IX Jornadas de Jóvenes Investigadores

Instituto de Investigaciones Gino Germani

1, 2 y 3 de Noviembre de 2017

**Autora:** Magalí Bucasich

**Afiliación Institucional:** Universidad de Buenos Aires – Facultad de Ciencias Sociales

**Correo electrónico:** [magalibucasich@gmail.com](mailto:magalibucasich@gmail.com)

**Máximo título alcanzado:** Lic. en Ciencias de la Comunicación Social / Maestranda en Gobierno

**Eje 5:** Política, ideología, discurso

**Título:** ¡Macri gato! Las modalidades de construcción de la figura de Mauricio Macri en *Facebook*.

**Palabras clave:** discursividades políticas – apropiaciones discursivas - *Facebook*

**1. Introducción: la conversación política en redes sociales**

Las profundas transformaciones en los modos de apropiación de lenguajes y técnicas, que caracterizan el escenario mediático contemporáneo, dan cuenta de un terreno en el que los usuarios producen sus propios discursos y los comparten: los ciudadanos prosumidores se insertan en una red definida por la interactividad, la reticularidad y la digitalización (Scolari, 2008). Como señala Slimovich (2011), con Internet asistimos a un desplazamiento hacia debates públicos entre comunidades virtuales que constituyen ámbitos de expresión ciudadana y que no son, necesariamente, legitimadas por los medios de comunicación masivos.

En línea con lo anterior, no resultaría novedoso señalar que las redes sociales se han convertido en arena política; se trata de espacios controversiales en los que innumerables voces se alzan para dar cuenta de sus visiones respecto de los distintos acontecimientos que se suceden en la realidad político-económica de nuestras sociedades. Vivimos tiempos en los que se evidencian cambios en el rol de los públicos en el proceso político, en palabras de Jenkins (2006): asistimos a un “tránsito de la concepción individualizada del ciudadano informado hacia el concepto cooperativo del ciudadano vigilante” (p. 211). La convivencia de estas formas de expresión popular en entornos digitales, con los medios masivos, genera un ensanchamiento de “lo público” (Wolton, 2007; Cheresky, 2006).

El presente trabajo es parte de una investigación denominada “Discursividades políticas en Internet. La mediatización de la coyuntura sociopolítica de la Argentina contemporánea en grupos cerrados de *Facebook*”[[1]](#footnote-1), la cual aún se encuentra en su primera fase. Por ende, los postulados que se desarrollan sólo tienen carácter exploratorio y persiguen la finalidad de trazar algunos lineamientos iniciales sujetos a problematizaciones posteriores.

Con este telón de fondo, nuestro objetivo se centra en dar cuenta de los sentidos que circulan alrededor del *hashtag* “Macri Gato” (#macrigato). Recordemos que el 16 de mayo de 2016, Luis Llanos, militante de La Cámpora, fue detenido en Calilegua – Provincia de Jujuy- por gritarle “gato” a Mauricio Macri quien se encontraba en un acto protocolar en el marco del Programa Acceso a la Casa Propia que desarrolla la compañía azucarera Ledesma SAAI para sus empleados; cabe destacar que la visita del presidente se efectuó en un clima de hostilidad por la detención de la diputada del Parlasur, Milagros Sala. Si bien sectores opositores al gobierno ya empleaban internamente el término “gato” para referir al presidente, a partir del hecho mencionado, su uso se volvió viral no sólo en redes sociales, sino también en la vía pública: la expresión puede verse desde en memes hasta carteles en manifestaciones. Incluso, un programador y diseñador de páginas web apodado “Ey, Pacha”, creó una aplicación cuya función consiste en cambiar en la computadora o celular de quien la descarga, el nombre “Mauricio Macri” por “Macri Gato” en los navegadores Chrome y Firefox.

En este sentido, se busca identificar los modos de construcción discursiva de la figura del presidente a partir del análisis de un corpus conformado por las publicaciones efectuadas, durante el año 2017, en el grupo secreto de *Facebook* “Resistiendo con Aguante”, “comunidad” nacida al calor del balotaje electoral de 2015 y que nuclea a un conjunto de ciudadanos adherentes a las propuestas de Unión Ciudadana (ex Frente para la Victoria).[[2]](#footnote-2)

La exposición adopta un enfoque sociosemiótico y comunicacional, por lo cual se consideran los aportes de Eliseo Verón en relación a la Teoría de los Discursos Sociales (1987) entendida como un “conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la semiosis social” que descansan sobre un postulado doble: “toda producción de sentido es necesariamente social” y “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido” (Verón, 1987, p.125).

Desde esta perspectiva, las publicaciones de los usuarios de *Facebook* son discursos sociales y, por ende, configuraciones espacio-temporales de sentido. Para describir el trabajo social de investidura de sentido en las materias significantes, la teoría establece que es necesario describir las operaciones discursivas subyacentes, las que se pueden identificar a partir de marcas que, por remitir a determinadas condiciones de producción, se convierten en huellas. Es preciso destacar que para dar cuenta del proceso de producción de sentido de un fragmento de la red que, por definición, es infinita, no basta con efectuar el análisis en producción ya que éste sólo permitirá plantear un campo de efectos posibles. Es necesario llevar a cabo un análisis sobre los efectos realmente producidos, para lo cual se necesita constituir un nuevo corpus cuyos componentes “lean” a los textos sometidos a estudio en el análisis en producción. Según esta teoría existe una distancia entre la instancia de producción y la de reconocimiento –llamada “circulación”- por lo que cada una requiere un análisis especifico. Al mismo tiempo, la teoría propone que no existen huellas de la circulación: la misma sólo puede hacerse visible en el análisis como “distancia” entre las huellas de las condiciones de producción y las huellas de las condiciones de reconocimiento.

Asimismo, el análisis contempla los tres niveles de construcción textual pripuestos por Steimberg (1993), quien diferencia en toda producción tres dimensiones constitutivas: la retórica, la temática y la enunciativa.

La primera de ellas abarca “todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la ‘combinatoria’ de rasgos que permite diferenciarlos de otros” (Steimberg, 1993: 44).

En lo que refiere a la dimensión temática, ésta se vincula con acciones y/o situaciones que responden a “esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto” (Steimberg, 1993: 44).

Finalmente, en lo que concierne a la dimensión enunciativa, vale destacar que Steimberg entiende la enunciación como “el efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se *construye* una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico”[[3]](#footnote-3) (1993: 44).

Si el enunciado se vincula con aquello que se dice, con el contenido, el nivel enunciativo hace alusión a una doble relación: “del que habla con lo que dice y aquella que, quien habla, propone al destinatario respecto de lo que dice” (Verón y Sigal, 2004:23). De este modo, se constituye un emisor y un receptor –enunciador y enunciatario– implícitos que no son necesariamente personalizables (Steimberg, 1993).

**2. Desarrollo: las apropiaciones de “Macri Gato” en *Facebook***

Al centrarnos en las redes sociales, numerosos investigadores sostienen que son formas de organización social que conectan grupos para poder coordinarse y actuar en conjunto facilitando, de este modo, el encuentro e intercambio entre personas con intereses similares (Rondfeldt, 2006; Boyd y Ellison, 2007)

Si nos enfocamos en la interfaz de *Facebook*, hallamos en ella metáforas de publicación (biografía, comentar, “me gusta” o las nuevas “me divierte”, “me desagrada”, “me enoja”, etc.) y metáforas de conexión (unirse a un grupo, solicitar amistad o hacerse fan, entre otras) que agilizan los intercambios de sus usuarios –agentes y distribuidores de contenidos- al poner en juego un lenguaje que retoma elementos de la comunicación cara a cara (Adams, 2007; López y Ciuffoli, 2012). A su vez, en dicha red social encontramos formas de comunicación hipermediáticas que trascienden el medio; se trata de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico en un entorno que se caracteriza por una cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí (Scolari, 2012).

Al detenernos en los usos de *Facebook*, notamos que aquellos que persiguen fines políticos no han dejado de incrementarse; varios teóricos e investigadores hallan la causa de este fenómeno en un debilitamiento de los partidos tradicionales y una reconfiguración de la ciudadanía a partir de la atomización del lazo social, procesos que han ido instituyendo la progresiva disolución de los mecanismos de cohesión política, los que, al menos hasta ahora, no han sido socavados por completo (Uribe y Gunter, 2007; Martín Barbero, 2008; Strombäck, 2010).

Numerosas voces, provenientes de distintas disciplinas y enfoques, se alzan para trazar los límites y posibilidades de este escenario. Por una cuestión de espacio, citaremos, brevemente, algunas de ellas. Desde una perspectiva crítica, Uribe y Gunter (2007) destacan el peso de la espectacularización, la apuesta por nuevas narrativas y estéticas basadas en el protagonismo de las emociones y el predominio del conflicto y los escándalos; mientras que Missika (2006) señala que la profundización informativa queda relegada a un segundo plano y se tiende a incrementar la presencia de lo anecdótico y lo superficial, lo que conlleva al empobrecimiento del debate político, ahora trivializado.

Otros, como Wolton (1995), conciben el fenómeno como un modo de ensanchamiento del espacio público dado que, lo que él llama “comunicación política”, va en línea con el fortalecimiento de la democracia, y esto porque habilita un canal que abre el diálogo con la comunidad y en el cual se confrontan discursos opuestos; en este sentido, Hartley (2000), hace hincapié en la potenciación de la conexión de los ciudadanos con el proceso democrático y la expansión del debate público.

En esta línea, Mouffe (2007) sostiene que el conflicto es constitutivo de la vida social -de ahí la imposibilidad de erradicarlo- razón por la que se requieren colectivos de identificación fuertes que movilicen pasiones políticas; desde esta concepción, lo pasional –la recurrencia al *pathos*- es parte integrante de la argumentación política. En relación a esto último, Charaudeau (2009) señala que los discursos que pertenecen a la comunicación política, entre otros, evidencian no sólo una argumentación lógica sino que prevalece “una puesta en escena persuasiva en la que, con imaginarios de verdad en el fondo, *ethos* y *pathos* obtienen la mejor parte, dejándole al logos la peor” (pág. 278); la confluencia entre pasión y razón intenta dar cuenta de qué es lo que nos impulsa a adherirnos a tal o cuál propuesta.

Finalmente, se destaca la inclusión de temas que quedan fuera de los espacios informativos tradicionales, creando un efecto de ampliación de agenda, (Bird, 2000) y la contribución a la reducción de la desafección política de los ciudadanos a través de la simplificación de los mensajes propiciada por la lógica del entretenimiento (Baum, 2003; Van Zoonen, 2005; Adam y Maier, 2010).

Por último, en lo que se refiere al estudio de las discursividades políticas en *Facebook*, hallamos investigaciones que hacen hincapié en el vínculo directo entre gobernantes y gobernados que allí se abre paso (Slimovich, 2012), a través del análisis de las páginas oficiales de los políticos y los intercambios entre usuarios que se suscitan en ellas (Tuñez y Sixto, 2011; Slimovich, 2012; Slimovich y Carlón, 2012)

Como se ha observado, no abundan estudios que se enfoquen en la aparición de lo político en grupos secretos de *Facebook*, por este motivo nuestra propuesta puede resultar un aporte al campo de las nuevas modalidades de intervención en el debate público.

Ahora bien, ¿qué es un “grupo secreto”? Entre las múltiples opciones que ofrece la red social para nuclear usuarios con intereses similares, se encuentran los “grupos” los cuales pueden detentar tres niveles de privacidad: público, cerrado, secreto; la principal diferencia entre ellos radica en el modo en el modo de ingreso de los participantes. En los grupos públicos, cualquier usuario puede unirse y cualquier miembro puede agregar o invitar a alguien; en los grupos cerrados cualquier integrante puede invitar o agregar a alguien, pero si no se cuenta con esa invitación, es preciso solicitarla, es decir, no es posible unirse de forma automática. Por último, en el caso de los grupos secretos no es posible unirse a menos que se cuente con la invitación de un miembro.

Como ya mencionamos, “Resistiendo con aguante” es un grupo secreto que nuclea a adherentes a las propuestas del kirchnerismo. Nació en octubre de 2015 luego de que las elecciones presidenciales declararan el balotaje entre el candidato del Frente para la Victoria, Daniel Scioli, y el de Cambiemos, Mauricio Macri. Luego del triunfo de este último, el grupo no hizo más que crecer en número de participantes: al día de la fecha 517.801 miembros. El tipo de publicaciones que allí circula es variado: viralización de notas periodísticas, memes, convocatorias a marchas y manifestaciones, opiniones sobre las políticas públicas e, incluso, palabras de aliento y consuelo.

Si nos detenemos en los significados del término “gato” en el lunfardo argentino, podemos mencionar que durante la década del ’30, fue acuñado para nombrar a aquellos señores que esperaban a las actrices en las salidas de los teatros; en este sentido, es preciso señalar que “gato” no refiere al felino, sino que proviene del lunfardo “gatillar” que significa “pagar”: gato es quien gatilla. Sin embargo, más tarde, a raíz de las mutaciones en los usos del término, pasó a hacer referencia a las prostitutas, de ahí que “gato” es quien ejerce la prostitución e, incluso, puede extenderse a aquella mujer que mantiene relaciones con muchos hombres. Por otro lado, si la expresión se emplea para aludir a un hombre, es porque es atractivo y conquista a numerosas mujeres. A su vez, su uso es corriente dentro del léxico carcelario: el gato es quien sirve a otros en un pabellón realizando las tareas más básicas.

Más allá de la intencionalidad de cualquier emisor empírico, si atendemos a los modos de apropiación de la expresión en Resistiendo con aguante, podemos detectar, al menos, tres ejes temáticos en los que se ancla: **a)** el ajuste económico, **b)** la represión de las protestas y **c)** la ignorancia del mandatario y sus adherentes.

Se advierte que, en los tres ejes, los discursos están atravesados por sucesivas confrontaciones entre los “buenos”/”héroes” y los “malos”/ “villanos” que moldean un conflicto entre actores irreconciliables. La construcción de estas antinomias da lugar a un “nosotros” vs. “los otros” que signa la mayor parte de las publicaciones. En términos de Verón (1987) podríamos decir que se trata de los pro-destinatarios y los contra-destinatarios discursivos.

Más allá de estas similitudes en el nivel enunciativo, existen variaciones formales, dado que conviven y, en algunas ocasiones, se mixturan, modulaciones de uso serio, irónico y/o humorístico, dotadas de una fuerte dosis de polemicidad. En las líneas que siguen procuraremos describir cada uno de los ítems mencionados.

Como ya mencionamos, uno de los ejes temáticos a trabajar recupera la figura del presidente para colocarlo como el principal responsable del proceso de ajuste económico que genera el empobrecimiento de la sociedad. En estos casos, es habitual que se empleen determinados recursos que operan como evidencias de lo anteriormente expresado. En este sentido, abundan listados que enumeran las medidas tomadas por el gobierno en detrimento del pueblo; así podemos leer frases como: “bajar el salario de los trabajadores”, “sumar desocupados a mansalva”, “endeudamiento por u$d 50 millones”, entre otros. Otro modo de listar es a través de la recopilación de titulares, como podemos observar en la **figura 01**. También, suelen emplearse fotos que, por su carácter indicial, aportan pruebas sobre la realidad del país; las más recurrentes son aquellas en las que se ve comercios en vías de ser cerrados con carteles que expresan: “imposible seguir con el aumento de los servicios y la baja de ventas”, “nos liquidó el gobierno”, “el tarifazo nos bajó la persiana”, entre otros.



***Figura 01***

En estos casos, “Macri Gato” alude al presidente como representante no del pueblo, sino de las corporaciones, en tanto trasfiere recursos a los sectores más concentrados fomentando un estado de desigualdad social: Macri es el “gato” de las empresas dado que trabaja a su servicio. A través del argumento del presupuesto de evidencia (Charaudeau, 2009) se recuerda qué es lo que podemos aceptar o no como sociedad, sin embargo, no existe tendencia alguna a profundizar o efectuar análisis exhaustivos sobre las problemáticas que atañen al país.

Por lo general, en estas publicaciones se recurre a una suerte de dramatización de la escena política a partir de la comparación nostálgica entre “lo que tenemos” y “lo que se perdió”; en este sentido, son recurrentes las alusiones a la ex presidente Cristina Fernández de Kirchner, sobre la que nunca recae una mirada crítica. Por ejemplo, si nos detenemos en la **figura 01**, podemos leer “CFK le daba más de los pobres y trabajadores pedían”: a partir de esta simplificación, la figura de la ex mandataria queda cargada de una suerte de generosidad excepcional y no como la de alguien en ejercicio de sus funciones públicas, al tiempo que se deslegitima cualquier tipo de reclamo efectuado durante su gestión.

El segundo de los ejes detectados es aquel que refiere a la represión de las protestas durante el gobierno de Macri. En las publicaciones que enmarcamos dentro de este apartado, advertimos una fuerte asociación entre los conceptos “represión” y “dictadura”, dado que, en líneas generales, se trata de noticias de medios on-line acompañadas por comentarios como: “Macri, basura, vos sos la dictadura”, “Gato dictador”, “resistiendo a la dictadura del gato”, entre otras. Señalamos que, en estos casos, se produce una deslegitimación del carácter democrático del actual gobierno, a pesar de haber sido elegido por el voto popular, por su uso de la violencia policial contra manifestantes.

Por lo tanto, reconocemos que hay consenso a la hora de definir “Macri Gato” como un represor que al mismo tiempo es dictador, lo cual pone en tela de juicio a las instituciones y a lo que hace a un régimen democrático. Sim embargo, a pesar de la seriedad de la acusación, no abundan las argumentaciones.

El último eje temático es el que remite a la ignorancia del presidente en lo que respecta a cuestiones de “cultura general”. Aquí Macri es “gato” por desconocer determinadas cuestiones que se espera que un presidente conozca.

En estos casos, suele emplearse el tropo irónico para incurrir en una burla. No obstante, en este punto, resulta interesante mencionar los postulados de Hutcheon ([1985], 2000), quien señala que el tropo irónico es susceptible de ser analizado desde una doble perspectiva: la formal, como antífrasis, y la pragmática, en tanto estrategia evaluativa. Desde esta óptica, el contraste semántico no es su única función ya que, también, juzga. De este modo, a fuerza de invectivas o críticas, se busca dar cuenta de una evaluación con la que se efectúa un juicio moralizante.

Por ejemplo, en la **figura 02** podemos ver cómo se retoma un episodio en el que Macri se encontraba en Misiones, en plena campaña electoral para las PASO del presente año, y dijo: “Cada vez más gente de distintas partes del mundo va a venir a Misiones, a conocerlos, a disfrutar de su amistad. A conocer esas cataratas, la la ¿cómo se llama? El lugar de los jesuitas y todas las cosas maravillosas que tienen ustedes para mostrar”



***Figura 02***

La imagen, parodia de una pieza publicitaria para promover el turismo en Misiones, muestra una foto de las Ruinas de San Ignacio a la que se le adjunta la frase: “Visitá Misiones. Conocé “el coso de los jesuitas””. Como señala Hutcheon, es preciso no perder de vista el juicio moralizante: más allá de lo reidero, el presidente debería conocer dicho lugar histórico.

**3. Consideraciones finales**

Las sociedades de hoy presentan, como nunca antes, una marcada tendencia a tornar públicas las propias opiniones y creencias a través de prácticas de apropiación individual de lenguajes y técnicas.

A lo largo de este recorrido se puso el foco en dar cuenta de las modalidades de construcción de la figura del presidente Mauricio Macri a partir de la apropiación de la expresión “Macri Gato” en Resistiendo con aguante.

En esta fase inicial de la investigación consideramos que “Resistiendo con aguante” es una comunidad con una creencia ideológica en común, en términos de Van Dijk (2005), se trata de un grupo que comparte representaciones sociales que definen su identidad y que entra en relación con otros grupos en función de sus metas e intereses. Es así como, en el plano enunciativo predomina el uso de la segunda persona del singular creando un nosotros inclusivo que se define por ser kirchnerista pero, ante todo, anti-neoliberal. De este modo, quedan configurados un pro y un contradestinatario (Verón, 1993) que fundan una identificación a partir de la polémica: “nosotros”[[4]](#footnote-4) vs. “los otros”. A pesar de la presencia de este rasgo distintivo de todo discurso político (Verón,1987), detectamos la tendencia a que la figura del paradestinatario, es decir, el “indeciso”, quede diluida; por ende, no podemos referir, en términos estrictos, a las publicaciones analizadas como parte de ese tipo discursivo. Para atender a esta cuestión, diremos que se trata de un espacio (virtual) en el que se pone de manifiesto una conversación sobre lo político, que mantiene una mirada vigilante sobre el accionar del presidente y sus repercusiones en la sociedad.

De lo planteado a lo largo de la exposición, se desprenden las siguientes hipótesis a modo de líneas de trabajo a profundizar:

1. Los fenómenos de mediatización de la coyuntura sociopolítica contemporánea presentan una tendencia a tornar públicas las propias creencias en las que la argumentación pasional y, a veces, la lógica, la invectiva y la ironía se funden en un escenario donde los límites entre participación comprometida en el debate público y una suerte de “opinología” se tornan difusos.
2. El análisis de manifestaciones discursivas emplazadas en entornos Web como *Facebook*, ofrece un marco de investigación idóneo para detectar ciertas tópicas del imaginario social concernientes a la producción mediática en Argentina, debido a que se presentan como espacios de apropiación de significados culturales vinculados con prácticas sociales como el ocio, la recreación, la contestación y la participación.
3. Las nuevas discursividades políticas se gestan al sumarse nuevas voces a la esfera pública e implican nuevos vínculos entre ciudadanos devenidos en usuarios vigilantes.

Nos encontramos frente a un territorio donde reina la ambigüedad y se torna dificultoso sacar conclusiones específicas, lo que nos lleva –más que a un cierre– a una invitación a continuar con el estudio de estas manifestaciones discursivas que, creemos, son importantes a la hora de entender la producción significante en el terreno de lo político.

**Bibliografía**

Carlón, M. (2013) *El fin de los medios masivos*. La crujía, Buenos Aires.

Charaudeau, P. (2009), “La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político” en *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolivar*. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

Hutcheon, L. (2014) *Una poética del postmodernismo*. Prometeo, Buenos Aires

López, G. y Ciuffoli, C. (2012) *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y despúes.* La crujía, Buenos Aires.

Mouffe, C. (2007) *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva.*Gedisa, Barcelona.

--------------- (2012). “El texto DIY (Do It Yourself)” en Carlón Mario y Scolari, Carlos (comps.) *Colabor\_arte. Medios en la era de producción colaborativa.* La Crujía, Buenos Aires.

Slimovich, A. (2012) “El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri”, en Carlón, M. y Neto, A. (comps*.), Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. La Crujía, Buenos Aires.

Steimberg, O. (1993) “Proposiciones sobre el género”, en *Semiótica de los medios masivos.* Atuel, Buenos Aires.

Verón, E.(1987) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa, Buenos Aires.

---------------(1987) “La palabra adversativa” en: AA.VV., *El discurso político. Lenguajes y acontecimiento*. Hachette. Buenos Aires.

Verón, E. y Sigal, S. (2004) *Perón o Muerte. Los Fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Eudeba, Buenos Aires.

Wolton, D. (1995) *El nuevo espacio público. La comunicación política: construcción de un modelo*. Gedisa. Barcelona.

1. El plan de trabajo corresponde a una Beca UBACyT de Maestría. [↑](#footnote-ref-1)
2. El presente trabajo fue realizado en el marco del Proyecto UBACyT: Absorciones y retomas discursivas. El campo de los efectos, dirigido por María Rosa del Coto y co-dirigido por Graciela Varela. [↑](#footnote-ref-2)
3. El subrayado corresponde al original. [↑](#footnote-ref-3)
4. Si bien a lo largo de la presentación no hemos hecho mención a contradicciones internas en el grupo, eso no implica que no existan. Como señalamos, se trata de una etapa exploratoria de la investigación por lo que recurrimos a dicha simplificación con la finalidad de trazar algunos lineamientos iniciales. [↑](#footnote-ref-4)