patria desde la cuenta oficial de la coalición. A partir de ese tweet, Sergio Massa pone en un segundo plano sus conferencias sobre economía y comienza a dar discursos de campaña construyendo su enunciación política e imagen presidencial.

Como precandidato oficial de dicha coalición, el estatuto de Massa presenta su primera variación cuando Juan Grabois, quien presenta diferencias con la visión político/económica del actual Ministro de Economía, anuncia su precandidatura para competir en la interna, dando lugar a la primera subfase “El inicio de la interna Massa-Grabois”. Así, Massa pasa de ser el único candidato del espacio a tener que presentarse a una interna frente a otro precandidato. De esta manera, ajusta su propio discurso en base a los intereses que representa Grabois, ligado a los sectores populares.

Al mismo tiempo, podemos observar cómo se distingue del propio Grabois en la segunda fase que denominamos “Se agrava la interna dentro de la coalición”. En esta etapa, Sergio Massa tiene un almuerzo con el *círculo rojo*, conformado por empresarios, bancarios y terratenientes en el predio La Rural, reunión que fue mencionada en el medio masivo “TN de noche” y que le valió las críticas de Juan Grabois.

El tercer y último cambio de estatuto tiene lugar en la 2º subfase del segundo gráfico “Se activa el llamado a la militancia”. Tras la victoria del candidato peronista de “Hacemos por Córdoba” Martín Llaryora en su provincia natal, Sergio Massa, victorioso en su interna, toma como ejemplo este resultado y se dirige directamente a la militancia para que salgan a buscar los votos casa por casa y “se abandone el escritorio”. Luego, se enuncia a través de su cuenta de Tik Tok, donde se produce un cambio de escala, al no contar con el mismo alcance que en su otra publicación..

Por otra parte, observamos un fenómeno similar en el plano de la enunciación. Desde el anuncio de su precandidatura, las apariciones mediáticas de Massa tuvieron lugar en actos

oficiales, en los que se mostró cercano a Cristina Fernández de Kirchner. A raíz de estas imágenes, podemos inferir que su discurso se concentró principalmente en la figura del prodestinatario, *“posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador”*(Verón, 1987, p.17). Es decir que Massa, un candidato que anteriormente se mostraba lejano al núcleo duro del kirchnerismo, buscó interpelar y consolidar el voto “duro” de su coalición de cara a la interna.

Esta estrategia cambió luego de las elecciones celebradas el 13 de agosto, donde el foco de la enunciación de Massa está destinado al contradestinatario, referenciado en Javier Milei (líder de LLA). En este discurso podemos describir la predominancia del componente prescriptivo (Verón, 1987), ya que habla del “deber ser”, de aquello que se evidencia como obvio: *“Empieza en la Argentina la discusión de si vuelven los sistemas privados de jubilación o si el Estado va a seguir protegiendo con las jubilaciones y con los programas de medicamentos a nuestros jubilados. Nosotros vamos por más movilidad jubilatoria, por ampliación de los programas de medicamentos, pero por sobre todas las cosas por la idea de que es el Estado quien debe proteger a quienes se retiran del mercado de trabajo”*.

Respecto a las cualidades de los colectivos, partimos de la definición que se da en Ciclos de Vida, Eliseo Verón(2013) donde afirma que *“un colectivo es una clase de actores sociales que una sociedad reconoce como tal en un momento dado”* y que, dicho reconocimiento, *“implica un fenómeno de actividad lingüística”* donde un colectivo se identifica bajo una determinada denominación y se le atribuyen comportamientos y cualidades específicas. En nuestro caso de análisis no hay un colectivo específicamente identificado con la figura de Sergio Massa, pero sí encontramos una serie de colectivos asociados a la corriente política de su coalición. Entre ellos, identificamos a “La Cámpora”, agrupación política kirchnerista que apoy  a Sergio Massa tras el anuncio de su precandidatura. Este apoyo se ve reflejado en nuestro gráfico espacial, *“Después del anuncio de la candidatura de UxP”* en un tweet del 05 de agosto donde manifiestan su apoyo al ministro de Economía en su carrera presidencial. Otro colectivo es el de “Argentina Humana”, slogan de la precandidatura de Juan Grabois que da nombre a sus militantes.

Estos se hacen presentes en varios tramos de nuestro análisis diacrónico, se ven representados en la primera fase de nuestro primer gráfico, donde el 08 de julio realizan comentarios a favor de Grabois en el spot de Unión por la Patria que promocionaba la fórmula Massa-Rossi, de la misma manera que el 11 de julio lo hacen en un spot de Massa dialogando con jubilados y el 22 del mismo mes, en su tercer spot. Estos dos colectivos se funden en uno

solo dando cuenta la circulación discursiva, tras los resultados de las PASO, donde la fórmula de Massa resulta triunfadora por sobre la de Grabois. Este último escribe en un tweet su apoyo a su ex rival en la interna para las elecciones generales, por lo que el colectivo “Argentina Humana” pasa a militar la campaña de Massa.

Nivel espacial

Para realizar el análisis espacial de nuestro caso, decidimos elegir como discurso de referencia el tweet de la cuenta oficial de “Unión por la Patria” publicado el día 23 de junio de 2023. En el mismo se confirma la candidatura de Sergio Massa y Agustín Rossi a presidente y vicepresidente respectivamente, desplazando las pre-candidaturas de Eduardo “Wado” de Pedro y Daniel Scioli.

Elegimos dicho discurso dado que a partir de esa publicación se ve con mayor claridad cómo los diversos enunciadores se posicionan discursivamente tanto para apoyar como para rechazar la lista de unidad de esa coalición. Este análisis, de tipo espacial, nos permite dar cuenta de la circulación antes y después del discurso elegido, y cómo se posicionan los distintos enunciadores.

Teniendo presente que este discurso es el primero de nuestro corpus, y el que constituye el inicio de nuestro caso de análisis, para el gráfico del momento previo al anuncio de la candidatura decidimos mostrar el posicionamiento de los enunciadores respecto a los tres precandidatos que se mostraban en carrera: Daniel Scioli, Eduardo “Wado” de Pedro y Juan Grabois, previo a la publicación del tweet, y para el “después” demostrar cómo fueron cambiando de posición los actores elegidos respecto al anuncio de los candidatos oficiales.

Gráfico 1: “Antes del anuncio de la candidatura de Unión por la Patria”

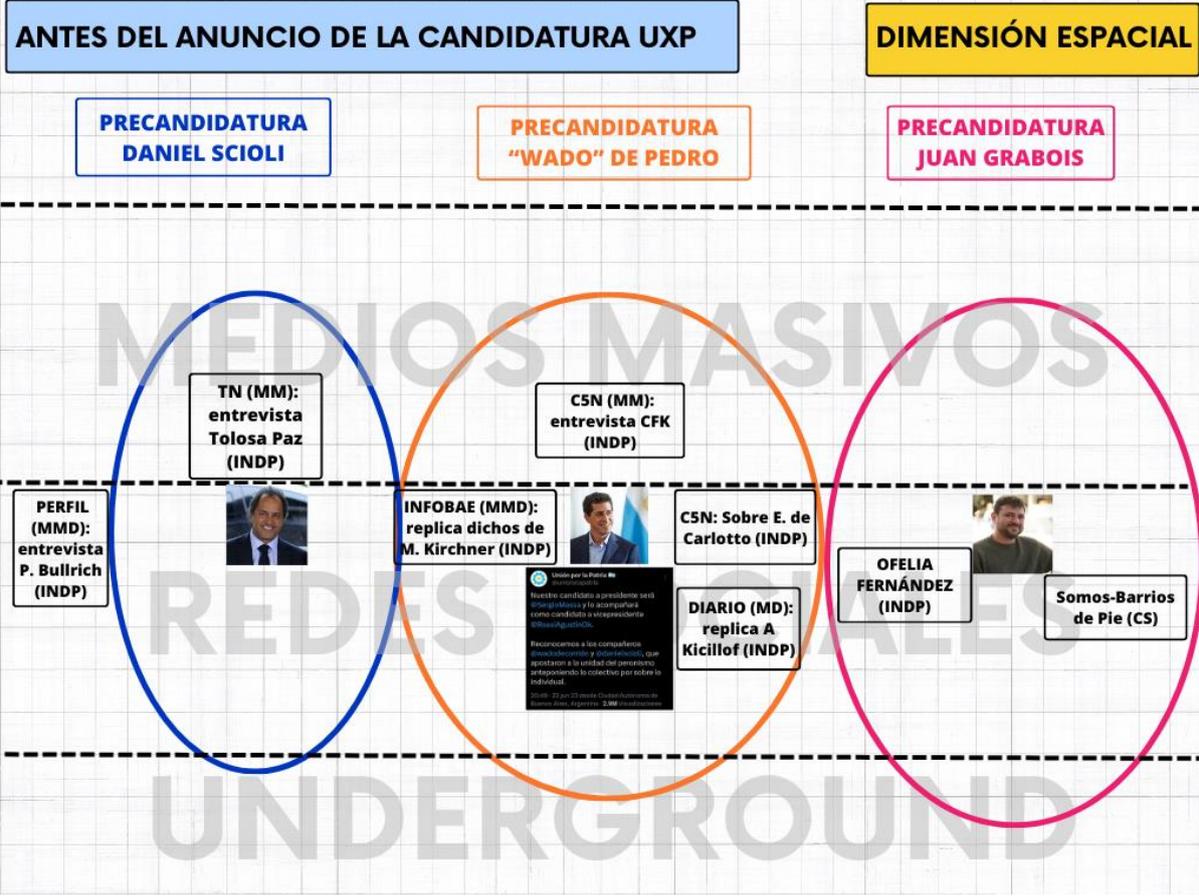


GRÁFICO 7

A partir de este primer gráfico, podemos ver cómo se posicionaban diversos referentes políticos, del mismo espacio y de la oposición, antes del tweet de Unión por la Patria, dando cuenta de la discursividad construida en relación al nivel de afinidad que tenían respecto de los tres posibles candidatos.

A favor, y en consonancia con el anuncio de la precandidatura de Daniel Scioli (INDP) publicada en su cuenta de Twitter el día 21 de abril, destacamos a la diputada nacional Victoria Tolosa Paz (INDP) quien lo acompañaba como pre-candidata a vicepresidenta en su fórmula. Como discurso de referencia tomamos la entrevista que dieron juntxs en el programa “A Dos Voces”(MM), emitido el día miércoles 7 de junio de 2023.

En el caso de la precandidatura de Eduardo “Wado” de Pedro, actores de distintos estatutos se manifestaron a favor. Podemos encontrar un fuerte apoyo de colectivos sociales en defensa de los DDHH, como “Abuelas de Plaza de Mayo”, a través de los dichos de su titular y referente histórica María Estela de Carlotto (INDP), para lo cual tomamos la nota publicada en Página 12 (MM) el 25 de mayo de 2023, sobre sus dichos “*sería un orgullo que Wado De Pedro sea candidato a presidente*”.

También, núcleos duros del kirchnerismo como La Cámpora (CS), a través de su líder político Máximo Kirchner (INDP), manifestaron un fuerte compromiso con la pre-candidatura de De Pedro. Si bien el líder de esta agrupación no se manifestó directamente vía sus redes sociales personales, en esta ocasión tomamos de referencia la nota publicada por Infobae (MD) el día 22 de mayo.

De la misma forma, lo hicieron referentes de su mismo espacio político como Axel Kicillof (INDP), de acuerdo a la nota que publica “El Diario” (MMD) el 2 de junio. Cristina Fernández de Kirchner (INDP) en la entrevista que dio en el programa “Duro de Domar” el día 18 de mayo en C5N (MM) dejó una puerta abierta a la especulación con la candidatura de Wado, cuando apeló a “la generación diezmada” con un discurso orientado al Prodestinatario, del cual se presupone una creencia conjunta y una relación de “nosotros” inclusivo (Verón, 1987).

Por último, la precandidatura de Juan Grabois (INDP) contó con el acompañamiento de la organización política Somos-Barrios de Pie (CS) y de Ofelia Fernández (INDP), legisladora porteña del Frente de Todos y militante del Frente Patria Grande. Quienes acompañaban esta precandidatura se mostraban en mayor consonancia con la línea política de “Wado” de Pedro y más lejana de la precandidatura de Daniel Scioli.

Para dar cuenta del apoyo de Ofelia a Juan Grabois, decidimos seleccionar como discurso la publicación que ella realiza en su cuenta oficial de Instagram el día 20 de mayo, la cual se titula *“ARGENTINA HUMANA  con el honor de ser escuchada por mis compañeros y compañeras, y la emoción de presentar a mi referente y candidato”* y acompaña una foto junto al candidato.

Al mismo tiempo, Grabois, buscando diferenciarse de ciertas lógicas políticas del candidato de su mismo espacio, se distanciaba de la precandidatura de Daniel Scioli, quien mostraba una enunciación discursiva más cercana a Sergio Massa.

No quisimos conformar nuestro análisis solo con discursos cercanos o a favor de nuestros precandidatos, y por eso decidimos mostrar también el discurso de Patricia Bullrich (INDP), precandidata a presidenta por “Juntos por el Cambio”, con una nota publicada por “Perfil” (MMD) el día 29 de junio. En su enunciación, apunta una fuerte crítica contra el kirchnerismo y su militancia “Esta Argentina de la vagancia y del cargo público para la militancia se termina”, de esta forma podemos identificar la predominancia de la figura del contradestinatario con quien establece una relación de exclusión, (Eliseo Verón, 1987).

Gráfico 2: “Después del anuncio de la candidatura de Unión por la Patria”

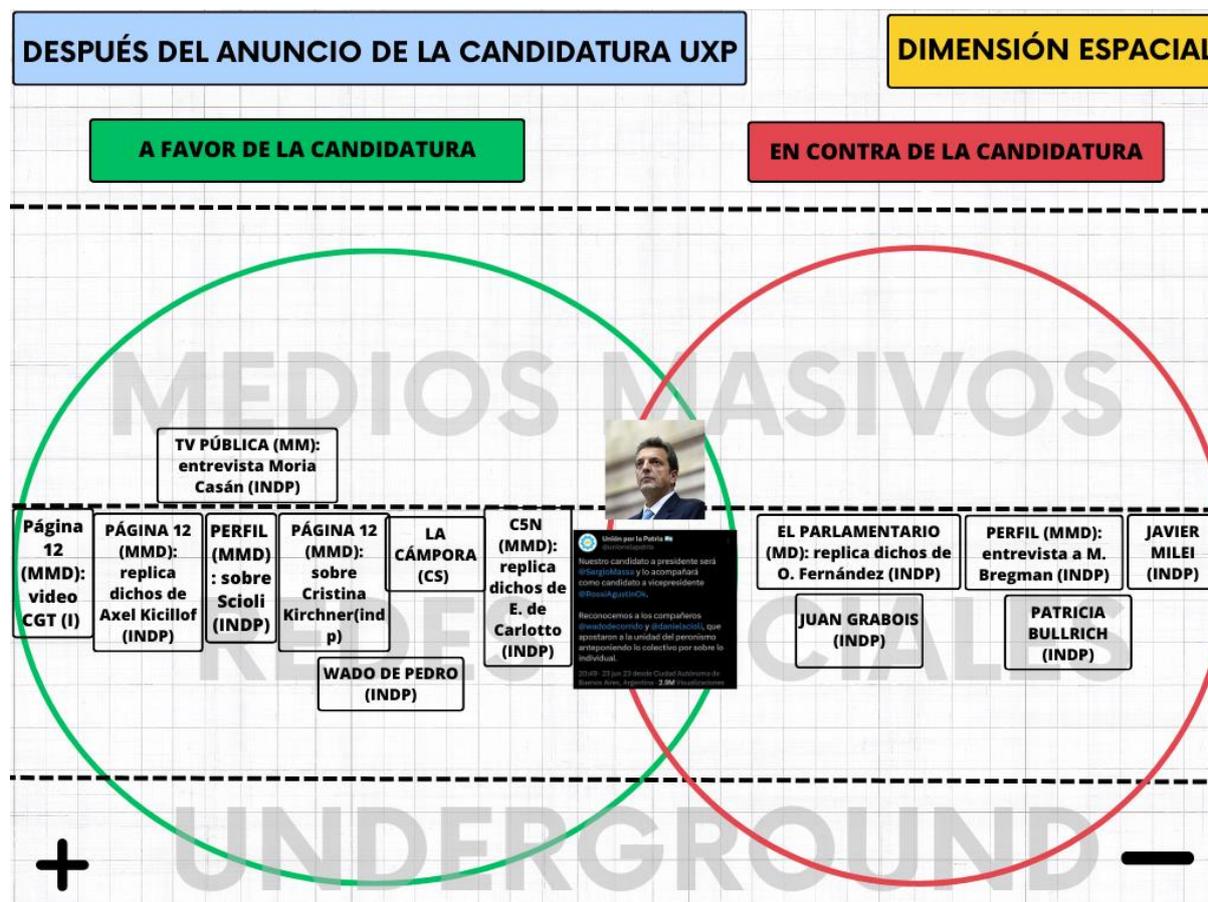


GRÁFICO 8

El discurso alrededor del cual se posicionan los enunciadores en nuestro segundo gráfico es el tweet de “Unión por la Patria” donde se anuncia la fórmula de “unidad” Sergio Massa - Agustín Rossi, publicado el 23 de junio de 2023. Este discurso genera una ruptura, divide aguas y conforma dos grandes esferas: a favor y en contra de la candidatura a Presidente del actual Ministro de Economía.

A favor encontramos a Daniel Scioli (INDP) y Eduardo “Wado” de Pedro, quienes aceptaron declinar su precandidatura en pos de la lista de unidad encabezada por el Ministro de Economía. En el caso de Scioli, nos basamos en una nota publicada por “Perfil” (MMD) el día 29 de junio de 2023, que retrata un encuentro con Massa en la sede del ministerio.

La relación entre estos dos dirigentes políticos fue históricamente tensa desde que Massa se alejó del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en el año 2013 para conformar el Frente Renovador, mientras Scioli se quedó en las filas del Frente para la Victoria y se

consolidó como el candidato a presidente de la Nación dentro del espacio para las elecciones de 2015. Un nuevo episodio de tensión tuvo lugar cuando, en julio de 2022, Massa asumió como ministro de Economía y absorbió las funciones del Ministerio de Desarrollo Productivo, por entonces encabezado por Scioli, quien dimitió para asumir como embajador en Brasil.

Respecto a “Wado”, elegimos un discurso que él mismo publicó en su cuenta oficial de Twitter el día que se anunció la fórmula oficial de UxP. En el mismo agradeció el apoyo de los militantes y dirigentes que lo acompañaron, a la vez que expresó la declinación de su candidatura y el apoyo a la fórmula Massa-Rossi. Este gesto adquiere una connotación especial al tratarse de una de las máximas figuras de La Cámpora, organización que mantuvo una relación conflictiva con Sergio Massa cuando éste abandon  las filas del Frente para la Victoria y prometer, en un acto de campaña, “barrer a los ñoquis de La Cámpora”.

Estela de Carlotto (INDP), referente de colectivos por los DDHH, expresó su preferencia por el ex-precandidato y militante de H.I.J.O.S (CS), al mismo tiempo que manifestó un respaldo hacia el candidato electo por la fuerza política, de acuerdo a la nota que publica C5N (MMD) el 27 de junio.

El anuncio ocasionó una reacción similar en la agrupación política “La Cámpora” (CS) y el “Movimiento Evita” (CS), quienes no tardaron en apoyar al nuevo líder. La Cámpora se expresó a través de uno de sus dirigentes más importantes, Andrés “El Cuervo” Larroque, quien manifestó: “No hay mucho por debatir y tenemos que ganar, muchos compañeros compartimos lo mismo”. Por su parte, el Movimiento Evita lanzó un comunicado donde destacaron el valor de la “unidad” y pidieron “no volver a los 90”. Para reflejar ambas posturas, tomamos la nota publicada por TN (MMD) el día 5 de julio.

Moria Cas n (INDP), figura reconocida en el mundo del espectáculo, declaró su aval a la candidatura de su yerno político Sergio Massa en la entrevista que dio para el programa “Desiguales” de la Televisión Pública (MM), emitido el 7 de agosto.

Por otro lado, la CGT no tard  en hacer circular un spot por Whatsapp (underground) en apoyo a Massa, en donde podemos identificar *formas nominalizadas* como “El Trabajo es la Patria”, que forman parte de los *componentes* del universo discursivo político, (Verón, 1987).

Englobado en color rojo, en contra de la candidatura, situamos a Juan Grabois (INDP). Este no sólo fue relegado al no ser consultado acerca de esta decisión, sino que el desplazamiento de su figura política por parte de su propia fuerza fue tal, que a pesar de ser un llamado a la lista única, se le dió luz verde para reanudar su carrera presidencial (declinada ante la supuesta candidatura de Wado de Pedro) al no ser considerada significativa.

El nuevamente precandidato expresó su disconformidad a través una carta publicada en su cuenta personal de Twitter el día 28 de junio. De acuerdo a este posteo, pudimos identificar como *condición de producción*, (Verón, 2013), la enunciación de la Vicepresidenta, quien utilizó anteriormente este formato de “Carta” en varias de sus publicaciones.

Por otro lado, Ofelia Fernández (INDP) también se valió de las redes sociales para hacer, nuevamente, un respaldo a Juan Grabois, de acuerdo a la nota publicada por “El Parlamentario” (MD) el 03 de agosto, en relación a los dichos de la ex-legisladora de CABA. También hubo manifestaciones de disconformidad provenientes de enunciadores externos a “Unión por la Patria”.

Patricia Bullrich (INDP) con un tono sarcástico, *“proponiendo una enunciación cómplice y lúdica con su electorado”* (Fratlicelli, 2022), estableció una metáfora fulminante hacia el Ministro de Economía a través de su cuenta oficial de Twitter, el 24 de junio: “El incendiario se postula como bombero”.

Por la misma red social lo hizo el candidato de “La Libertad Avanza”, Javier Milei (INDP), con un discurso enfocado en el contradestinatario *“De un lado Massa. Del otro Larreta. Las dos caras de la misma moneda. La garantía de que nada cambie. Una Argentina distinta es imposible con los mismos de siempre. VIVA LA LIBERTAD CARAJO”*, posteo el día 23 de junio. El discurso de Myriam Bregman, por último, emprendió también contra los tres precandidatos, de acuerdo a la nota que publica “Perfil” (MMD) el día 29 de junio. En la misma, ella apunta contra la coalición peronista, a pesar de tener una mayor cercanía ideológica al dirigente social y entonces precandidato Juan Grabois.

Este análisis espacial nos permitió identificar que a través de un discurso determinado, el tweet que anuncia la fórmula presidencial oficial de “Unión por la Patria”, se puede abrir el juego hacia las diferentes posturas de los enunciadores pertenecientes al entorno político y social. Elegimos este recorte por el impacto que tuvo la elección del actual Ministro de Economía como candidato a Presidente de la Nación.

Antes de que el foco de interés estuviese puesto en Sergio Massa, tanto la oposición como el oficialismo tenían su mirada en tres posibles precandidatos: Daniel Scioli, Juan Grabois y Eduardo De Pedro. Por eso, al no esperarse el anuncio de Massa como candidato principal, esta noticia genera un notorio movimiento de los actores involucrados en nuestro análisis discursivo espacial.

Los gráficos nos facilitaron la posibilidad de dar cuenta de estas modificaciones en los posicionamientos y funcionaron como una herramienta para el análisis de la representación de las condiciones de producción de los cambios en el posicionamiento de los enunciadores en

cada caso, colectivo social y/o institución mediática. Allí se evidencian los movimientos de los distintos actores sociales.

Massa tuvo un mayor apoyo político positivo que en contra, se dejó de lado lo dicho en el pasado y comenzó a generar su figura presidencial teniendo como grandes aliados a Cristina Fernández de Kirchner (actual Vicepresidenta), los gremios y colectivos sociales como La Cámpora y Abuelas de Plaza de Mayo.

Los enunciadores más cercanos a la candidatura de “Wado” tomaron una postura de respaldo hacia la fórmula elegida por la fuerza política, aunque con menor cercanía de la que tenían con su propio candidato. Por otro lado, Scioli también tuvo una respuesta que responde a un sentido de organicidad con su partido político, declinando su candidatura y formando parte, al igual que De Pedro, del equipo de campaña de “Unión por la Patria”.

En cambio, el ala política de Juan Grabois mostró un rechazo por la decisión de Massa como candidato a unidad, y se lanzó nuevamente a la carrera con una clara oposición. Esto generó que su enunciación se trasladara a una de mayor cercanía con la oposición, tanto con Patricia Bullrich como con Javier Milei y Myriam Bregman.

Conclusiones

A lo largo de nuestro caso de estudio se evidencia una transformación entre el discurso de origen y el del último período de análisis. En el inicio de la campaña podemos observar un discurso mayoritariamente dirigido a su prodestinatario y los colectivos de identificación con los que mantiene una relación de inclusión.

Estos colectivos propios del espacio político se mostraban, al comienzo, reticentes a la candidatura de Sergio Massa, con quien habían mantenido confrontaciones en el pasado. Por este motivo, el candidato tuvo que enfocar la primera parte de la campaña para conquistar a este núcleo duro, y así pudo lograr un mayor apoyo político popular, dado que se dejaron de lado sus dichos del pasado y pudo comenzar a construir su figura presidencial teniendo como grandes aliados a Cristina Fernández de Kirchner (actual Vicepresidenta), los gremios y colectivos sociales como La Cámpora y Abuelas de Plaza de Mayo.

En el búnker de Unión por la Patria, luego de conocerse el resultado de las PASO, se da un momento de quiebre en la discursividad de Sergio Massa. Podemos ver un cambio en la dirección de la circulación discursiva en su enunciación.

En el primer momento de la campaña, visible en la primera unidad temática, el ganador de la interna no tiene tan en cuenta a la oposición como un adversario amenazante y

competitivo; en cambio, en la segunda unidad, este otro negativo pasa a convertirse en un foco de atención al ser considerado un oponente del orden de lo posible. Este cambio de dirección discursiva marcó el inicio de una fuerte transformación en la estrategia de la enunciación política del candidato, la cual excede nuestro período de análisis.

Las modalidades que construye Segio Massa como enunciador político en su relación con las entidades del imaginario (Verón, 1987) tiene un componente predominante que se puede identificar como prescriptivo, dado que en la mayoría de sus discursos podemos ver como hace énfasis en el orden del deber, de lo que debería hacer un gobierno y de lo que sería mejor para nuestro país. En esta operación, trascendiendo su identidad político-partidaria, el candidato de Unión por la Patria busca deslindarse de los discursos polarizadores prevalecientes en la escena política, es decir, la famosa “grieta”. Para lograr esto, es necesario identificarse con un colectivo que pueda ser más abarcativo, que no sólo convoque a los propios y que sea difícilmente fraccionable, por eso la identificación con el *meta colectivo singular* “Nación Argentina”. A partir de allí, retoma un sentido central en su discurso de origen: el de la Unión. También, podemos encontrar cierto sentido programático cuando se refiere a “*Comprometernos a que el próximo Gobierno no sea solamente de unidad de una coalición, sino de Unidad Nacional*”. La construcción de una unidad no solamente con los propios, sino también con referentes de otras fuerzas políticas opositoras, para trabajar en conjunto con el mero objetivo de trabajar para el beneficio de todos los argentinos. Esto es logrado por Massa al trasladar a todos sus enunciatarios a unificarse en el metacolectivo anteriormente mencionado.

Es por esto que creemos que dado que no es una coincidencia que el nuevo nombre de la coalición sea “Unión por la Patria”, la forma nominalizada “Unidad Nacional” describe esta nueva dirección discursiva a la que se apunta.

También podemos ver distintas caracterizaciones en la enunciación de Juan Grabois. Desde su ala política mostró un rechazo por la decisión de Massa como candidato a unidad y se lanzó nuevamente a la carrera con una clara oposición. Durante el período en el que se desarrolló la interna, podemos ver tanto a él en su discursividad, como a las distintas enunciaciones de su colectivo de identificación intentando confrontar directamente con el ministro de economía, siendo el mayor impulsor del enfrentamiento. Massa, sin embargo, no encuentra en el dirigente un adversario relevante, en ningún momento lo reconoce ni le responde; construye su discursividad sin darle mayor entidad. Después de las PASO, ocurre una destacada transformación en el discurso del dirigente social, este experimentó un cambio drástico en su enunciación, brindando un fuerte respaldo a Massa y considerándolo la única

opción viable para liderar el país. Este cambio de dirección discursiva se lee en clave de cierto sentido de organicidad hacia su coalición política, tanto como en una identificación de un adversario mayor y conjunto, que surge del reconocimiento del resultado de las primarias.

A lo largo de nuestro análisis queda al descubierto el estatuto de Grabois tanto en su rol dentro de Unión por la Patria como en su estatuto de enunciación. Mientras que la cuenta oficial de Unión por la Patria publicó únicamente discursos en apoyo y consonancia con la campaña de Massa, su contrincante tuvo que conformarse con utilizar sus redes personales o crear nuevas. Además, podemos ver una predominancia del uso de las redes sociales como medio privilegiado para la campaña. Mientras Massa tuvo mayores momentos de contacto tanto en medios masivos, como en medios masivos digitales, el candidato de la Argentina Humana manejó su enunciación fundamentalmente en el sistema de redes sociales.

También, hemos identificado la implementación de metáforas en el discurso político, observando cómo se traslada al ámbito deportivo, con analogías relacionadas al fútbol. Recordemos que Argentina se consagró campeona del mundo en fútbol masculino en diciembre de 2022. El año siguiente, nos encontramos en medio de las elecciones presidenciales y qué mejor manera de conectar con el pueblo argentino que a través de un tema que le brindó tanta alegría a nuestra sociedad, uniendo a la Nación como pocas veces antes. Citando expresiones típicas del ámbito futbolero, escuchamos en los discursos de Massa frases como "Hay que salir a buscar el resultado en el primer tiempo" o "¡Vamos a dar la vuelta!", utilizadas para celebrar una elección exitosa y festejar juntxs.

Correo electrónico de lxs integrantes del grupo:

Luna Alvarenga: sa.luna.alvarenga@gmail.com

Berenice Correa: berenicemarielcorrea@gmail.com

Javier Di Prizito: javierdiprizito@gmail.com

Nicolás Márquez Reartes: nicolasemarquezr@gmail.com

Santiago Monasterio: santiagomonasterio85@gmail.com

Malena Smith: smithmalena2@gmail.com

Magalí Vergara: maga.vergara1@gmail.com

Ramiro Vicino: ramirovicino@outlook.com

Links de acceso a los discursos seleccionados:

Gráfico 1: “Unión por la Patria: Massa-Rossi”

- [Unión por la Patria. @unionxlapatria \(23 de junio de 2023\) "Unión por la Patria tiene lista de UNIDAD. Por responsabilidad institucional, política y social, nuestro espacio ha decidido conformar una lista de unidad que nos representará en las próximas elecciones.". Twitter.](#)
- [Juan Grabois. @JuanGrabois \(28 de junio de 2023\) "A los compañeros, compañeras y quien pueda interesarle:...". Twitter.](#)
- [Juan Grabois. @juangrabois \(8 de julio de 2023\) "Seamos fieles a nuestra historia.". Instagram](#)
- [Ofelia Fernández. @ofefernandez \(8 de julio de 2023\) "SE VIENE LA EPICAAAAAA". Instagram](#)
- [Unión por la Patria. @unionporlapatria \(8 de julio de 2023\) "La Patria sos vos. Vamos a defenderla. #UniónPorLaPatria AR". Instagram](#)
- [Unión por la Patria. @unionxlapatria \(11 de julio de 2023\) "Unión para defender lo que es nuestro y conquistar nuevos derechos. AR" Instagram](#)
- [Unión por la Patria. @unionxlapatria \(22 de julio de 2023\) "Apostar a la industria nacional y..." Instagram](#)
- [Crónica TV. \(24 de julio de 2023\) Sergio Massa en La Rural: "Estamos frente a la peor sequía en 100 años". YouTube](#)
- [Juan Grabois. @JuanGrabois \(25 de julio de 2023\) "Ayer algunos candidatos fueron a dar examen a "La Rural"...". Twitter](#)
- [Urgente 24. \(24 de julio de 2023\) Massa: "Córdoba enseña que una elección se gana militando"". \[www.urgente24.com\]\(http://www.urgente24.com\)](#)
- [Unión por la Patria. @unionxlapatria \(24 de julio de 2023\) "Tenemos coraje para hacernos cargo de las transformaciones del futuro. #UnionPorLaPatria #Massa #Politica #Argentina". Tik Tok](#)
- [Agrupación Eva Perón Juventud. \(12 de agosto de 2023\) "Buenas noches compañerxs! ❤️AR...". \[WhatsApp\]\(#\)](#)

Gráfico 2: “Elecciones 2023: las PASO”

- [CNN Español. \(13 de agosto de 2023\) "Así votaron los candidatos de Unión por la Patria: ¿qué dijeron?". \[www.cnnspanol.cnn.com\]\(http://www.cnnspanol.cnn.com\)](#)
- [Página 12. \(14 de agosto de 2023\) "Resultados finales Elecciones 2023: mapa electoral con los datos del](#)

[escrutinio provisorio". www.pagina12.com.ar](http://www.pagina12.com.ar)

- [El País. \(14 de agosto de 2023\) "Sergio Massa llama a la remontada del peronismo: "Tenemos 60 días para dar la vuelta"". www.elpais.com](http://www.elpais.com)
- [Ámbito Financiero. \(14 de agosto de 2023\) "Axel Kicillof en el búnker de UP: "El futuro no se construye con ajuste, sierra o dinamita"". www.ambito.com](http://www.ambito.com)
- [Página 12. \(14 de agosto de 2023\) "Agustín Rossi advirtió sobre el peligro que representa Milei". www.pagina12.com.ar](http://www.pagina12.com.ar)
- [Juan Grabois. @JuanGrabois \(15 de agosto de 2023\) "REFLEXIÓN POSTPASO...". Twitter](https://twitter.com/JuanGrabois)
- [Fran. @franpierna \(16 de agosto de 2023\) "Buenass. Una poesía?" Twitter](https://twitter.com/franpierna)

Bibliografía:

- Carlón, Mario (2016). *“Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón”*, en Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación social.
- Fraticelli, Damián (2022), *El Humor Hipermediático “Una nueva era de la mediatización reidera”*.
- Jenkins, Henry (2008). *"En busca del unicornio de papel: Matrix y la narrativa transmediática"* en Convergencia Cultural. La Convergencia en los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Scolari, Carlos (2013). *“¿Cómo se producen las narrativas transmedia?”*, en Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.
- Verón, Eliseo (1987). *“El sentido como producción discursiva”*, en La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, Eliseo (1987). *“La palabra adversativa”* en El discurso político. Buenos Aires, Hachette.
- Verón, Eliseo (2001 [1984]). *“El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica”*, en El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Norma.

- Verón, Eliseo (2013). “*Lógicas sistémicas sociales y socio individuales*”, en *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Gedisa.

- Verón, Eliseo (2013), *Ciclos De Vida*. La Semiosis Social, 2. CABA. Editorial Paidós.