

## **Las condiciones del odio: cuerpos públicos en el escenario mediático de la Argentina actual**

### **The conditions of hate: public bodies in the media scene of today's Argentina**

Amparo Rocha Alonso

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales  
rocha.amparo@gmail.com

#### **Abstract**

[SP] Presentaremos, desde la perspectiva de la Teoría de los Discursos Sociales (VERÓN 1993), una propuesta de abordaje de la cuestión del odio discursivo, centrada en representaciones verbales, gráficas y audiovisuales de cuerpos públicos de la Argentina actual. Entendemos que es en el soporte corporal, *cuerpo significante* (VERÓN 1975), donde se vuelcan primariamente las pulsiones sociales destructivas y que en nuestras sociedades hipermediatizadas esos sentimientos siguen expresándose o lo hacen cada vez más virulentamente toda vez que encuentran una coyuntura favorable, resquicios institucionales y dinámicas mediáticas propicias. Los valores éticos y estéticos de una sociedad se ponen en juego en las representaciones de cuerpos. Los medios, como configuradores privilegiados de sentido, se hacen cargo de estos cuerpos y los publicitan en base a jerarquizaciones que obedecen a diversas lógicas. En el escenario político actual de Argentina las antinomias estructurales, históricas, que anclan en imágenes estereotípicas de cuerpos, se reconfiguran a partir de un novedoso diseño de la comunicación, fuertemente volcada al terreno virtual.

## **Abstract**

[EN] From the perspective of the Theory of Social Discourses (VERÓN 1993), we will present a proposal to address the issue of discursive hatred, focused on verbal, graphic and audiovisual representations of public bodies in contemporary Argentina. We understand that it is in the bodily support, the significant body (VERÓN 1975), where destructive social impulses are primarily expressed and that in our hypermediated societies these feelings continue to be expressed or do so increasingly virulently whenever they find a favorable situation, institutional loopholes and favorable media dynamics. The ethical and aesthetic values of a society are put into play in the representations of bodies. The media, as privileged shapers of meaning, take charge of these bodies and publicize them based on hierarchies that obey different logics. In the current political scenario in Argentina, structural and historical antinomies, which are anchored in stereotypical images of bodies, are reconfigured through a novel communication design, strongly focused on the virtual field.

**Keywords:** hate speech, Social Discourses, significant body, public bodies, ethical and aesthetic values,

## 1. Presentación

Nadie se venga con rapidez más que en los cuerpos.  
(André Malraux, *La condición humana*)

Nos proponemos abordar la cuestión del odio en la Argentina actual a partir de representaciones mediáticas de los cuerpos, en especial, de cuerpos de figuras públicas del ámbito político. Partimos de la idea de que nuestra existencia en el mundo es material, corporal, y para ello contamos con el concepto de *cuerpo significante* como aquel soporte material que produce sentido y lo hace en tres niveles: indicial, icónico y simbólico (VERÓN 1976). Nos interesa su vínculo con el odio, por la evidencia de que el objeto primero y primario de las pulsiones destructivas es el cuerpo. “Cuidate de los marcados” es una sentencia tradicional que condensa la atávica aprensión social ante la diferencia, manifestada en rasgos corporales. A menudo, esa desconfianza se agudiza transformándose en violencia verbal y hasta física con destino en esos cuerpos portadores de estigmas (GOFFMAN 2006b). Sentimos corporal y verbalmente las pasiones, odio o amor por caso<sup>1</sup> y así como somos capaces de ponderar o de ensañarnos con caracteres, personalidades, cualidades morales, intelectuales y estéticas, lo hacemos de manera impulsiva o planificada sobre aquello que se evidencia ante nuestra percepción: el soporte corporal. Los cuerpos se presentan en sociedad a partir de un complejo de signos: configuración anatómica, gestos, uso del espacio, vestimenta, maquillaje, peinado, tatuajes y demás aditamentos, objetos y prosodia<sup>2</sup>. Estos indicios

---

<sup>1</sup> Es Paolo Fabbri (2010) quien teoriza magistralmente sobre las pasiones y su asiento corporal. Ferrini y Paris citan a De Mauro, cuando afirma “anche nell’odio le parole non sono tutto, ma anche l’odio non sa fare a meno delle parole” (2019: 27).

<sup>2</sup> En *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, Mark Knapp expone los desarrollos de la Escuela de Palo Alto sobre cuerpo, espacio y comunicación. Evidentemente, es solo a los fines analíticos que puede distinguirse lo no verbal de lo verbal, ya que ambos se ofrecen “en paquete”. El paralenguaje acompaña el decir y la prosodia señala la frontera entre voz-cuerpo y signo lingüístico. Al respecto, los medios actuales están dotados de gran cantidad de herramientas visuales (icónico-simbólicas) que complementan y a veces sustituyen lo dicho en su entonación y afectividad. Las pasiones también son tomadas a cargo por estos signos (emoticones, gifts, stickers y memes).

conforman, junto a las palabras que proferimos, un todo significativo, y es a través de ellos como los demás nos perciben, califican y catalogan (GOFFMAN 2006a). Además del intercambio cara a cara, en que por un mecanismo de *feedback* podemos ir adecuando nuestra actuación al gusto de la mirada ajena (somos por y para los otros), el cuerpo se representa a través de medios y dispositivos que lo dan a oír y ver. En estos casos, son los medios los que tienen la última palabra: una foto nos puede fijar en una pose ridícula o una mala dicción puede condenarnos si se graba y repite infinidad de veces. Como afirma Watzlawick, *no podemos no comunicar* (WINKIN 1980) y en tal sentido decimos y mostramos no solo lo que deseamos, sino también aquello que queremos esconder. Si a la presencia de un cuerpo en un espacio se le sobreimprime una enunciación visual o audiovisual, habrá necesariamente una negociación entre lo que ese cuerpo dice y lo que se le hace decir. Asimismo, las nuevas tecnologías digitales de edición funcionan, para aquellos que las conocen, como un arma capaz de guionar personajes y situaciones. En definitiva: los cuerpos están sometidos a la mirada ajena y en permanente escrutinio social. En épocas de hipermediaciones (SCOLARI 2008), en que el ritmo del acontecer público se va pautando segundo a segundo por intervenciones en redes que se hacen eco de la conversación social cara a cara y en medios masivos, debemos enfocarnos en cómo la circulación de discursos centrados en los cuerpos configura y reconfigura sentido, permitiendo la emergencia de condiciones del odio.

## **2. TDS y la cuestión del odio: mediatización, discurso, tipos discursivos**

Desde la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón, el entramado discursivo, dimensión significativa de los fenómenos sociales (VERÓN 1987a), se manifiesta en el diálogo cotidiano cara a cara, célula básica de toda comunicación y en una diversidad de discursos mediatizados, es decir, activados por una tecnología que permite extenderla en tiempo, espacio y modalidad (HJARVARD 2014).

Atendiendo al marco sociosemiótico veroniano, entendemos el *discurso* como una *configuración espacio temporal de sentido* (VERÓN 1993: 127), objeto compuesto de diversas materias significantes que responden a la lógica del contacto, de la semejanza o correspondencia y de la convencionalidad

(órdenes significantes indicial, icónico y simbólico según Peirce (VERÓN 1993: 149).

Diremos entonces que, desde el punto de vista de la TDS, que considera diversos tipos discursivos -la información, el discurso político, el publicitario, el científico, etc.- que circulan por los medios y se vinculan con los usuarios/ciudadanos a través de dispositivos complejos, *el odio sería una dimensión presente en ellos, no un tipo de discurso*. Una dimensión que presupone una escena enunciativa en que el nosotros habla de ellos/los otros en forma denigratoria, explícita o implícitamente. Si bien puede sostenerse en la estructura dialógica del yo-tú/vos o nosotros-ustedes, como en los videos de índole acusatoria que el candidato Milei publicaba en Tik tok, el odio discursivo suele desplegarse en la figura de un nosotros que habla de un ellos (la no persona de Benveniste) en términos denigratorios, a partir del uso de *subjetivemas* (KERBRAT-ORECCHIONI 1986)<sup>3</sup> y modalidades tales como la exclamativa, la interrogativa o la deóntica (propias del discurso indignado). En cuanto a discursos no verbales -en los que lo lingüístico, sin embargo, siempre cumple un papel importante-, hay una serie de mecanismos de representación que enfatizan elementos visuales o audiovisuales para componer, distinguir, centrar, marginar, excluir, narrar y comentar con fines de odio.

Coincidimos con Petrilli (2020) en que el discurso de incitación al odio requiere de una voz de autoridad que, a través de verbos performativos proponga explícita o implícitamente la aniquilación del otro. Justamente, en cuanto habla de *incitar*, la autora restringe los alcances del discurso de odio a dispositivos enunciativos particulares. En nuestro caso, el odio permearía muchos discursos de una manera ubicua, sin distinción entre figuras de autoridad y simples usuarios. A favor de Petrilli, debemos aceptar que la suya es una caracterización consistente; en cuanto a nuestra propuesta, es más vaga, pero incorpora las nuevas condiciones del escenario hipermediatizado actual, en que simples usuarios pueden hacer circular su odio públicamente, mediante eficaces mecanismos de viralización.

En la discusión pública, históricamente han intervenido tipos discursivos robustos, como el discurso político, el informativo, el publicitario, el de concientización, el científico, el religioso. Mientras medios masivos como

---

<sup>3</sup> Son términos de la lengua (pronombres, sustantivos, adjetivos, verbos y adverbios) cargados de rasgos valorativos o emotivos positivos o negativos (KERBRAT-ORECCHIONI 1986).

la prensa, la radio o la TV dominaron la conversación en torno a la *cosa pública*, por defecto, quedaban al resguardo la esfera privada y la íntima, aquellos espacios de la opinión o de la acción a los que no llegaban ojos y oídos censuradores y punitivos. Con Internet, en especial con esa variedad de medios digitales que son las redes sociales, cada individuo-usuario puede intervenir en la conversación social y poseer un auditorio, con su consiguiente espacio de visibilidad. Por ello, en este nuevo escenario mediático, en el que la conversación privada -incluso íntima- se entremezcla con la lógica masiva y la de los medios en red, el mismo estatus de lo público debe ponerse en cuestión, lo mismo que la discursividad política, que tendría, a nuestro entender, un círculo concéntrico mayor: la discursividad *en torno a lo político*<sup>4</sup>.

A partir de las categorías propuestas por la TDS, ensayaremos un modo de entender la problemática del odio discursivo en el nuevo ecosistema mediático que surge en los dos mil con Internet y los medios digitales (CANAVILHAS 2012). Este escenario implica medios interpersonales y masivos reformulados en su cruce con los medios digitales (HJARVARD 2016): a la dinámica de la difusión *broadcasting* se le suma la reticular, proliferante e individualizante. Asimismo, la mediatización ha generado un proceso de homogeneización en la diversidad<sup>5</sup>: en producción, lo que Bolter y Grusin denominan *remediación*, por la cual un medio, en este caso Internet, se hace cargo de todos los otros, y en recepción, el acceso de los usuarios a discursos verbales visuales, audiovisuales y multimedia a través de una suerte de embudo constituido por dispositivos personales y móviles, tales como celulares y computadoras. A su vez, esta situación de circulación heterogénea de discursos digitalizados y la ilusión de visibilizar todo de manera transparente (HAN 2013), afecta

---

<sup>4</sup> Verón caracterizó los tipos de discurso como ligados a instituciones y dueños de una estructura enunciativa que liga ofertas del propio discurso y expectativas de los usuarios (VERÓN 1987b). Mientras que en el discurso político los enunciadores son figuras vinculadas a las instituciones políticas, las nuevas condiciones de comunicación mediática permiten hacer pública la intervención (opinión verbal, imágenes) de cualquier individuo, si bien su circulación dependerá de un sinnúmero de factores, algunos políticos y otros no. Por ejemplo, un tweet repostado por una figura pública o un meme que logró viralización.

<sup>5</sup> Friedrich Krotz (2017) aborda la mediatización como un metaproceso, en la que esta última etapa es una transformación de los medios por la emergencia de una infraestructura digital controlada por computadora, para todas las operaciones simbólicas en una sociedad. La globalización, la comercialización y la individualización son otros tantos metaprosesos que habría que tener en cuenta en una mirada de conjunto de los fenómenos sociales.

de manera inédita las esferas tradicionales de la praxis humana, entre ellas la política: lo privado e incluso lo íntimo se hacen públicos y lo tradicionalmente público se dota de cualidades íntimas.

### **3. La cuestión de los cuerpos legítimos y los cuerpos-otros: las condiciones del odio**

Como dijimos, hacer foco en factores corporales para denigrar a un individuo o grupo social es constitutivo del odio discursivo. En Argentina los antagonismos políticos, que en determinadas circunstancias históricas se tensan y se cargan de componentes violentos, se han anclado históricamente en representaciones corporales que, en última instancia se estructuran mediante fuertes binarismos.

En toda sociedad existen valoraciones positivas y negativas en relación con los rasgos corporales. En tal sentido, se establece una serie de jerarquizaciones en base a ciertos signos bien ponderados y su contraparte: lo blanco y lo oscuro, lo alto y lo bajo, lo esbelto y lo gordo, etc. El sociólogo Pierre Bourdieu (1986) acuñó al respecto la noción de *cuerpo legítimo*, al que podemos oponer la de *cuerpo-otro*.

Para comprender, desde nuestro lugar geográfico y cultural, cómo la cuestión corporal se imbrica con el odio, debemos acudir a una mirada diacrónica, que explica cómo este se arraiga en la época de la conquista europea del continente americano<sup>6</sup>, en la forma de una *racialización de las relaciones de clase* (MARGULIS y URRESTI 1998). Esto implicó en la práctica que todos aquellos que portaban signos aborígenes o africanos fueran relegados a los estratos más bajos de la escala social y que, por un proceso de blanqueamiento real (mediante uniones con europeos o criollos) o simbólico (la riqueza hacía ver más claro lo oscuro) se fuera accediendo progresivamente a niveles superiores en la escala social.

---

<sup>6</sup> Hablaremos particularmente de América latina, pues el mundo anglosajón administró en el continente americano la relación con los pueblos originarios y los africanos esclavizados de modo diferente en que lo hiciera el invasor latino (españoles y portugueses). Mientras estos últimos iniciaron un proceso de mezcla, sin abandonar las jerarquías, los norteamericanos ghetificaron sus sociedades desde el inicio, no permitiendo las mezclas étnico-raciales.

En Argentina, particularmente a partir del ingreso de corrientes inmigratorias europeas de fines de siglo XIX y con el modelo demográfico de la gran ciudad- puerto, Buenos Aires, se creó un imaginario de país blanco y, a la vez no racista<sup>7</sup>. De allí, la idea de una *segregación negada* (MARGULIS y URRESTI 1998). Sin embargo, sí se dieron y se siguen dando en la totalidad del territorio argentino sistemáticas formas de discriminación, marginación y exclusión basadas en rasgos corporales, aunque de modo más velado o sutil que en países con fuerte componente indígena, como Bolivia, o afro, como Brasil. En Argentina y en toda América Latina se ejerce la crueldad verbal y física contra cuerpos que portan rasgos no valorados y que explicitan su condición nativa y/o afrodescendiente. Se trata, entonces, de una cuestión estructural en la tramitación social de los cuerpos: no te quiero por tus rasgos, que miden poco en la valoración social. Rasgos que se resumen en lo oscuro, lo negro, lo marrón y que reenvían al campo semántico de la pobreza y los pobres.

En los intercambios cara a cara<sup>8</sup>: paseo por la calle, entrada a un edificio, cita a ciegas, entrevista de trabajo, estancia en lugares públicos, se manifiestan permanentemente esas dinámicas discriminatorias. Asimismo, los cuerpos mediatizados en la prensa, el cine, la televisión y los medios digitales, son objeto privilegiado de diversas formas de administración de valores positivos y negativos. El discurso publicitario, de contenido fuertemente aspiracional, es quizá el que mejor revela la estructura estética y ética de un conjunto social<sup>9</sup>. En este, no puede haber cuerpos de pobre (oscuros), a no ser que estén tratados con gran esteticismo y fotogenia y que los objetos y espacios barran con cualquier atisbo de sentidos disfóricos. Sin embargo, la cuestión de *lo legítimo* y *lo otro* atraviesa la discursividad en su conjunto y se evidencia de las formas más variadas. Se dice “ver a alguien rubio y de ojos celestes”

---

<sup>7</sup> El modelo de escuela pública sarmientina, que homogeneizó a su alumnado en torno al concepto de nación (el ser argentinos), antes de acentuar cualquier otra variable, contribuyó a la negación de formas de discriminación efectivamente existentes como el racismo o la discriminación religiosa.

<sup>8</sup> Cada vez más reducido en su forma pura: raro es que en este no medie un celular.

<sup>9</sup> En Rocha Alonso (2002 y 2003) analizamos corpus de publicidad gráfica y televisiva con niños, advirtiendo esos sesgos, que no han variado sustancialmente. Como contrapartida a la niñez clara publicitaria, los niños oscuros nos miran desde discursos de concientización, por ejemplo, una campaña de donación para los pobres, de Caritas.

como un lugar común que significa que, más allá de los rasgos que ostente ese alguien, se lo ve mejor, o de la mejor manera posible<sup>10</sup>.

#### 4. Un abordaje interseccional

Si bien, por su fuerte impacto en la vida política, hacemos foco en cuestiones ligadas a lo étnico-racial de clase, debemos aplicar en cada caso analizado una perspectiva interseccional<sup>11</sup>, haciendo confluír modelos de lo legítimo y de lo poco (o no) aceptable, que funcionen en paquete. Prejuicios como la gordofobia o la heteronormatividad se cruzan con la cuestión anteriormente señalada de la *racialización de las relaciones clase*.

En los años setenta circulaba en el ámbito feminista una ingeniosa frase que decía: “soy mujer negra, pobre y judía”. Con ella se hacía referencia a un conjunto de rasgos de subalternidad que confluían en un mismo soporte y que significaban el colmo de la desgracia social. Con tal enunciado, el feminismo histórico era impugnado desde su interior por quienes descubrían que hasta ese momento había representado solo la mirada muy sesgada de las mujeres de clase media blanca ilustrada. Actualmente, a aquella caracterización podríamos agregar “desempleada”, “precarizada”, “inmigrante ilegal”, “refugiada”. También podríamos decirlo en masculino: “oscuro”, “pobre”, “trabajador informal”. O “trans pobre”, expresión que condensa en sí misma todo el universo de la marginación o directamente de la exclusión.

Cuando hablamos, entonces, de una mirada interseccional, nos referimos a estos cruces necesarios que deben hacerse en el abordaje de fenómenos que, si bien pueden adscribirse a un tipo predominante de discriminación (sexismo,

---

<sup>10</sup> En comentarios a una noticia sobre una visita del gobernador actual de la Provincia de Buenos Aires, se menciona irónicamente a “las marroncitas” que se encandilan con el “petisito rubio y de ojos celestes” (nótese el rasgo disvalorado: su baja estatura). La idea subyacente es la de que, al ser oscuras, dichas jóvenes solo pueden relacionarse con otros seres oscuros como ellas. Por otro lado, se desea la violación para los seguidores del gobernador (“negros de La Matanza”), por el hecho de ser “negros”, y por lo tanto, no pensantes. <https://www.lanacion.com.ar/politica/axel-kicillof-sale-de-caravana-por-la-capital-del-peronismo-para-dar-vuelta-la-pagina-de-los-nid06102023/>

<sup>11</sup> Como ejemplo de este tipo de enfoque, ver [https://www.awid.org/sites/default/files/atoms/files/nterseccionalidad\\_-\\_una\\_herramienta\\_para\\_la\\_justicia\\_de\\_genero\\_y\\_la\\_justicia\\_economica.pdf](https://www.awid.org/sites/default/files/atoms/files/nterseccionalidad_-_una_herramienta_para_la_justicia_de_genero_y_la_justicia_economica.pdf)

racismo, xenofobia, clasismo<sup>12</sup>), bien pronto revelan su naturaleza compleja, como precipitados químicos que se dan a cada paso, en diferentes contextos<sup>13</sup>. Durante el período kirchnerista, en especial el último mandato de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner (2012-2015), se llevó adelante una política pública entendida como batalla cultural, en los medios de comunicación públicos y privados afines y en los programas escolares, que intentó reposicionar el imaginario sobre los cuerpos, en sentido tanto racial-étnico como de género<sup>14</sup> y compensar la histórica distribución desigual de riqueza simbólica en relación con ello. Así, se fueron arraigando en diversos segmentos de la población nuevos sentidos, tales como la idea de que no es bueno opinar sobre los cuerpos de los demás<sup>15</sup>, de que lo que se denomina bello es en realidad un modelo hegemónico y de que la diversidad en todos sus aspectos (racial, de tamaño, de género, neurológica) es valiosa. Se cambiaron expresiones descalificadoras, tornándolas positivas y se incluyeron cuerpos-otros en la vida pública: si hasta hacía unos pocos años la heteronormatividad exigía figuras netamente femeninas o masculinas, aún en la dicción (no al habla mariquita), los últimos años de gobiernos peronistas habilitaron cuerpos trans en diversos ámbitos, como el publicitario y el de la administración pública. En definitiva, no de manera totalizadora, sino en sectores medios progresistas, prendió la idea del respeto por la otredad: el oscuro, la gorda, la o el trans, los discapacitados motrices, los neurodivergentes fueron progresivamente valorados y encontraron un importante espacio de visibilización, bajo la tutela del Estado.

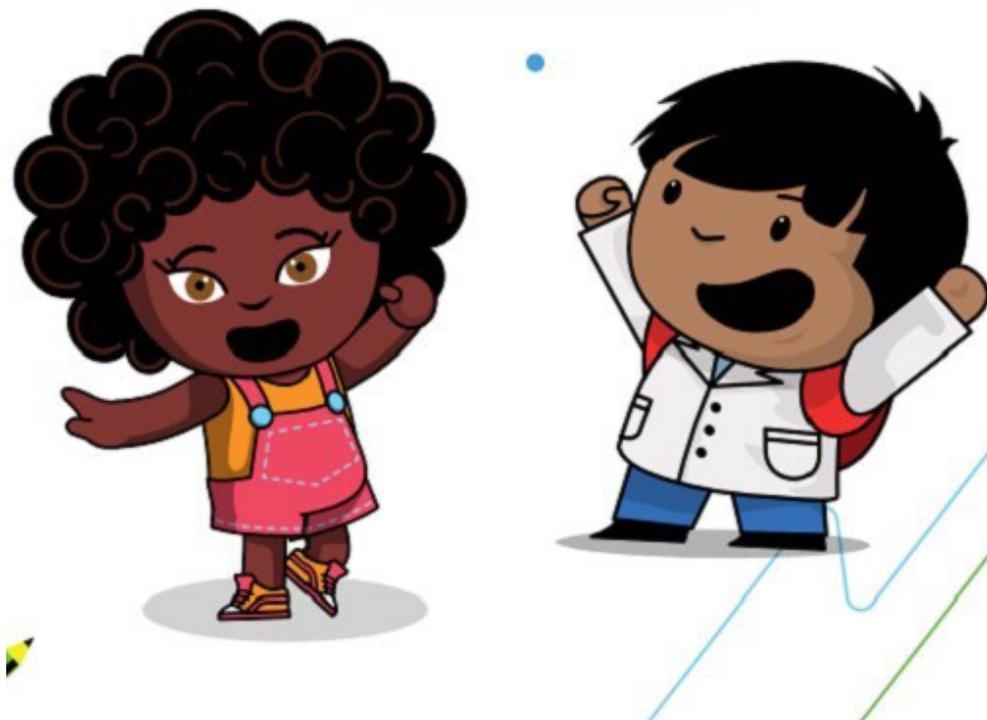
---

<sup>12</sup> En Ferrini y Paris (2019) se advierte cómo en el caso italiano xenofobia y racismo van de la mano. Un racismo “sin raza” (Balibar y Wallerstein 1988) que esencializa etnicidades para segregarlas.

<sup>13</sup> En la misma nota sobre la visita del gobernador se hace hincapié en su baja estatura llamándolo “enanof” y “chiquitof”. La alusión a su apellido (Kicillof) no es inocente: esconde un dejo de antisemitismo, que conjuga con otras expresiones, tales como “el judío Kicillof”, etc.

<sup>14</sup> Se impulsó el uso del lenguaje inclusivo y aparecieron neologismos como “cuerpa” (femenino de cuerpo),

<sup>15</sup> “Me irrita que opinen sobre mi cuerpo! <https://www.redaccion.com.ar/circula-una-misteriosa-campana-con-mensajes-sobre-las-cosas-que-irritan-a-las-mujeres-que-dicen/> <https://www.dove.com/ar/stories/campaigns/enfrentemos-la-irritacion.html>



**Ilustración 1.** *Zamba y Nina, personajes del Canal Paka Paka (TV Pública durante los períodos kirchneristas)*

En pocos años se dio una pequeña revolución de las conciencias -de las buenas conciencias, diríamos con una nota de ironía-, no sin exaeraciones, extremismos y dislates, que a su vez desencadenaron una reacción, la contrarreforma que ha traído el mileísmo. Este, en solo seis meses de gobierno ha dado espacio y voz a la opinión contraria a los feminismos, la voz de un varón joven que sintió amenazada su identidad heterosexual, emprendedora y capitalista. Efectivamente, si bien la prédica anarco-libertaria es transclasista, transgénica y transetaria, está ante todo encarnada en jóvenes muchachos de pelo corto que siguen a una suerte de *star rock*, el actual presidente.

## 5. Las grietas

Esta configuración estructural en relación con los cuerpos argentinos es, como vimos, de gran complejidad, ya que en cada situación valorativa intervienen, tanto en producción como en recepción, un sinnúmero de variables. Sin embargo, esa complejidad se reduce en ciertas coyunturas históricas en que estas distinciones básicas entre lo legítimo y lo no legítimo se expresan de manera categórica, binaria y taxativa. En Argentina se acuñó el término “grieta” para aludir a un antagonismo político-ideológico que, como veremos, ancla en representaciones materiales e imaginarias de los cuerpos, último bastión identitario.

En vistas de lo anteriormente descripto, la estructura de clases argentina y los imaginarios a ella vinculados, podemos trazar un primer esquema que resume ciertos patrones básicos de lo corporal-social.

Nosotros	Ellos
Blancos-legítimos	Oscuros “negros”-otros
Descendientes de inmigrantes europeos	Descendientes de aborígenes-afrodescendientes
Clase media-Clase alta	Clases subalternas
Productiva	Parasitarias- “choriplaneros”
Ciudad -campo (pampa húmeda)	Conurbano-márgenes
Espacios legítimos-propiedad privada	Espacio público “capturado”
Antiperonismo	Peronismo

Tab 1.

Esta grieta arrastra elementos estructurales de larga data. Podríamos decir que la distinción peronismo-antiperonismo sintetiza un antagonismo

histórico. Para el antiperonismo, se trata de un odio de clase que se fue reformulando desde la formación del estado nación a comienzos del siglo XIX y que encontró en los peronistas –“cabecitas negras”- la encarnación de lo no deseable. A su vez, el movimiento encabezado por Perón desde 1945, se propuso como reparación histórica de un despojo. El período kirchnerista actualiza el relato básico con aditamentos de época (feminismos, acento en los derechos humanos, recuperación de la memoria) y continúa con matices hasta el año 2023 en que emerge un nuevo antagonismo o grieta coyuntural. En el borde de las elecciones que se celebraron desde octubre a noviembre de dicho año, nos preguntábamos cómo se estaba reconfigurando la escena pública en relación con estos cuerpos legítimos y otros de larga y novedosa data. El mileísmo volcó la frustración social en un sujeto, la *casta*, a la que acusó de ser dueña de privilegios, ya fueran una jubilación muy sustanciosa o un plan social mísero. En este sentido es que el juego de oposiciones se ordenó de otra manera, atravesando las clases en función del par buenos-malos:

Nosotros-la gente de bien	Ellos-el mal
Milei, como significante vacío	La <i>casta</i> : políticos, corruptos, ladrones Ratas
Heterogénea- postpolítica	Monolítica-ubicua
Transclasista	Transclasista
Unidos solo por el rechazo	Quienes no quieren el cambio

Tab 2.

Justamente, el antiperonismo, entendido como antikirchnerismo o antipopulismo fue, en las elecciones, el árbitro que definiría la opción por una cordura ya conocida y denostada y una locura poco conocida, que invitaba al riesgo y a la apuesta radical. Tales interrogantes fueron respondidos con los resultados electorales: el antiperonismo, la *Argentina de bien* (imaginariamente) blanca se volcó masivamente al apoyo a Milei. Ese

candidato de actuación estafalaria que ahora es una figura pública de otro nivel: un mandatario.

## 6. Cuerpos públicos

Los cuerpos públicos gozan de otro estatus que los de los ciudadanos comunes<sup>16</sup>. Reciben halagos y cariño, pero también soportan grandes cantidades de agresión. Si en la calle sucede que, por rasgos corporales, alguien puede ser descalificado, en su caso, inversamente se los hiere porque no se los quiere. La esfera de la política es pródiga en representaciones, escenificaciones de cuerpos y espacios pletóricos de simbología. Rostros, expresiones, vestuario, gestos: cada uno de ellos es leído e interpretado en una suerte de hermenéutica. Ya Barthes (2005) había puesto el acento en la fotogenia electoral, retórica visual de candidatos y mandatarios. Verón, por su parte, distingue entre foto pose, en que el sujeto se ofrece a la cámara, y retórica de las pasiones, en que su expresión es capturada “en el medio de la cosa”. Mientras la pose ofrece la intemporalidad de un rasgo de carácter, la pasión desnuda las emociones que subyacen al sujeto en el poder (VERÓN 1985).

Por su parte, la mayoría de la población accede a esos cuerpos especiales a través de los medios, que iluminan algunos espíritus carismáticos y pintan a otros en tono menor. En Argentina, el espacio político mediático ha estado dominado por décadas por la figura de Cristina Fernández de Kirchner y solo hace unos meses otra figura, la de Javier Milei ha sido capaz de opacarla. Tanto el cuerpo de Cristina como el de Milei portan los rasgos de la Argentina blanca, pero en ellos ese plus no es importante, ya que su ser público y su excepcionalidad se sobrepunen a lo anterior, resignificándolo: Milei es demasiado extravagante para gozar de la valoración positiva de sus ojos claros y Cristina, demasiado rupturista para ser una mujer de Estado como la norma manda (no olvidemos que el hecho de ser mujer, lugar marcado, hace que todo juicio sobre ella gire en torno de esa variable).

En los casos antes citados, hay un cuidado permanente por controlar los signos corporales y dotar de cierta dignidad esos rostros y cuerpos. Cristina Fernández

---

<sup>16</sup> La cuestión de la clase racializada sigue siendo, igualmente, un factor importante. Nótese cómo se descalificó a Evo Morales como “indio” (¡cómo un indio puede ser presidente!).

fue una presidenta y vicepresidenta que transgredió la regla del recato en el uso de signos de coquetería más propios de figuras del espectáculo que de una mujer de Estado (pelo largo rojizo, labios carnosos, maquillaje teatral en los ojos, uñas muy largas y pintadas, vestimenta no tan formal o riguroso negro de luto por un año). Comparada en su momento con Bachelet y Angela Merkel, con sus trajecitos sin cintura y su pelo corto, funcional, Cristina se desmarcaba y continuaba la serie de presidentes personalistas, excesivos y llamativos del peronismo (Menem), además de convocar la imagen de Eva Duarte, Evita, actriz radial y de cine, no solo en su presentación, sino en los tonos de su voz quebrada en disfonías.

Durante al menos quince años, Cristina monopolizó la escena pública por sus discursos verbales, siempre con segmentos disruptivos y por su gestualidad, que le escapaba al modelo de la jefa de Estado. Correlativamente, prensa gráfica en papel y online, televisión y progresivamente, redes sociales la atacaban o ensalzaban haciendo eje en su soporte corporal<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Calificada como “yegua”, es permanentemente atacada en su apariencia: “el botox de sus mofletes! <https://www.perfil.com/noticias/ciclo-de-entrevistas/delfina-wagner-no-me-hubiera-dolido-si-salia-la-bala-contra-cristina-kirchner.phtml>



**Ilustración 2.** Cristina rictus



**Ilustración 3.** *Cristina sonrisa*

El actual presidente Milei, también celoso custodio de su imagen pública, surge hace cinco años como columnista de programas de opinión televisivos, que elevaron su *rating* merced a la expresión de ideas radicales y a su actuación desaforada. Con un uso inteligente e intensivo de redes sociales como Tik Tok y Twitter/X, esas participaciones encontraron eco en una porción minoritaria, pero intensa de la población (CAMPO y JUAREZ 2023). El entrecruzamiento entre medios masivos como la radio y la televisión y las redes sociales, más una situación económico social de gran vulnerabilidad habilitó el voto Milei: una fuga hacia adelante atraída por la idea de un cambio estructural que barrería con privilegios y modalidades dañinas y traería prosperidad a la población, tras un período de enorme sacrificio colectivo.

## 6.1 Milei-cuerpo presidencial

En cuanto a Milei-cuerpo presidencial, como sucede con toda figura pública, y con los mandatarios en particular, los ciudadanos acceden mayormente a su presencia por medio de imágenes, textos verbales, audios y videos que revelarían la singularidad de su persona y de su investidura. La comunicación política a este nivel es más o menos controlada, de acuerdo con el grado de libertad que se otorgue a sí mismo el mandatario y lo permita su equipo de difusión. Tanto Cristina como Milei demostraron ser capaces de huir de lo esperable, si bien este último lo hace en una medida superlativa, corriendo los límites de lo mostrable y decible para un presidente<sup>18</sup>.

Así como Cristina es la última hasta ahora de una serie de presidentes y figuras carismáticas del peronismo -un tipo de populismo local-, el cuerpo loco, excéntrico de Milei continúa la serie internacional habilitada por los también populistas Berlusconi, Donald Trump y Jair Bolsonaro: sujetos vociferantes, gesticuladores, cuyas palabras desafían los cánones de lo expresable públicamente por un presidente. Así como Cristina fue ante todo actora -y actriz- de ceremonias cara a cara y un *espectáculo televisivo* (CINGOLANI y FERNÁNDEZ 2019), Milei se despliega en pocos actos presenciales con una férrea televisación que oculta espacios vacíos y solo poncha expresiones de adhesión. Por su parte, las entrevistas radiales y televisivas solo son concedidas a periodistas amables, mientras que en el universo de las redes, es el propio presidente quien reposteá comentarios laudatorios hacia su persona o accionar y, caso verdaderamente novedoso, se manifiesta a través de un avatar-león hecho con inteligencia artificial. Es en los intersticios de sus entradas y salidas de su lugar de trabajo, en momentos de cierta espontaneidad en que es capturado por una cámara o por un micrófono en que aflora una suerte de verdad del sujeto-Milei: titubeos, apocamiento, nervios<sup>19</sup>. Tan verdad como lo son sus episodios de euforia: gestos ampulosos al grito de “¡Viva la libertad,

---

<sup>18</sup> Sin embargo, su comunicación política reencausa convenientemente cada posible error, a fin de establecer un relato rígido que deje bien parado al presidente y mantenga el lazo con su “núcleo duro” de seguidores.

<sup>19</sup> Dentro del estudio de la kinésica, Ekman y Friesen (1969) destacan un tipo de signos, los *adaptadores*, aquellos indicios que revelan angustia o ansiedad y que, por ser fuertemente pulsionales, son los más difíciles de controlar. Milei se mueve entre estos y sus emblemas favoritos (pulgares hacia arriba diciendo OK y mirada desde abajo).

carajo!, consigna que supo instalar eficazmente.

El cuerpo presidencial-payaso ya había tenido un antecedente satírico en Coluche, candidato francés del año 1981. A la dignidad presupuesta de la investidura, a la que todo mandatario debe atenerse, opuso, como *performance* antisistema, los caracteres de lo bajo, lo burlesco y lo risible. El cuerpo presidencial es un *metacuerpo*, diría Verón (1987c), en el sentido de que no es digno, sino que encarna la dignidad. El payaso, en su pirueta, evidenció en aquel momento lo que no se dice (la mierda). Décadas después, ya no conmueven los Coluches; el mundo ha experimentado variados casos de excentricidad en el ejercicio del ejecutivo, desde el efímero presidente ecuatoriano Abdalá Bucaram hasta Trump, al mando de una potencia como EEUU.



**Ilustración 4.** *Milei desaforado*

Si hay una figura retórica que define el universo Milei, esta es la hipérbole: personaje mesiánico, está haciendo “el ajuste más grande de la Historia” y es

el mandatario “más popular del mundo”. De tal modo, solo otra mandataria, rubia, atractiva y europea, como Giorgia Meloni podría compartir su destino de grandeza. En X, conspicuos propagandistas libertarios postean imágenes con Meloni bajo leyendas tales como “Sale Fátima, entra la tana” o “El único destino posible Javo”. La misma imagen de Milei-Meloni tomados de las manos en un gesto de mucha cercanía, fue usada con la imagen de Isabel Díaz Ayuso, alcaldesa de Madrid, otra mujer de Estado a la altura del presidente. Cuando se duda públicamente de la consumación de sus relaciones amorosas es cuando más se enfatiza su virilidad y su capacidad de seducir mujeres, en un entorno en el que figuras cercanas sostienen una postura férreamente homofóbica.

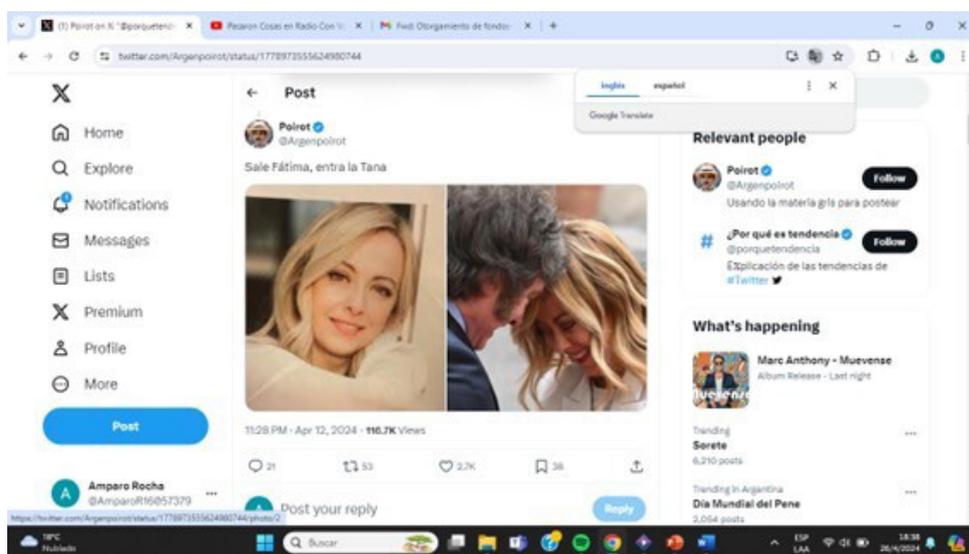


Ilustración 5. Posteo en X: “Sale Fátima, entra la tana”

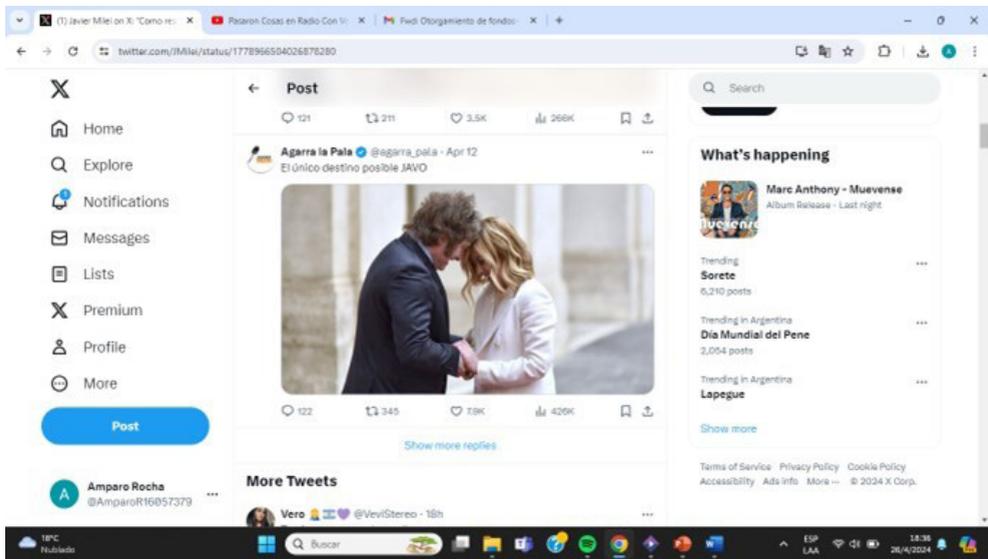


Ilustración 6. Posteo en X: “El último destino posible Javo”



Ilustración 7. Milei y Díaz Ayuso, muy cerca

Por otra parte, sus palabras agresivas: “ratas”, “degenerados”, acompañadas de gestos a tono, van impregnando la comunicación pública. La sociedad, a pesar de incomodarse, ha naturalizado en poco tiempo el exabrupto y la violencia como norma, tal que se extiende a ella en microviolencias cotidianas, verbales y físicas<sup>20</sup>.



**Ilustración 8.** Milei haciendo gesto de masturbarse, acompañando un mensaje con contenido de violencia sexual (sodomización forzada): “Hay un negocio creciendo de vaselina para economistas pifiadores seriales”.

## 6.2 Milei-león

Finalmente, el Milei-león: manifestación virtual, que supone un desplazamiento inédito al mundo de la red, en la que valen, no los votos legítimamente conseguidos, sino los *likes*, el número de visitas y las visualizaciones. Esta *cuantificación de la calidad* (BARTHES 2005): “soy bueno porque muchos me siguen”, propia de la democracia (en detrimento de las tiranías), se ha trasladado del ámbito político al mundo del mercado simbólico, en que

---

<sup>20</sup> Tal el caso de “Furia”, una participante del *reality show* Gran Hermano 2024 que se transformó en el centro indiscutible del programa, en base a una actuación de permanente violencia.

esos signos redundan en monetización. No es ilógico que un presidente fervientemente pro-mercado se vea a sí mismo como un emprendedor de “las ideas de la libertad” a escala planetaria.

En cuanto a este cuerpo leonino, domina lo virtual y expande sus efectos al mundo real, generando efectos cada vez más ficcionales. Si Milei se manifiesta ofuscado o directamente iracundo en sus palabras y gestos, el león mantiene su compostura y una faz digna y benévola. Aún en el uso explícito de una máquina destructiva como la motosierra, asociada a sangrientas películas de terror, la expresión de Milei-león es imperturbable. Sus antagonistas, en cambio, son representados como ratas.



**Ilustración 9.** Milei tomando lágrimas de “zurdos”



**Ilustración 10.** *Milei escrutando el horizonte*

Así como los gobiernos kirchneristas emprendieron una verdadera batalla cultural en los medios y en la currícula escolar, Milei también batalla y establece su *relato*. Él se siente la avanzada de una refundación que comienza en el país, pero se expandirá en el mundo entero. En esa empresa ha logrado algunos triunfos relevantes, tales como la instalación de ideas fuerza (VLLC!, la construcción de un colectivo, *la casta*, culpable de todos los males, y la materialización de dos metáforas: la motosierra, máquina que corta (recorta) violentamente y la licuadora, que licúa salarios. En tal sentido, no es casual ver muchas imágenes de motosierras asociadas al cuerpo de Milei y no de licuadoras: la primera, herramienta fálica que logra imponerse con violencia, es masculina y autoritaria; la segunda, reenvía al universo femenino del ama de casa y no aportaría elementos beneficiosos a la imagen del presidente<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> Tanto éxito han tenido esas dos figuras, que las utilizan políticos y analistas sin comillas,



**Ilustración 11.** *Milei motosierra*

---

es decir, sin establecer una distancia entre su voz y la del enunciador original.



**Ilustración 12.** Tapa de la biografía autorizada de Milei: *un presidente digno, noble, benevolente*

## 7. Conclusiones

Comenzamos ubicando la problemática del odio discursivo dentro del marco teórico de la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón, para proponer un enfoque que contemplara discursos centrados en cuerpos públicos de la política, no solo lingüísticos, sino multimedia en el escenario actual de hipermediatización. Presentamos una mirada histórica sobre cómo se han conformado antagonismos clave de la política argentina, firmemente arraigados a imaginarios corporales y sugerimos un enfoque interseccional que pudiera dar cuenta de modo más efectivo de las condiciones de la violencia social. Nos abocamos a indagar en representaciones de cuerpos presidenciales (Cristina Fernández de Kirchner, Milei), en vistas a sus posibles efectos de sentido, para culminar con una indagación del fenómeno Milei a partir del análisis de las manifestaciones mediatizadas de su imagen corporal, particularmente de su comunicación virtual.

En definitiva, en cuanto al tema que nos ocupa, la novedad que advertimos es un solapamiento entre el cuerpo presidencial real, del que pueden advertirse una gama de matices que van de la euforia a la inseguridad, y el cuerpo virtual, del cual el león es una creación compensatoria, que aporta templanza donde no la hay. En épocas de *fake news* y postverdad, la disputa entre lo real -la economía real, la política real- y lo virtual -un reino en que actores y espacios generados por IA proponen una ilusión- solo podrá resolverse en el mediano plazo, cuando esperanza, expectativas, confianza y creencia hagan una síntesis en cada ciudadano, luego de la experiencia del cambio mileísta.

## BIBLIOGRAFÍA

- BALIBAR, Etienne y WALLERSTEIN, Immanuel (1988), *Raza, nación y clase*, Madrid, IEPALA.
- BARTHES, Roland (2005), *Mitologías*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- BOURDIEU, Pierre (1986), “Notas preliminares sobre la percepción social del cuerpo”, en AA.VV., *Materiales de sociología crítica*, Madrid, La Piqueta.
- CANAVILHAS, Joao (2011), “El nuevo ecosistema mediático”, en *Comunicación*, pp. 13-24.
- CAMPO, Yamila y JUAREZ, Mariano (2023), “Todos los cómplices son de mi apetito”, en Guillermo Levy (compilador) *Ensayos urgentes*, Buenos Aires, Marea.
- CINGOLANI, Gastón y FERNÁNDEZ, Mariano (2019), *Cristina, un espectáculo político*, Buenos Aires, Prometeo.
- EKMAN, Paul y FRIESEN, W. (1969), “The repertorie of non verbal behavior”, en *Semiotica*, 1, pp. 49-98.
- FABBRI, Paolo (2000), *El giro semiótico*, Buenos Aires, Gedisa.
- GOFFMAN, Erwing (2006 [1956]), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
- GOFFMAN, Erwing (2006 [1963]), *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires, Amorrortu.
- HAN, Byung Chul (2013), *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- HJARVARD, Stig (2016), “La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social”, en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 20

Número 1, enero a junio, pp. 235-252,

- KNAPP, Mark (1982), *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, Barcelona, Kairós.
- KERBRAT ORECCHIONI, Catherine (1986), *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Buenos Aires, Hachette.
- KROTZ, Friedrich (2017), “Explaining the Mediatisation Approach, en Javnost – The Public, 24:2, pp. 103-118.
- MALRAUX, André (1889 [1933]), *La condición humana*, Barcelona, Edhasa.
- MARGULIS Mario y URRESTI, Marcelo (1998), *La segregación negada*, Buenos Aires, Biblos.
- FERRINI, Caterina y PARIS, Orlando (2019), *I discorsi dell’odio*, Roma, Carocci editore.
- PETRILLI, Raffaella (2020), “La estrategia publica dell’odio”, en [https://www.academia.edu/44518691/La\\_strategia\\_publica\\_dellodio](https://www.academia.edu/44518691/La_strategia_publica_dellodio)
- ROCHA ALONSO, Amparo (2002), “La cuestión del Otro en publicidad con niños y para niños”, V Congreso Internacional de la Federación Latinoamericana de Semiótica: Semióticas de la Vida Cotidiana, Federación Latinoamericana de Semiótica, Buenos Aires, Argentina, 28 al 31 de agosto.
- ROCHAALONSO, Amparo (2003) “*Rubio es mejor: modelo anglosajón versus modelomultiétnico en publicidad*”; 2º Jornadas de Jóvenes Investigadores; Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. ; 2 y 3 de octubre de 2003, Buenos Aires.
- SCOLARI, Carlos (2008), *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*, Buenos Aires, Gedisa.
- VERÓN, Eliseo (1985) “El análisis del contrato de lectura, un nuevo

método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media”, en *Les Medias: experiences, recherches actuelles, applications*, IREP, París.

- VERÓN, Eliseo (1987a), *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa.
- VERÓN, Eliseo (1987b), “La palabra adversativa”, en (ARFUCH, compiladora), *El discurso político*, Buenos Aires: Hachette.
- VERÓN, Eliseo (1987c), “Cuerpo y metacuerpo en democracia audiovisual”, en *Apres*, París, abril-mayo, pp. 32-35.
- VERÓN, Eliseo (1988 [1976]), “Cuerpo signifiante”, en (Rodríguez Illera, J. L. comp.), *Educación y Comunicación*, Barcelona, Paidós.
- WINKIN, Yves (1980), *La nueva comunicación*, Barcelona, Kairós.