Question
Periodismo / Comunicación
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-Compartir Igual
4.0 Internacional

El caso #Nisman en Twitter y el ascenso de la «nueva» derecha
Florencia Prego
Question/Cuestión, Nro.77, Vol.3, Abril 2024
ISSN: 1669-6581
URL de la Revista: https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/
IICom -FPyCS -UNLP
DOI: https://doi.org/10.24215/16696581e864

El caso #Nisman en Twitter y el ascenso de la «nueva» derecha

The #Nisman case on Twitter and the rise of the «new» right

Florencia Prego
IEALC; Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires/Facultad de Periodismo y Comunicación Social; Universidad Nacional de La Plata.
Argentina
prego.florencia@gmail.com

Resumen

La propuesta del trabajo es analizar la construcción del caso #Nisman en Twitter a los efectos de identificar las narrativas a las que apelaron los y las representantes de las fuerzas de derecha para erosionar la legitimidad política del kirchnerismo y crear las condiciones para la victoria político-electoral del partido Propuesta Republicana (PRO) y la Alianza Cambiemos. El objetivo será analizar la construcción de discursividades políticas en las publicaciones de Twitter, identificar ejes y núcleos temáticos, y el modo de interpelación a los distintos destinatarios.

Palabras clave: PRO; Alianza Cambiemos; derechas; Nisman; Twitter.

Abstract

The proposal of the work is to analyze the construction of the #Nisman case on Twitter in order to identify the narratives to which the representatives of the right-wing forces appealed to erode the political legitimacy of kirchnerism and create the conditions for political victory. electoral party of the Republican Proposal (PRO) party and the Cambiemos Alliance. The objective will be to analyze the construction of political discursivities in Twitter publications, identify thematic axes and nuclei, and the way of addressing the different recipients.

Keywords: PRO; Cambiemos Alliance; right; Nisman; Twitter.

Introducción

Las nuevas tecnologías han generado discusiones y reflexiones sobre las transformaciones que suponen para el proceso democrático ante la irrupción de nuevas prácticas y nuevos modos del hacer y decir de la política. De este modo, impactan tanto en la forma que los líderes políticos utilizan estos nuevos medios -dado que los discursos que surgen en las redes sociales están en interacción constante con contenidos y lógicas de los medios de comunicación y con la ciudadanía-; como así también en la forma en la que la ciudadanía accede al espacio público -ya que participa y genera movilización social articuladas en el espacio público de internet sin los periodistas como intermediarios- (Slimovich, 2016; 2018).

En efecto, el mundo político contemporáneo está mediatizado tanto por los modos de hacer política en los medios de comunicación como en los medios con base a internet, lo que plantea nuevas formas de vinculación entre la lógica mediática y la lógica política y los consecuentes debates en torno al grado de preminencia o influencia que tiene la *media logic*. En función de la propuesta del presente trabajo, es preciso enmarcar la reconfiguración de las "nuevas" derechas del siglo XXI en el seno de sociedades hipermediatizadas donde las prácticas políticas son influenciadas por las nuevas condiciones de circulación de discurso del sistema de medios masivos y el sistema de medios con base en internet, postulando nuevas relaciones entre gobernantes y gobernados, y nuevos desafíos para pensar las formas de la democracia.

A fines del siglo XX y principios del siglo XXI en el marco de la crisis del paradigma neoliberal se produjo la emergencia de gobiernos de izquierda, progresistas y/o nacional-populares a nivel regional. En este contexto, las fuerzas de derecha -tanto las que se mantuvieron en la dirección de los gobiernos como así también las que pasaron a la oposición- se vieron condicionadas y compelidas a reconfigurar sus estrategias políticas (tanto electorales como no electorales), sus

prácticas, discursos y lenguajes. Dado su pragmatismo, fueron lectoras privilegiadas del cambio de época.

En el caso argentino, la crisis del 2001 sentó las condiciones para el nacimiento del PRO[1] en un escenario donde imperaba el descrédito generalizado hacia la política y los políticos. Este entramado partidario buscaba diferenciarse de la política tradicional proponiendo una nueva y renovada forma de hacer política. Su principal referente, el empresario Mauricio Macri, se postulaba como un *outsider* figura que, en este contexto, le otorgaba legitimidad. De este modo, con nuevos y viejos actores que se fueron sumando a este nuevo proyecto, el PRO comenzó a consolidarse en la Ciudad de Buenos Aires donde Macri asumió como jefe de Gobierno en el 2007 y, finalmente, logró convertirse en una alternativa electoral a nivel nacional. Mauricio Macri, a través de la Alianza Cambiemos (integrada por el PRO, la Unión Cívica Radical y la Coalición Cívica) ganó con un 51,34% de los votos tras un ciclo de 12 años de kirchnerismo (2003-2015).

Partiendo de esta premisa, nos interesa analizar la construcción de la narrativa del caso #Nisman en Twitter por parte de la «nueva» derecha, expresada en el PRO y la Alianza Cambiemos, como estrategia para erosionar la legitimidad política del kirchnerismo (y construir la propia) que posibilitó, entre otros factores, la victoria electoral en el 2015.

La unidad de análisis de nuestro trabajo serán las publicaciones de Twitter en torno al caso #Nisman de los principales candidatos presidenciales y referentes políticos de la oposición. Para ello, distinguimos tres etapas.

La primera de ellas, remite al momento en que el fiscal Alberto Nisman -a cargo de la UFI AMIA- presentó la denuncia del Memorándum de entendimiento con Irán el 14 de enero del 2015. El escenario elegido para acusar a la por entonces presidenta de la Nación, Cristina Fernández, por el encubrimiento del atentado a la AMIA fue un set de televisión. En vivo y en directo por TN (y en prime-time) presentó los argumentos de su denuncia, y señaló a los involucrados e imputados, todos elementos desconocidos hasta el momento.

La segunda etapa comenzó el 18 de enero de 2015 con la muerte Nisman. El fiscal, tras su presentación en TN, había sido convocado por la diputada nacional Patricia Bullrich al Congreso de la Nación para que explique e informe a los parlamentarios las razones y

[1] Su anterior denominación fue Compromiso para el Cambio, pero a los fines explicativos decidimos usar Propuesta Republicana (PRO) para todo el periodo.

fundamentos de la denuncia, ante la Comisión de Asuntos Legislativos. Sin embargo, esto no pudo concretarse ya que la noche anterior apareció muerto en su departamento de Puerto Madero. A partir de su muerte, una concatenación de hipótesis y teorías conspirativas irrumpen y atraviesan a la opinión pública.

La tercera etapa finalmente, la identificamos al mes de su muerte -el 18 de febrero de 2015- a partir de la convocatoria promovida por jueces y fiscales, y dirigentes políticos. Una marcha en homenaje al fiscal Nisman de la que participó prácticamente la totalidad del arco opositor (desde Mauricio Macri y Sergio Massa a Pino Solanas).

El objetivo será analizar la forma de construcción de discursividades políticas en las publicaciones de Twitter, identificar ejes y núcleos temáticos y el modo de interpelación a los distintos destinatarios con el fin de diferenciar las publicaciones según se trate de paradestinatario, prodestinatario o contradestinatario que tomamos de la teoría veroniana.

La red social Twitter es adepta al conflicto y a la agresión política; busca maximizar el impacto a partir de argumentos en un espacio extraordinariamente limitado, combinando la agresión, el humor y el sarcasmo (Calvo, 2015, pp. 34 y 35). Aparecen argumentaciones lógicas en forma de brevedad: microargumentaciones condensadas de sentidos que cruzan distintos medios y redes, y apuntan a convencer a los ciudadanos indecisos (“microentinemas pildorizados”) (Slimovich, 2017, p.38).

El uso Twitter permite identificar diferentes procesos. El proceso de segregación a partir del empleo de la información sobre los *fav* y los *retuits* que se producen y permite identificar el perfil de cada usuario y asignarle publicaciones similares. Esto genera un mecanismo de distribución de información segregado que le devuelve a cada usuario un mapa del mundo en el que sus ideas siempre son las de la mayoría. Le sigue el proceso de polarización donde, en función de las narrativas, se agrupan determinadas comunidades de interés e información configurando «geografías discursivas» (Calvo, 2015). Sin embargo, un proceso no se explica sin el otro: la polarización no puede desvincularse de la segregación ya que es el resultado de la oferta de información que los grupos de votantes tienen a su disposición. En tercer lugar, la red social Twitter facilita el proceso de concentración debido a que la información política se reduce a un número pequeño de usuarios cuyos mensajes son retuiteados masivamente; la homogenización al retuitear información hacia el interior de una comunidad política; y la jerarquización que evidencia la selectividad de los usuarios respecto a la información que

retuitea y a quiénes sigue (donde seguir a alguien o ser seguido implican distintos tipos de relación) (Calvo, 2015).

Twitter opera como una nueva esfera pública donde la ciudadanía opina; un foro político, social y cultural donde la información que recibimos es un eco de nuestros propios prejuicios y nuestras propias creencias y refleja nuestro mundo social y nuestras preferencias previas (Calvo, 2015, p.15): «las redes sociales pueden establecer foros públicos y privados, pero no se caracterizan por establecer una comunicación colectiva para toda la sociedad, sino que más bien crean asociaciones de personas que comparten intereses u opiniones comunes» (Hjarvard, 2016, p. 244).

Para poder llevar adelante nuestro análisis, tomaremos los tuits de los candidatos presidenciales y los referentes políticos de las fuerzas de derecha nacional y, en efecto, opositores al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en torno al caso #Nisman.

Un aporte en clave teórica

La política contemporánea y la circulación de los discursos políticos se ha alterado ante la evidencia de un doble fenómeno: por un lado, la crisis de los medios masivos y, por otro lado, la emergencia de espacios digitales. En efecto, el mundo político contemporáneo está mediatizado tanto por lo modos de hacer política en los medios masivos de comunicación como en los medios con base en internet. En función de los objetivos propuestos en el presente trabajo, el marco teórico se estructura en tres apartados: los aportes teóricos sobre la mediatización política; los discursos políticos desde la teoría veroniana; y los elementos analíticos que hacen a la problematización en torno a las derechas y nuevas derechas en América Latina.

Las teorías de la mediatización de la política se fueron reactualizando en función de los hechos señalados. Tanto la propuesta por Eliseo Verón como por la corriente anglosajona (Mazzoleni y Schulz, Stromback, Hjarvard) problematizan el vínculo entre la lógica política y la lógica mediática, y, particularmente, el grado de preminencia y/o influencia que ejerce la «*media logic*» tanto en la política como en otras esferas de la sociedad.

Verón concibe la mediatización de lo político como una interfaz con lo informativo/periodístico: el supuesto teórico es que los discursos de los/as candidatos/as y gobernantes surgen en los medios tradicionales siempre en interacción con los discursos informativos/periodísticos y sus lógicas (Slimovich, 2021). De acuerdo con su teoría, distingue entre sociedad mediática –donde

las prácticas políticas se ven influenciadas por los medios- y sociedad mediatizada –donde los medios se asumen como capaces de construir realidad y las prácticas políticas se estructuran en función de las lógicas de los medios masivos-. Tempranamente (década del ochenta) Verón advierte el lugar destacado que ocupan los medios y la influencia de la lógica mediática en los procesos sociales, políticos, culturales y económicos (Slimovich, 2021).

Siguiendo esta línea de análisis, se puede reconocer un tercer tipo de sociedad en el mundo contemporáneo, la hipermediatizada (Carlón, 2015, citado en Slimovich, 2021) que expone nuevos fenómenos en función de la relación entre el sistema de medios masivos y el sistema de medios con base en internet, y cómo las prácticas políticas se ven influenciadas por estas nuevas condiciones de circulación de discurso. En efecto, las sociedades hipermediatizadas postulan nuevas relaciones entre gobernantes y gobernados, y permiten pensar las nuevas formas de la democracia.

La corriente anglosajona, con sus matices, hacen un gran aporte teórico en torno a la mediatización. Incluso, ha buscado indagar en los contenidos políticos de las redes sociales, así como en los modos de relación entre los políticos, los ciudadanos, los periodistas, y sus discursos en los nuevos medios (Slimovich, 2017).

Hjarvard (2016) distingue entre mediación y mediatización, dos conceptos distintos pero interrelacionados. De este modo, entiende la mediación como aquellos medios que son elegidos para comunicarse e interactuar (por ejemplo, cuando un político elige mediar su comunicación a través de una conferencia de prensa o un tuit) siendo la elección del canal de mediación un factor condicionante para la forma y el contenido del mensaje, así como para quién puede participar en el acto de comunicación. En síntesis, la mediación es la forma en que distintos medios pueden influenciar el contenido y la interacción entre emisores y receptores. Sin embargo, esto no influye en el funcionamiento de la institución política ni en la relación de la política con los medios de comunicación, la cultura y la sociedad (Hjarvard, 2016). Mientras que, la mediatización de la política, atañe a los cambios estructurales que se producen a largo plazo entre la política y los medios de comunicación conllevando a la reconfiguración de la relación con las instituciones intervinientes y creando nuevas condiciones para la comunicación y la interacción. Se trata de cambios culturales de largo plazo, donde la lógica de los medios influye en la cultura y la sociedad (Hjarvard, 2016). Hjarvard (2016) define la lógica mediática como los procedimientos convencionalizados que caracterizan a los medios de comunicación,

como el uso de ciertos criterios de noticiabilidad en los medios periodísticos y el empleo de formas narrativas. De acuerdo con su perspectiva, los medios son parte integrante del funcionamiento de otras esferas de la vida social y una condición estructural de las prácticas sociales.

Mazzoleni y Schulz (1999) y Stromback (2008) abordan la mediatización con relación al proceso histórico de constitución de los medios masivos de comunicación y a sus modos de influencia, en el marco de las democracias occidentales. Mazzoleni y Schulz sostienen que las instituciones políticas están siendo configuradas por los medios masivos de comunicación, pero mantienen el control de los procesos políticos y sus funciones. De este modo, se alejan de la posición más crítica que plantea un apoderamiento de las instituciones políticas por parte de las instituciones mediáticas. Los autores no creen que haya una democracia dominada por los medios, ya que no es total el predominio de la lógica mediática sobre la lógica política, sino que hay patrones que los protegen de la influencia excesiva del otro.

Schulz (2014) se pregunta si las nociones anglosajonas generadas para teorizar sobre la mediatización en los medios masivos son pasibles de aplicar en el mundo contemporáneo y busca mostrar que, dada las características de los nuevos medios, pueden ser usados por los ciudadanos individuales y por los movimientos sociales para expresar opiniones, movilizar protestas, organizar acciones colectivas, así como también otro tipo de acciones ligadas solo a espacios virtuales. Incluso pueden ser herramientas para la ejecución de acciones negativas para la democracia (Slimovich, 2017).

Strömbäck (2008) aborda el proceso de mediatización de la política identificando cuatro fases. En la primera fase, los medios constituyen la fuente más importante de información sobre la política y se convierte en un lazo de interacción entre los ciudadanos y las instituciones políticas. Se centra en el rol de intermediarios de los medios tradicionales: los medios median (Slimovich, 2021). En la segunda fase, los medios se vuelven más independientes de las instituciones políticas en paralelo a un proceso de profesionalización del periodismo.

La tercera fase, remite al grado en que el contenido de los medios se rige por la lógica política o la lógica mediática. Los medios son de una importancia tal que ningún actor social que requiera la interacción con el público o que pretenda ejercer cierta influencia en la opinión pública puede ignorar a los medios o asumir el costo de no adaptarse a la lógica mediática (Strömbäck, 2008, citado en Slimovich, 2021). Es decir, los actores políticos tienen que

adaptarse a los medios de comunicación: los líderes políticos, sus discursos y sus acciones se adaptan a la lógica mediática (tanto a los criterios de noticiabilidad como los géneros del discurso periodístico). Por último, la cuarta fase se centra en los actores políticos y en el grado en que son gobernados por la lógica política o por la lógica mediática. En este caso, los actores políticos no se adaptan a la lógica mediática, sino que la internalizan; absorben hábitos y convenciones mediáticas (Slimovich, 2021). Estas cuatro dimensiones no deben comprenderse como un proceso lineal, sino que se producen en distintas velocidades de acuerdo a los países como a las fuerzas, los actores y las instituciones involucradas.

En relación con el segundo apartado de nuestro marco teórico, retomamos la teoría de los discursos sociales de Verón, y en particular del discurso político, permite reconocer y problematizar la vinculación de la enunciación política con la construcción del adversario a partir de la identificación de los distintos destinatarios (contradestinatario, prodestinatario y paradestinatario) y la apelación discursividades que pueden o no ser reales (Verón, 1986, citado en Slimovich, 2016, 2017).

El contradestinatario expone la relación entre el enunciador y el destinatario negativo. Aquí se produce una inversión de la creencia: lo que es verdadero para uno es falso para el otro y viceversa. Se trata de un sujeto excluido del colectivo de identificación. El prodestinatario en cambio, construye otro positivo. Se pueden identificar creencias compartidas con el enunciador: mismas ideas, mismos objetivos, mismos valores (el nosotros inclusivo). Por último, el paradestinatario, aquel sujeto que está “fuera de juego”, que no está convencido, siendo la relación entre las posiciones enunciativas la suspensión de la creencia. De este modo, el discurso político no puede desacoplarse de la construcción del adversario. Se caracteriza por esta triple destinación y compele a las fuerzas políticas y sus representantes a construir nuevas formas de interpelación al destinatario político. Esto será clave para emprender nuestro análisis de caso.

El caso #Nisman

Para realizar este abordaje empírico, partimos de la identificación de tres etapas: en primer lugar, la presentación de la denuncia de Alberto Nisman (14 de enero de 2015); en segundo lugar, la muerte del fiscal (18 de enero de 2015); y, en tercer lugar, la marcha del silencio realizada a un mes de su muerte (18 de febrero de 2015). El objetivo será analizar la forma de

construcción de discursividades políticas en las publicaciones de Twitter, identificar ejes y núcleos temáticos, y el modo de interpelación a los distintos destinatarios. La hipótesis que guía nuestro análisis es que la construcción de las narrativas de la derecha en torno al caso #Nisman en Twitter y el impacto que tuvo en determinada comunidad política, lograron condicionar el proceso electoral presidencial posibilitando la llegada al gobierno del PRO y la Alianza Cambiemos.

El 14 de enero del 2015. La presentación de la denuncia

Cristina Fernández de Kirchner transitaba su último año de gobierno. El escenario político electoral estaba teñido por un proceso de polarización creciente donde las fuerzas políticas opositoras comenzaban a diseñar sus estrategias electorales y no electorales para lograr hacerse del poder político en las presidenciales del 2015. El PRO se postulaba como uno de los principales espacios políticos, aunque no el único, para lograr el desplazamiento del kirchnerismo del gobierno.

En este marco, el 14 de enero del 2015, en plena feria judicial, el fiscal Alberto Nisman a cargo de la UFI-AMIA, presentó una denuncia contra Cristina Fernández de Kirchner, funcionarios y dirigentes políticos, conocida como la causa del "Memorándum de entendimiento con Irán".

El Memorándum había sido firmado por los dos países el 27 de enero del 2013 con el objetivo de poder tomar declaración a los iraníes acusados por el atentado contra la AMIA por parte de un juez argentino. El diagnóstico del gobierno era que la causa estaba estancada dado que en nuestro país no se permite el juicio en ausencia. El Memorándum requería de la aprobación parlamentaria de ambos países, algo que se logró rápidamente en el nuestro mientras que en Irán nunca fue tratado. Esto acuerdo se enmarcó en un contexto internacional atravesado por las negociaciones nucleares de EEUU con Irán. De este modo, la firma del Memorándum implicaba un viraje en materia de política exterior que se alineaba con el G5 + 1. Finalmente, a mediados de 2014 fue declarado inconstitucional en nuestro país.

El fiscal Nisman presentó la denuncia en el programa de televisión "A dos voces" en Todo Noticias (TN), donde explicó los principales argumentos de la denuncia, identificó a los imputados, y expuso las supuestas pruebas que sustentaban la acusación. De lo que se trataba, le planteaba a los periodistas y a la audiencia, era de un plan de encubrimiento a los

iraníes a cambio de acuerdos comerciales con dicho país. La principal prueba era el pedido de baja de las alertas rojas de la Interpol, lo que fue desmentido por el secretario de dicho organismo, Ronald Noble. Retomando las fases de la mediatización política que identifica Stromback, podemos reconocer la tercera donde los actores políticos se adaptan a la lógica de los medios, tanto a los criterios de noticiabilidad como al discurso periodístico. Nisman optó por un set televisivo para presentar la denuncia -ni el Congreso de la Nación ni un ámbito judicial- no solo para lograr mayor alcance y masividad sino para ejercer cierta influencia en la opinión pública.

Las diputadas nacionales Patricia Bullrich y Laura Alonso, ambas pertenecientes al PRO, fueron una pieza clave para la presentación de la denuncia de Nisman. Es necesario recuperar sus intervenciones a los efectos de identificar las narrativas construidas con relación al caso #Nisman y problematizarlas en perspectiva comparada con quien era la principal referencia del partido, Mauricio Macri.

Bullrich incluso tuiteo el 24 de enero (2015) que el fiscal las había citado para informarles que había denunciado a la por entonces presidenta de la Nación: «Nisman nos citó @lauritalonso y a mi a la fiscalía para informarnos q había denunciado a Cristina y otros funcionarios x encubrimiento #AMIA». Tras la presentación de la denuncia en TN, el fiscal Nisman fue convocado por la diputada Patricia Bullrich a la Comisión de Legislación Penal del Congreso de la Nación.

Tras la presentación de la denuncia, Patricia Bullrich tuiteó:

La diputada apeló a un discurso de confrontación y enfrentamiento directo con la presidenta de la Nación acusándola de «alta» traición a la Patria. Esta figura penal fue a la que posteriormente apeló el juez federal Claudio Bonadío para lograr la reapertura de la causa.

Además, hizo referencia a los vínculos que por entonces tenía el gobierno argentino con la República Bolivariana de Venezuela e, implícitamente, a los acuerdos geopolíticos de dicho gobierno que suponía relaciones con otras potencias como la República Islámica de Irán.

La diputada Laura Alonso también asumió un tono confrontativo y sarcástico haciendo alusión a las declaraciones atribuidas por Eduardo Van der Kooy al por entonces jefe de Gabinete, Jorge Capitanich, sobre los intentos del periodismo por tapar con la denuncia de Nisman la cantidad de gente que estaba veraneando en la Costa Atlántica:

Esto fue denunciado y desmentido por Capitanich en una de las conferencias matutinas que daba como jefe de gabinete. Esta se recuerda en particular dado que, tras desmentir una noticia de Clarín (vinculada a la causa #Nisman y a sus supuestas declaraciones) rompió el diario frente a todos los periodistas. Sin embargo, la *fakenews* ya estaba en plena circulación. El tuit de la diputada es elocuente y nos permite observar cómo se propaga información falsa como forma de ejercicio del poder político con el objetivo de dañar al oponente y energizar al militante propio (Calvo y Aruguete, 2020).

Durante esta primera etapa fue mayor la intervención política y pública de los sectores opositores. Tanto Alonso como Bullrich construyeron discursos políticos teñidos por el conflicto, la agresión política y la confrontación directa. Esto es clave para analizar los distintos modos de interpelación a los internautas militantes fans que son aquellos sujetos que no sólo navegan las redes sociales, sino que producen discursos políticos a favor de un candidato, que pueden cambiarse la foto de perfil para apoyar a su político/a o usar un *hashtag* que es tendencia para mostrar su pertenencia partidaria (Slimovich, 2012).

Más allá de los distintos recursos retóricos a los que apelaron (agresión, humor, sarcasmo) se orientaron a reforzar la interacción con el prodestinatario y polemizar con el contradestinatario, y tendieron a la polarización del campo político e ideológico con el fin de socavar la legitimidad del gobierno.

El 18 de enero de 2015. La muerte de Nisman

El 19 de enero de 2015 Alberto Nisman había sido citado por Patricia Bullrich al Congreso. Sin embargo, a horas de la presentación se produjo su muerte. La noticia trascendió a partir de un tuit publicado por el periodista Damian Pachter quien, sin mayor detalle, dijo que se había producido un "incidente" en la casa de Nisman:

Con el transcurrir de las horas, el incidente devino en la muerte de Nisman transformándose en un punto de inflexión en la historia política del país: el fiscal que había denunciado a la presidenta había aparecido muerto. Las elucubraciones y las hipótesis iban desde un suicidio inducido a un asesinato por parte de un comando venezolano-iraní. Como plantea Van der Kooy: «En ámbitos de inteligencia, policiales y diplomáticos otra especulación parece tomar cuerpo. ¿Cuál sería? La de que un comando venezolano-iraní (con adiestramiento cubano) podría haberse cobrado la vida del fiscal. Aseguran que entrarían y saldrían del país con asiduidad y facilidades. Contarían con cierta logística doméstica» (Diario Clarín, 22 de febrero de 2015).

Patricia Bullrich fue parte de quienes promovieron estos discursos. La diputada publicó que el fiscal confiaba en la Comisión que ella misma presidía y que «no lo dejaron llegar» dejando entrever la vinculación de la muerte de Nisman y la denuncia, y la vinculación de los imputados en la denuncia en su muerte ¿Quién no lo dejó llegar a Nisman al Congreso? Empieza a construirse la trama en torno a su muerte, entre el suicido y el asesinato:

En el 2017 Patricia Bullrich, ya como ministra de Seguridad de la Nación, declaró: «Yo no puedo decir si lo mataron, pero acabo de ver una serie donde la mafia rusa agarra una persona, la sienta en una silla, le pone unos aparatos especiales, le pone la pistola así y una persona totalmente cubierta tira de un piolín y lo hace suicidar».

Por su parte, Elisa Carrió -diputada nacional por la Coalición Cívica-ARI- apeló a un estilo maniqueo entre mafia y República. La disputa era entre una mafia que atentaba contra los valores republicanos y era su tarea (o deber), como republicana, enfrentarlos. Carrió, quien competiría en la interna de la Alianza Cambiemos, construyó un discurso donde identificaba al otro como un enemigo. Incluso, planteaba esta polarización política expresada en estos dos campos, de cara a las elecciones presidenciales del 2015. Quien vota por el Frente para la Victoria, vota un gobierno de mafiosos, mientras quienes votan a su espacio político, eligen por la República. Se arroga la representación desde un discurso mesiánico:

Laura Alonso hizo referencia, en distintos tuits, a la presidenta de la Nación, sobre la que recaía principalmente sus acusaciones, como así también sobre Héctor Timerman, Andrés Larroque, Luis D'Elía, Fernando Esteche involucrados en la denuncia de Nisman, y Sergio Berni, Aníbal Fernández, César Milani, a quienes relacionaba con la muerte de Nisman. Además, parafraseando a Nisman, pone a la presidenta en el lugar de autora intelectual del encubrimiento. La idea de un grupo criminal que busca encubrir el atentado terrorista de la AMIA, empieza a ocupar un lugar preminente en los discursos opositores, sobre todo en aquellos que interpelan a los propios (prodestinatarios) y discute con los adversarios (contradestinatarios). De este modo, posibilitaba el proceso de homogenización como así también de polarización en Twitter. Sentencia con la frase «los partió al medio para siempre», como un lugar irreversible desde el cual no se vuelve:

Los ejes o núcleos temáticos entonces giraban en torno a la muerte de Nisman. Teorías con distintos niveles de conspiración que iban desde el suicidio y suicidio inducido, al asesinato. Esto en el marco de una investigación que era arduamente cuestionada desde la oposición y los medios de comunicación.

Sin embargo, quienes serían los candidatos presidenciales asumieron otro tipo de discurso en la red social Twitter con el objetivo de incidir o llegar a otras «geografías discursivas». El jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y fundador del PRO, Mauricio Macri, asumió otro tipo de discurso con el fin de interpelar otros sentidos. En efecto, tras la muerte del fiscal se expresó en Twitter:

Macri diluye al adversario. Su discurso se orienta a la persuasión del paradestinatario, hacia aquellos que no representan ni a los internautas militantes kirchneristas ni antikirchneristas. Un discurso basado en la lógica política donde se solidariza con la muerte del fiscal pide esclarecer lo sucedido en torno a su muerte y la continuidad de la investigación en torno a la denuncia presentada. No hace referencia ni apela a la confrontación directa con la presidenta de la Nación ni otros funcionarios de su gobierno; por el contrario, tiene un tono atenuado y no beligerante. Apela a las microargumentaciones lógicas de un candidato benevolente que busca demostrar la necesidad de una solución racional. Es menester destacar que, una de las características de la «nueva» derecha, obedecía a la apelación a un discurso pospolítico basado en la licuación del conflicto y la polarización, por lo menos en términos discursivos.

Sergio Massa, diputado nacional, líder del Frente Renovador y precandidato a presidente, mantuvo una postura similar a la de Mauricio Macri. Un discurso atenuado basado en microargumentaciones lógicas que buscaba interpelar y convencer a los indecisos, a aquellos que, en un escenario de polarización y grieta política, se posicionaban por encima. De este modo, se redujo a expresar sus condolencias y solidaridad, y a reclamar que no haya impunidad, sin hacer ningún tipo de alusión a las responsabilidades políticas en torno a su muerte (incluso, a la denuncia presentada por el fiscal):

El 18 de febrero de 2015. La marcha del silencio

La marcha del silencio en homenaje al fiscal Nisman fue convocada por jueces y fiscales de Comodoro Py hasta el momento personajes sin tanto protagonismo en la escena política y mediática. Esto, sin embargo, cambiaría a partir de este momento. También fue impulsada por actores de la política y quienes se posicionaban como alternancias presidenciales. De este modo, la marcha del silencio se presentó como un escenario prelectoral dilecto para el posicionamiento de las fuerzas políticas opositoras. No obstante, tuvieron puntual interés de «desvincular» aquella marcha de los objetivos políticos perseguidos.
Tras la marcha del silencio del 18 de febrero, el discurso opositor comenzó a perder hegemonía y avanzó la narrativa de la desestabilización política. Esto evidenció dos construcciones simbólicas en pugna:

> Así como la evidencia de una conspiración criminal para asesinar a #Nisman y destruir las pruebas de un pacto secreto con Irán sólo circuló por los barrios opositores de la geografía de Twitter, la evidencia de una conspiración para desplazar a Cristina Fernández de Kirchner mediante un golpe blando ejecutado a través del sistema judicial sólo circuló a su vez entre los barrios de Twitter cercanos al gobierno (Calvo, 2015: 96).

El oficialismo comenzó a irrumpir en la escena política y mediática con un discurso propio. Imperó la idea de la desestabilización por parte de la oposición quienes, haciendo uso de la causa #Nisman buscaban dar un golpe político a institucional cuya coronación se plasmara en el escenario electoral venidero.
Para Elisa Carrió el 18F respondía a la estrategia de desestabilización que había construido el gobierno. Con los hechos consumados, la marcha denotaba que no se trataba de una maniobra golpista sino sectores políticos, judiciales y de la sociedad civil que marchaban por #Nisman:

A su vez, el senador nacional Ernesto Sanz, también precandidato a presidente, cuestionó la idea de «golpismo» del gobierno y se refirió al sistema de impunidad sobre el que se sostiene.

Tanto Sanz como Carrió interpelan de forma directa al gobierno cuestionando su accionar político. Un discurso que entra en discusión con los contradestinatarios y que potencia a los prodestinatarios donde es posible identificar ejes o núcleos temáticos centrados en la idea de desestabilización/golpismo que promovía el gobierno.

Otras figuras presidenciales asumieron un tono más cauteloso. Sergio Massa llamó a participar de la marcha «sin identificación partidaria ni ideológica»; Mauricio Macri remarcó que irá «a nivel personal»para que no se «politice» y Juan Manuel De la Sota planteó que acompañaría la

marcha como «un ciudadano más». De este modo, los ejes y/o núcleos temáticos se centran en la desideologización y la despolitización del 18F:

Por parte del oficialismo, tal como planteamos líneas más arriba, tras la muerte y la marcha del 18F la estrategia de comunicación fue otra. La ex presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner (2019) sostuvo que desde la muerte del fiscal se desató una campaña llevada adelante por Cambiemos, sectores del Poder Judicial y mediático que anticiparían la persecución contra su persona (p.496) y que dicha marcha fue el bautismo de lo que denomina «Partido Judicial» (Fernández de Kirchner, 2019, p. 500).

Uno de los motores principales de la marcha fueron jueces y fiscales, entre otros funcionarios judiciales. A partir de este acontecimiento, su irrupción en la escena política y mediática será un punto de inflexión. Los miembros del Poder Judicial se transformaron no solo en sujetos políticos (siempre lo fueron) sino en actores electorales (p.30): los jueces vinculados al caso fueron capturados por el conflicto entre el gobierno y la oposición. #Nisman construyó narrativas políticas, pero también judiciales (Calvo, 2015) que impactaron de forma directa en el escenario electoral. Narrativas orientadas a la construcción de un adversario que adquirieron una tesitura distinta no solo en función del destinatario sino del enunciador.

La triple destinación fue diseñada y transmitida por los distintos actores políticos en un delgado equilibrio en pos de capitalizar políticamente este hecho, a partir de la deslegitimación y degradación del oponente. En este caso, el gobierno de Cristina Fernández. De este modo, aquellos candidatos que se encontraban mejor posicionados y con mayor capacidad de voto optaron por un discurso orientado a los paradestinatarios, aquellos sectores por convencer que estaban por fuera o eran relativamente ajenos a la polarización que ofrecía la política tradicional. Mauricio Macri, como expresión de «lo nuevo», apostaba al diálogo y a la no confrontación. Una nueva forma de a hacer política que implicaba, entre otros recursos, el alejamiento de las lógicas tradicionales. Era parte de la renovación moral y de la revolución cultural que decían postular.

Sin embargo, otros actores de su mismo espacio político construyeron narrativas destinadas tanto a los prodestinatarios como a los contradestinatarios. En el primer caso, se trataba de reforzar creencias, valores e ideas, identificando objetivos en común al interior de una comunidad política. Esto facilitaba el proceso de homogenización con sectores afines. En el segundo caso, buscaba polemizar y confrontar de forma directa con los sectores oficialistas profundizando la polarización entre ambas comunidades políticas.

El PRO construyó narrativas en torno a la causa #Nisman con objetivos políticos y electorales claros. Los discursos construidos en función de los enunciadores fueron disímiles en función de los roles asumidos en el escenario electoral que se avecinaba. Esto expuso, una vez más, el carácter pragmático que encierran las fuerzas políticas de derecha como así también la necesidad de situarlas históricamente para poder comprender, en términos analíticos, la integralidad del fenómeno.

Conclusiones

La política contemporánea está atravesada por procesos de interacción con los medios masivos de comunicación y los medios con base en internet, lo que ha generado nuevos tipos de discursos políticos y nuevos modos de hacer campaña (Slimovich, 2017). La irrupción de nuevas tecnologías ha generado reflexiones acerca de las transformaciones que supone el proceso democrático ya que dos procesos se entrecruzan: por un lado, el modo en que los líderes políticos utilizan los nuevos medios (discurso de los líderes políticos) y por otro lado, la

forma en que la ciudadanía hace uso de los medios con base en internet (discurso de los ciudadanos) (Slimovich, 2016).

En las sociedades hipermediatizadas hay una nueva relación entre gobernantes y gobernados a partir de una ampliación de los enunciadores y de los discursos políticos que han provocado un ensanchamiento del espacio público (Slimovich, 2018). Estas nuevas formas de participación ciudadana posibilitan la idea de Cheresky (2015) de *democracia continua* donde el voto ya no opera como una cesión de derechos políticos hasta la próxima contienda electoral, sino que cada decisión puede desencadenar una reacción ciudadana virtual. Desde esta perspectiva, la legitimidad política está en juego de forma permanente.

#Nisman se convirtió en un fenómeno social que organizó comunidades de información interesadas en construir narrativas políticas sobre la denuncia y la muerte de Nisman conectadas a comunidades políticas, partidos políticos y sus votantes, periodistas reconocidos, medios masivos de comunicación, operadores políticos, y blogueros profesionales (Calvo, 2015, p. 21).

Como hemos analizado, desde la presentación de la denuncia a la muerte de Nisman reinó el silencio oficial y los que mayor intervención tuvieron en la escena pública mediática fueron los sectores opositores. Sin embargo, a partir de la muerte del fiscal produjo un viraje y el gobierno salió con una ofensiva mayor. Finalmente, tras la marcha del silencio, el discurso opositor comenzó a perder hegemonía y avanzó la narrativa de la desestabilización política por parte del oficialismo (Calvo, 2015).

Esto se produjo en un contexto signado por un proceso electoral incipiente donde se enfrentaba la continuidad (o no) del ciclo kirchnerista. El escenario político se encontraba no solo fragmentado sino también polarizado. La presentación de la denuncia de Nisman y su muerte, reconfiguraron el mapa electoral redefiniendo, de manera anticipada, sus principales actores. De este modo, la figura de Mauricio Macri empieza a adquirir mayor preminencia como expresión de la «nueva» derecha argentina.

Amparándose en la idea de lo «nuevo» y de una nueva forma de hacer política vinculada a la gestión y la administración apeló a un discurso pospolítico y posideológico, rechazando definiciones políticas e ideológicas tajantes. Se centró en la gestión, la transparencia, la eficiencia y la honestidad para diferenciarse de la política tradicional asociada a lo ineficiente y

lo corrupto. Se presentó como un *outsider*, como la "nueva política" siendo su principal fuente de legitimación.

En el caso #Nisman, Mauricio Macri construyó un discurso político con el fin de interpelar a los indecisos; recurrió a microargumentaciones lógicas que le permitieron posicionarse por encima de un escenario tan polarizado y segregado. En efecto, el por entonces jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, empezó a construir su camino a la presidencia y logró convertirse en una alternativa posible alcanzado la dirección del gobierno y el Estado a través de las elecciones libres y limpias. De este modo, la derecha recuperó el poder de gestión marcando un quiebre en la historia política de nuestro país.

Referencias bibliográficas

Ansaldi, W. (2017). Arregladitas como para ir de boda. Nuevo ropaje para las viejas derechas. *Theomai,* 35, 22-51.

Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan para bien y para mal las redes sociales.* Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando# Nisman*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

Cheresky, I. (2019). *Soberanía ciudadana y presidentes en busca de hegemonía*. Buenos Aires: Prometeo.

Fernández de Kirchner, C. (2019). *Sinceramente*. Buenos Aires: Sudamericana.

Fernández, J. L. (2020). Un presidente entre la pandemia y el postbroadcasting. *Revista Question* (1), 1-27.

Hjarvard, S. (2016). Mediatización: la lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La Trama de la Comunicación*, 20 (1), 235-252.

Laclau, E. (2006). La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana. *Nueva Sociedad*. 205.

Mazzoleni, G. y Schulz, W. (1999). "Mediatization" of Politics: A challenge for Democracy? *Political Communication*, 16 (3), 247-261.

Slimovich, A. (2016). *La interfaz entre lo político y lo informativo en la mediatización televisiva y las redes sociales en las campañas argentinas de 2009 y 2011* (Tesis de Doctorado). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires en Ciencias Sociales.

Slimovich, A. (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Dixit*, 26, 24-43.

Slimovich, A. (2018). El macrismo y la oposición kirchnerista en las redes sociales en la campaña electoral de 2017. *Revista Científica Electrónica de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina*, 6, 6-31.

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

Slimovich, A. (2021). La mediatización política durante la pandemia por COVID-19. La argumentación en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri. *Dixit,* (34), 1-14.

Slimovich, A. (2021). Pandemia global y política mediatizada. La comunicación presidencial argentina y sus repercusiones en Twitter en el primer semestre 2020. *Comunicación y Hombre*, 17, 85-102.

Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *International Journal of Press/Politics*, 13 (3), 228–246.

Van der Kooy, E. (22 de febrero de 2015). La muerte que desequilibra a Cristina. *Diario Clarín*, https://www.clarin.com/politica/muerte-desequilibra-cristina_0_H1XzM4qPXg.html

Verón, E. (1998 [1995]). Mediatización de lo político. En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.), *Comunicación y Política* (pp. 220-236). Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (2001). Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones. Eliseo.