

Recibido el 22\_08\_2018 | Aceptado el 23\_10\_2018

# LA VISIBILIZACIÓN DE UN ESCÁNDALO POLÍTICO FINANCIERO EN TWITTER. EL CASO DE SEBASTIÁN PIÑERA Y LOS 'PANAMA PAPERS' EN CHILE

THE VISIBILITY OF THE FINANCIAL SCANDAL OF 'PANAMA PAPERS' ON TWITTER:  
THE CASE OF SEBASTIÁN PIÑERA IN CHILE

Camila Pérez Lagos y Camila Cabral Salles

| perez.lagos.camila@gmail.com | camila.cabralsalles@gmail.com |

Laboratorio de investigación: Comunicación, Información y Medios (CIM-ERCOMES)  
Universidad Sorbonne Nouvelle-Paris 3



**Resumen.** El presente artículo busca aportar a la discusión sobre el rol de los medios en línea frente a casos de interés público, en este caso un escándalo político financiero (Thompson, 2001). Para ello se indagó en cómo se visibiliza (Thompson, 2001 y 2005), a través de Twitter, la vinculación del candidato presidencial Sebastián Piñera con el escándalo sobre los paraísos fiscales, en particular, por el caso de los 'Panamá Papers'. Se fijó como límite temporal los meses de candidatura presidencial concluyendo en la primera vuelta de las elecciones presidenciales en Chile (entre el 21 de marzo y el 19 de noviembre del 2017). Se concluyó que en Twitter el escándalo se visibiliza a través de tres actos principales: desacreditar, enfrentar y tomar posición; y dos actos secundarios, a la frontera entre un acto y otro: desenmascarar y federar. En este sentido, las redes sociales permiten establecer un espacio de cuestionamiento a las democracias actuales, de interacción con otros medios de comunicación dichos «tradicionales», y, en definitiva, debatir frente a temas que afectan a la ciudadanía, como en este caso la creación de empresas en paraísos fiscales por parte de un ex presidente y actual candidato presidencial. Como señala Cardon

(2010), Internet amplía el espacio público, transformando la naturaleza misma de la democracia. **Palabras clave:** redes sociales; Twitter; escándalo financiero; *Panama papers*; actos de habla.

**Abstract.** This article seeks to contribute to the discussion about the role of online media in cases of public interest, in this case a financial political scandal (Thompson, 2001). For this, it was inquired into how it becomes visible (Thompson, 2001 & 2005), through Twitter, the link between the presidential candidate Sebastián Piñera and the scandal over tax havens, in particular, the case of the ‘Panama Papers’. The months of the presidential candidacy were set as the time limit, concluding in the first round of the presidential elections in Chile (between March 21 and November 19, 2017). It was concluded that on Twitter the scandal is visible through three main acts: discredit, face and take position, and two secondary acts, placed between them: unmask and federate. In this sense, social networks allow us to establish a space for questioning current democracies, for interaction with other “traditional” communication media, and ultimately to debate issues that affect citizens, as in this case the creation of Companies in tax havens by a former president and current presidential candidate. As Cardon (2010) points out, Internet expands the public space, transforming the nature of democracy. **Keywords:** Social media; Twitter; Financial scandals; Panama papers; Speech act.

## 1. Contexto

El escándalo de los *Panama Papers* sale a la luz el 3 de abril de 2016 con la filtración de los documentos de Mossack Fonseca que se realizó en dos etapas: primero, se enviaron 11,5 millones de documentos entre los que se encuentran al menos 200.000 sociedades *offshore* que funcionan en más de 200 países (*ciperchile.cl*). Estos documentos fueron entregados en el 2015 al diario alemán *Süddeutsche Zeitung*, quienes, a su vez, los envían al Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ), quienes trabajaron en colaboración con 109 medios en el mundo. Rodríguez (2016) explica que los periodistas trabajaron de manera mancomunada en red: «el ICIJ posee una plataforma desde la que se conectan los miembros en teleconferencia. La plataforma permite, como una red social, la constitución de grupos, foros y conversaciones bilaterales» (Rodríguez, 2016: 112). Finalmente, la información fue publicada el 3 de abril del 2016, figurando como la mayor filtración de documentos de la historia reciente. Edward Snowden, señaló en su cuenta oficial de Twitter lo siguiente: «Biggest leak in the history of data journalism just went live, and it’s about corruption»<sup>1</sup>. La dimensión de la investigación

---

[01] «La filtración más grande en la historia del periodismo de datos acaba de comenzar, y se trata de corrupción» (traducción de las autoras).

superó a las ya gigantescas revelaciones de cables diplomáticos que había llevado a cabo WikiLeaks en 2010, con «11,5 millones de documentos, más de 200.000 empresas offshores» (Rodríguez, 2016: 113).

Según Obermayer y Obermaier (2016), las cuentas sacadas a la luz por estos documentos funcionarían para conservar dinero de origen ilícito, pero además para eludir impuestos en los países donde se realizaron los negocios que dieron fruto a capitales colosales. Como señala Perrot (2016), este tipo de cuentas funcionan para las actividades manejadas fuera de las fronteras o para los capitales tratados en el extranjero que permite aplicar reglas diferentes, más permisivas en términos de fiscalidad o de control. Lo anterior no es calificado de delito penal ya que no es ilegal; sin embargo, está al menos al margen de la ética. Empresarios, figuras públicas y, sobre todo, políticos mantienen un discurso tajante frente al pago de impuestos en sus países, pero sus acciones parecen ser, al menos, contradictorias. Al respecto, ver por ejemplo la intervención de Sebastián Piñera el 14 de septiembre 2017 en el marco del foro ‘Generación de empleo, un motor para el desarrollo. Desafíos de América Latina’ en Guayaquil, Ecuador<sup>2</sup>:

«Es muy importante que los paraísos fiscales desaparezcan. Porque muchas veces se utilizan para actividades reñidas con la ley y la moral, como lavado de dinero u ocultamiento de dinero que provienen del narcotráfico y del crimen organizado, o muchas veces se utilizan para evadir impuestos» (Piñera, 2017).

Cabe mencionar que cualquier investigación a alguna de las empresas situadas en paraísos fiscales se torna compleja, ya que existe el llamado ‘secreto bancario’ que apela a la protección de la esfera privada; en el caso de Panamá es la «Loi 32 [sobre sociedades anónimas] assure la confidentialité sur les actifs, les transferts et, surtout, les propriétaires d’entreprises, et accorde l’exemption d’impôt aux sociétés anonymes» (Obermayer y Obermaier, 2016: 21)<sup>3</sup>. Sin embargo, como plantea Perrot (2016), el problema internacional aparece cuando la instancia que pide levantar el secreto bancario es una administración fiscal o el órgano judicial de terceros países. Sobre este tema, la fuente de la filtración de los *Panama Papers*, quien tras recibir innumerables críticas focalizadas en el «derecho a la privacidad» responde en una

---

[02] Video disponible en línea: <https://www.youtube.com/watch?v=u1lypZCjZg>

[03] «Ley 32 (sobre sociedades anónimas) asegura la confidencialidad sobre los activos, transferencias y, sobre todo, los propietarios de empresas, y otorga la extensión de impuesto a sociedades anónimas» (traducción de las autoras).

carta titulada ‘La revolución será digitalizada’, donde subraya que la desigualdad en los ingresos es un problema de orden mundial. Las riquezas y los negocios ilícitos se gestionan justamente a través de empresas fantasmas desde Panamá, siendo uno de los ejemplos el bufete de abogados Mossack Fonseca. En este marco, «los Panamá Papers son, sin más, un síntoma evidente de la moral decaída y progresivamente enferma de nuestra sociedad» (Doe, 2016). Recordemos que, según Zucman (2013), la riqueza alojada en los paraísos fiscales (no tan sólo en Panamá) alcanzaría el ocho por ciento del patrimonio financiero mundial.

Según el Centro de Investigación Periodística (CIPER, 2016), entre los beneficiarios chilenos de las sociedades *offshore* creadas por Mossack Fonseca aún activas, figuran: el ex presidente de la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC), de la Sociedad Nacional de Minería (Sonami) y socio del ex jefe financiero de la DINA, el abogado Alfredo Ovalle Rodríguez; el empresario Isidoro Quiroga Moreno, quien ha hecho millonarios negocios con la venta de derechos de agua entregados por el Estado; el dueño de la empresa El Mercurio S.A.P., Agustín Edwards Eastman; el ex ministro de Hacienda, candidato presidencial y hasta hace poco director de Soquimich, Hernán Büchi Buc; la familia Calderón Volochinsky, controladora de la empresa de *retail* Ripley; y los empresarios de las apuestas y juegos de azar, Luis y Lientur Fuentealba Meier, entre otros.

Dentro de los casos de chilenos vinculados a cuentas en paraísos fiscales, el que llamó principalmente la atención fue el de Sebastián Piñera quien, una vez que salieran a la luz pública los datos, tuvo que admitir su vínculo con Mossack Fonseca. Lo llamativo del asunto es que Sebastián Piñera fue presidente de Chile, entre los años 2010 y 2014, momento donde la empresa Exalmar —de la que él es parte— se encontraba activa mientras que Piñera mantenían negociaciones de terreno marítimo entre Chile y Perú en la Haya. Por lo anterior, se le acusó de haber realizado inversiones en empresas peruanas que mantenían sede en Panamá gracias a información privilegiada.

El 18 de noviembre del 2016, el Cuarto Juzgado de Garantía de Santiago admite una querrela en contra del ex presidente, por la que fue investigado durante nueve meses y, finalmente, el caso fue sobreesido, el 3 de agosto del 2017. Paralelamente a la investigación, Sebastián Piñera lanzó su candidatura como pre-candidato presidencial, el 21 de marzo del 2017. Después de ganar en las primarias de la derecha del 2 de julio 2017, se transformó en el candidato de la coalición de derecha Chile Vamos, que reúne los partidos Unión Demócrata Independiente, Renovación Nacional, Evolución Política y Parti-

do Regionalista Independiente, entre otros independientes de derecha. Tras la primera vuelta de las elecciones presidenciales el 19 de noviembre 2017, Piñera obtuvo el 36 por ciento de los escrutinios. Finalmente, el 11 de marzo 2018, Sebastián Piñera fue elegido como presidente de la República de Chile con un 54 por ciento de votos.

## 2. Referencias conceptuales

Thompson (2001) define el escándalo como lo que «denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública» (Thompson, 2001: 32). Un escándalo implica: «a) un cierto grado de conocimiento público sobre las acciones o los acontecimientos; b) un público compuesto por no participantes que tienen conocimiento de ellos; y c) un proceso por el que ese conocimiento se hace público o se vuelve visible, y mediante el cual las acciones o los acontecimientos llegan a ser conocidos por terceros» (Thompson, 2001: 49). En este sentido, podríamos señalar que el escándalo tiene un aspecto paradójico, ya que «le moment où est révéleé publiquement l'existence d'une contradiction entre idéal normatif et pratiques est aussi celui où il redevient possible de faire disparaître une telle contradiction» (Comité de edición, 2005: 4)<sup>4</sup>.

En particular un escándalo político-financiero —que sería el que aqueja a Piñera, distinto a los escándalos sexuales o los escándalos de poder— se definen como el escándalo que «pone de relieve la existencia de una interconexión ilícita entre el dinero y el poder y, de este modo, aumenta las posibilidades de que las normas y los procedimientos para el ejercicio del poder político puedan verse comprometidos por la influencia de ocultos intereses económicos» (Thompson, 2001: 220).

Por su parte, Boltanski (1990) desarrolla un sistema actancial de la denuncia donde se incluye: 1) al que denuncia; 2) el que está a favor de que la denuncia se haga; 3) el que está en detrimento de que ésta se ejerza; y 4) aquel ante quien se opera la denuncia.

«La dénonciation de l'injustice suppose en effet la désignation d'un coupable ou d'un responsable qui peut [...] être représenté par une synecdoque d'abstraction (par exemple, "le capitalisme", dans un énoncé syndical destiné à protester contre des licenciements) ou être identifié et désig-

---

[04] «El momento donde se revela públicamente la existencia de una contradicción entre ideal normativo y práctica, es también lo que vuelve posible hacer desaparecer una tal contradicción» (traducción de las autoras).

né nommément. Le dénonciateur doit convaincre d'autres personnes, les associer à sa protestation, les mobiliser» (Boltanski, 1990: 300)<sup>5</sup>.

En este sentido el escándalo también puede ser entendido como una forma de movilización política, ya que tendría un componente transformador. Primero se genera una denuncia, luego hay una investigación; lo anterior provocaría la toma de posición por parte de los ciudadanos. Para Boltanski (2007: 124) «la dénonciation constitue donc ici une médiation nécessaire de l'orientation vers l'action»<sup>6</sup>. Ver, por ejemplo, el escándalo político Watergate que, como recuerda Rodríguez (2016), después de la revelación del *Washington Post* se desencadenó el pedido de *impeachment* contra el presidente Nixon.

Ahora bien, Thompson (2001) plantea que las consecuencias de un escándalo político financiero varían según el contexto, según las relaciones entre poder político y económico, esto es, las diferencias en el derecho que regulan la actividad de los políticos, entre otros. En este marco, los medios serían una herramienta para visibilizar las problemáticas que son invisibles para la opinión pública: «parvenir à la visibilité par les médias revient à gagner un genre de présence ou de reconnaissance dans l'espace public qui peut aider à attirer l'attention sur une situation sociale ou faire avancer une cause» (Thompson, 2005: 86)<sup>7</sup>.

En este contexto, diversos autores coinciden en el hecho de que Internet permite mostrar cuestiones de interés público que los medios tradicionales no necesariamente exponen. Como plantea Rodríguez (2016: 1) «los medios de comunicación masivos se han construido, paralelamente, en grandes conglomerados monopólicos que con dificultad pueden asegurar una verdadera variedad de opiniones y así garantizar la libertad de expresión». Lo que plantea la autora es patente en el caso de Chile, donde los medios de comunicación sufren de desconfianza por parte de los ciudadanos justamente por las razones expuestas previamente. En este sentido, Internet es comprendido como un «espacio de autonomía en gran medida fuera del control del gobierno y

---

[05] «La denuncia de la injusticia supone, en efecto, la designación de un culpable o responsable que puede [...] ser representado por una sinécdoque o abstracción (por ejemplo, 'el capitalismo', en un enunciado sindical destinado a protestar contra despidos) o ser identificado y designado nominalmente. El denunciador debe convencer a otras personas, asociarlas a su protesta, movilizarlas» (traducción de las autoras).

[06] «La denuncia constituye aquí una mediación necesaria de la orientación hacia la acción» (traducción de las autoras).

[07] «Alcanzar la visibilidad en los medios se iguala a ganar un modo de presencia o de reconocimiento en el espacio público que puede ayudar a llamar la atención sobre una situación social o hacer avanzar una causa» (traducción de las autoras).

corporaciones que, a lo largo de la historia, han monopolizado los canales de comunicación como cimiento de su poder» (Castells, 201: 20).

Por su parte, Cardon y Granjon (2013: 8) señalan que frente al contexto tecnológico, los movimientos «orientent leur action collective vers la critique des médias dominants et/ou mettent en oeuvre des dispositifs alternatifs de production d'information»<sup>8</sup>. Es decir, frente a los medios 'dominantes' — que están presionados por los *lobbies*, que buscan el sensacionalismo sobre la información y que han sido históricamente los encargados de reproducir un pensamiento único— Internet y las redes sociales se presentan como un espacio más plural en el que los ciudadanos tienen 'derecho' a tomar la palabra, coordinarse y tratar los temas que les interesen. Entendiendo este espacio crítico como un lugar donde se comunica a los ciudadanos «aspectos de la vida pública que los dirigentes partidarios o los funcionarios preferirían mantener bajo reserva» (Muraro, 1997, citado en Rodríguez, 2016: 2). En suma, Internet constituye un espacio de comunicación horizontal que puede ser manejable por los mismos usuarios (Castells, 2001).

Por su parte, França (2012) señala que los medios de comunicación constituyen un espacio privilegiado para que la sociedad hable consigo misma y a propósito de sí misma. El silencio de algunos hechos en la agenda de los medios tradicionales puede presentar un peligro, pero ¿cómo pueden los usuarios dar visibilidad a los acontecimientos que los medios no tratan? Como plantea Cardon (2010) la mayoría de los hogares tienen acceso a Internet y, por consiguiente, a través de este 'nuevo medio' se logra dar visibilidad a acontecimientos y a hechos que los *media* 'tradicionales' no quieren tratar o insisten en silenciar. Para el mismo autor, Internet amplía el espacio público, transformando la naturaleza misma de la democracia. En este sentido, en la era digital, la democracia cambia de configuración porque la Web permite una prolongación del espacio público, transformando también la capacidad de participación de los ciudadanos. En sus palabras, este público «antes bajo control, [ahora] se emancipa» (Cardon, 2010).

Por su parte Miguel Moya Sánchez y Susana Herrera Damas (2015), quienes se refieren específicamente a la plataforma Twitter, destacan que:

«La evolución tecnológica ha generado medios como Twitter que constituyen un nuevo espacio donde dar publicidad a aquellos asuntos políticos que se discuten en un ámbito privado, como consecuencia de las dificultades que encuentran los ciudadanos para acceder a los medios de comu-

---

[08] «Orientan su acción colectiva hacia la crítica de los medios dominantes y/o a la implementación de dispositivos alternativos de producción colectiva» (traducción de las autoras).



nicación de masas [...]. Son ahora los ciudadanos y no las masas quienes utilizan los nuevos medios» (Moya Sánchez y Herrera Damas, 2015: 4).

En particular, las redes sociales como Twitter e Internet en general, pueden ser entendidas como un espacio de visibilidad, de compromiso político y de denuncia. Según Cardon y Granjon (2013), desde comienzos del siglo XXI, los militantes pueden encontrar en Internet un espacio particularmente adaptado a la construcción de nuevas formas de movilización y compromiso. Los medios en línea adquieren un rol fundamental frente a casos de interés público, quedando a la frontera entre el poder y la ciudadanía.

Además, es bien sabido que Internet está ocupando un papel importante durante las campañas políticas electorales en un gran número de democracias. Desde la campaña de Barack Obama en 2008 en los Estados Unidos, muchos trabajos analizaron cómo el uso de las tecnologías modernas pueden ser puestas a disposición de campañas electorales, transformando la Web, las redes sociales y los *smartphones* en verdaderas herramientas de divulgación, cuando son utilizadas de manera inteligente y eficaz (Heinderyckx, 2011; Gomes, Fernandes, Reis y Silva, 2009). De hecho, estos soportes pueden desempeñar un papel fundamental y estratégico de inicio a fin de una campaña electoral cuando pensamos, por ejemplo, en la función de reclutamiento de militantes, en la divulgación de propuestas de gobierno, en la organización, o en la colecta de donaciones financieras (Pérez Lagos y Cabral Salles, 2018).

Contrario a lo que se podría imaginar en los inicios de los estudios sobre comunicación electoral *online*, el papel de las redes sociales va mucho más allá de una agenda electrónica de los candidatos (Newell, 2000; Tavares y Massuchin, 2015). Las redes sociales continúan siendo utilizadas para la divulgación de eventos de campaña, pero también poseen una gran importancia cuando las analizamos como fuente de información y de compromiso político. Por ejemplo, al compartir contenido, se pueden alcanzar a ciudadanos que no estaban directamente en contacto con el contenido de la página del candidato en cuestión y que, al principio, no demostraban interés por este, ampliando de esta forma la visibilidad de la campaña (además de los electores que estaban dispuestos a conceder su voto).

Sobre lo anterior cabe preguntarse: ¿qué ocurre en el caso de un candidato presidencial, acusado de participar en un escándalo financiero en un contexto donde las redes se suman a los medios tradicionales alimentando la conversación de la ciudadanía sobre asuntos de interés público? Según Orihuela (2011), actualmente, Twitter y las redes sociales están llevando a la gente corriente la posibilidad de tener una voz pública. Por esta misma razón, nos parece



importante analizar la visibilización en la red social Twitter del escándalo que vincula a Sebastián Piñera con los *Panama Papers*, ya que esta red toma parte de la discusión pública en una sociedad mediatizada por las redes sociales e Internet. Como plantean Moya Sánchez y Herrera Damas (2015: 5):

«La naturaleza de la política y de la esfera pública se ven reconstituidas por las nuevas tecnologías que hacen posible un nuevo modelo de conversación en democracia [...] Con ellos (los nuevos medios sociales), la conversación política conoce un formato distinto, más informal pero de utilidad democrática, también de relevancia política para el dirigente».

Para concluir este punto, no podemos dejar de mencionar que Internet tampoco está exento de las críticas que se han hecho a los medios tradicionales. Ya señalaba Gomes (2005) el hecho de que Internet debía incrementar iniciativas públicas que ofrecieran espacios autónomos donde la sociedad civil pudiera discutir en línea. Como plantea Cardon (2010: 101), «de plus en plus présents sur Internet, les médias, les industries culturelles, les partis politiques et les entreprises y ont partiellement retrouvé la domination qu'ils exercent sur les hiérarchies de l'espace public traditionnel»<sup>9</sup>. En este sentido, la cuestión del acceso a los contenidos de Internet se torna cuestionable, ya que, como señala el mismo autor, «avec Internet, certaines choses visibles ne sont pas pour autant publiques. Le web en effet élargi l'espace public en découplant les notions de visibilité et de publicité» (Cardon, 2010: 36)<sup>10</sup>. Pese a reconocer lo anterior, creemos que en algunos casos Internet puede, aun, ser entendido como un medio para la visibilidad. Por ejemplo, según Patrice Flichy (2010) los usuarios en Internet pueden estar en un registro de resolución de problemas de interés público. En definitiva, la Web puede ser observada como un espacio donde la sociedad habla sobre temas de interés social, constituyendo nuevas formas de participación en línea (Blanchard, Gadras y Wojcik, 2013).

### 3. Metodología

El objetivo general de este estudio fue indagar cómo se vincula al candidato presidencial Sebastián Piñera, en la red social Twitter, al escándalo sobre los paraísos fiscales; en particular, por el caso de los *Panama Papers*. Los objetivos

[09] «Cada vez más presentes en Internet, los medios, las industrias culturales, los partidos políticos y las empresas han encontrado, parcialmente, la dominación que ellos ejercen sobre las jerarquías del espacio público tradicional» (traducción de las autoras).

[10] «Con Internet, algunas cosas visibles no son necesariamente públicas. La web, en efecto, amplió el espacio público, disociando las nociones de visibilidad y publicidad» (traducción de las autoras).

específicos fueron identificar e interpretar los actos recurrentes que emergen del vínculo entre el candidato y el escándalo de los *Panama Papers* en Twitter. El estudio fue de carácter exploratorio, ya que se buscó «identificar conceptos o variables promisorias, e incluso identificar relaciones potenciales entre ellas» (Cazau, 2006: 26) para así comprender un aspecto poco estudiado: el vínculo entre un escándalo político financiero con un candidato presidencial, a través de la visibilización del escándalo en Twitter.

En nuestro caso, los datos requirieron de un análisis cualitativo debido principalmente a la heterogeneidad de los mismos. Por un lado, una heterogeneidad textual y enunciativa definida por Sophie Moirand (2004) como la presencia de diferentes géneros textuales: consejos, descripción, explicación, narración y discurso referido. Por otro lado, a esta heterogeneidad propiamente textual se agrega una heterogeneidad de formas, que en el caso, de las redes sociales son indisolubles de la tecnología, como, por ejemplo, las menciones a otros usuarios, los retuit, los *hashtags*, las imágenes, los vídeos, los hipervínculos, los GIF, etc. Cabe señalar que los ejemplos anteriores hacen también parte del análisis; según Paveau (2015), «Internet, et le Web en particulier, ne constituent pas de simples supports pour une production scripturale qui s'y transporterait, mais bien des environnements qui configurent structurellement les écritures de manière spécifique» (Paveau, 2015: 2)<sup>11</sup>.

Para seleccionar el corpus se fijó un límite temporal, se seleccionaron los tuits emitidos entre 21 de marzo del 2017 y el 19 de noviembre del mismo año. Estas fechas corresponden a los meses de candidatura presidencial concluyendo en la primera vuelta de las elecciones presidenciales en Chile 2017. El corpus se construyó de un total aproximado de dos mil tuits seleccionados en la red social por palabras clave: *Panama Papers*, Papeles de Panamá, Paraísos fiscales, Sebastián Piñera, Piñera.

La elección de las fechas y del soporte son intencionadas. Lo primero, se basa en la importancia que pudiera tener la vinculación de una figura política con un escándalo financiero, sobre todo en un periodo de campaña presidencial. Lo segundo se debe principalmente al amplio uso que los ciudadanos chilenos hacen de esta red social ligado con las temáticas sociales. Una encuesta en 2016 de la Universidad Católica de Chile y GFK ADIMARC<sup>12</sup> muestra que los usuarios de Twitter, además de seguir a las amistades (76 por

---

[11] «Internet, y la Web en particular, no constituyen simples soportes para una producción escrita que se adapta [a la web]; por el contrario, son entornos que configuran estructuralmente los escritos de manera específica» (traducción de las autoras).

[12] Encuesta Nacional Bicentenario sobre el uso de las redes sociales. En: [https://encuestabicentenario.uc.cl/wp-content/uploads/2016/11/UC-ADIMARC-2016\\_USO-DE-REDES-SOCIALES.pdf](https://encuestabicentenario.uc.cl/wp-content/uploads/2016/11/UC-ADIMARC-2016_USO-DE-REDES-SOCIALES.pdf).

ciento), siguen a medios de comunicación (56 por ciento), líderes de opinión (53 por ciento), expertos en distintos temas (46 por ciento) y políticos o instituciones de gobierno (21 por ciento). Si bien es cierto que el uso de esta plataforma sigue siendo poco democrático<sup>13</sup>, según González Bustamante (2015: 123) «[...] Twitter ha contribuido en Chile para que se produzca un debate más directo entre representantes y representados, aunque en general se reproducen segmentaciones que se observan en las relaciones políticas *offline*».

El enfoque metodológico utilizado para el análisis de los datos es el análisis del discurso francés. A través de esta metodología se busca «describir los mecanismos que rigen el aspecto simbólico [de los discursos mediáticos] y las diferentes configuraciones que la hacen visible» (Charaudeau, 2013: 13). Desde esta perspectiva, se considera que los medios de información funcionan en una doble lógica económica y semiológica:

«[Una lógica] económica según la cual todo órgano informativo actúa como una empresa cuya finalidad consiste en la fabricación de un producto que se define por el lugar que ocupa en el mercado de intercambio de bienes de consumo (y por lo tanto los medios tecnológicos utilizados para fabricarlo forman parte de esta lógica); una lógica semiológica (en sentido amplio) según la cual todo órgano de información debe considerarse como una máquina productora de signos (es decir, de formas y sentidos), que se originan en la parte de la actividad humana dedicada a construir sentido social» (Charaudeau, 2013: 16).

Como plantea Charaudeau, la información es un asunto principalmente de lenguaje, que es opaco, es decir, que construye una visión o un sentido particular del mundo. Lo anterior se efectúa a través del acto de tematización, donde además de generar una fragmentación semántica del mundo (nombrar), los acontecimientos se inscriben en un propósito comunicativo. En otras palabras, a través del discurso, los acontecimientos «se construyen según su potencial de ‘actualidad’, de ‘socialidad’ y de ‘imprevisibilidad’» (Charaudeau, 2013: 125). Además, la tematización, se puede focalizar en la causa, en las consecuencias o en los detalles guiados, ciertamente por un propósito.

---

[13] «En una encuesta realizada el año 2010 por la Universidad Diego Portales (UDP), se evidencia que más del 65 por ciento de los usuarios de Twitter en Chile tienen menos de 30 años y más del 50 por ciento pertenece a grupos socioeconómicos acomodados; en definitiva, se constituye como una red utilizada por adultos jóvenes de clase alta. También es importante destacar que sólo un 25 por ciento de los encuestados utiliza Twitter para debatir y expresar opinión» (González-Bustamante, 2015: 123).

También desde esta óptica se puede observar e interpretar el material lingüístico-discursivo; dicho de otro modo, los observables del discurso pueden ser, por ejemplo, el empleo de los pronombres personales ‘Nosotros’ y ‘Yo’ (Maingueneau, 2011), la designación, la nominación y la memoria de palabras (Moirand, 2007), los actos de habla (Austin, 1991; Searle, 1997), etc. Desde un punto de vista práctico, los observables del discurso no son un material previo a la lectura profunda de los documentos estudiados; al contrario, emergen de la lectura del corpus y de una investigación de tipo inductivista (Santander, 2011). «[Les] observables du discours ne détermine ni un degré de granularité ni un empan de pertinence, ni une taille d’unité, ni une fonction d’unité : les réalités langagières étudiées peuvent révéler aussi bien des unités lexicales, des unités phrastiques, ou des unités supra phrastiques, c’est-à-dire supérieures à la phrase» (Krieg-Planque, 2014: 45-46)<sup>14</sup>.

Las etapas de este estudio incluyeron la selección de los datos (por palabras clave) y su posterior análisis, que permitió la emergencia de categorías de análisis. En nuestro caso, corresponden a actos de habla. Cabe mencionar que estas categorías no conforman necesariamente una taxonomía generalizable; sin embargo, permiten situar los enunciados en un *continuum* de actos de habla con el fin de sistematizar los mecanismos de visibilización del escándalo sobre Sebastián Piñera y los *Panama Papers* en Twitter.

Los actos de habla se inscriben en el enfoque pragmático que se interesa en las relaciones entre los signos, los usuarios, su empleo y efectos (Charau-deau y Maingueneau, 2002). John L. Austin (1970), en *Cómo hacer cosas con palabras*, va a distinguir dos tipos de enunciados: constatativos y performativos. Los primeros pueden ser sometidos a juicios de verdad o falsedad, por ejemplo, el enunciado «hace calor» puede ser verificado en función del contexto; los enunciados performativos en cambio no pueden someterse a juicios de verdad o falsedad. Para Austin (1970), en estos casos la enunciación no describe ni constata, al contrario, es parte de la ejecución de una acción que en circunstancias adecuadas se realiza. Estos actos muestran la importancia social que tienen las convenciones, ya que «es la organización históricamente dada de una sociedad según reglas y normas, títulos y rituales, instrumentos de prestigio y modos de legitimación que definen los marcos de eficacia de los enunciados» (Alice Krieg-Planque, 2012: 62).

---

[14] «Los observables del discurso no determinan ni un grado de granularidad, ni un palmo de pertinencia, ni una medida de unidad, de función de unidad: las realidades lingüísticas estudiadas puede revelar tanto unidades lexicales como unidades de frase o superiores a una frase» (traducción de las autoras).

En el transcurso de sus conferencias, Austin (1970) abandona la diferencia entre actos constatativos y performativos, dando lugar a su teoría sobre los actos de habla. Según el autor, en un enunciado se pueden distinguir tres actos que Arquembourg (2010) resume así: un acto locutorio, que corresponde al acto de decir algo; un acto ilocutorio, que es el hecho de realizar algo diciendo el enunciado, como, por ejemplo, advertir de un peligro que se trata de una acción sobre la enunciación; y un acto perlocutorio, que trata de una acción sobre las cosas, por ejemplo, convencer sobre un peligro. En este sentido, «dire quelque chose provoquera souvent —le plus souvent— certains effets sur les sentiments, les pensées, les actes de l’auditoire, ou de celui qui parle, ou d’autres personnes encore. Et l’on peut parler dans le dessein, l’intention, ou le propos de susciter ces effets» (Austin, 1970: 114)<sup>15</sup>. Ahora bien, para John L. Austin (1991) todos los actos de habla son en sí mismos una forma de acción, es decir, son performativos. Por ejemplo, en el enunciado «te prometo venir», es *ipso facto* llevar a cabo un acto: el de prometer.

Cada acto de habla estaría, según John Searle (1997), dotado de una fuerza ilocutiva, es decir, de la posibilidad de hacer una acción sobre la base de determinadas condiciones de enunciación. Lo que no quiere decir que los efectos sean siempre los deseados. Un acto puede comportar una fuerza ilocutiva X, pero la respuesta, es decir, la acción concreta frente a este acto puede ser Y. En ese sentido, el mismo autor distingue cinco categorías generales de actos ilocutorios: asertivos, directivos, compromisorios, expresivos y declarativos<sup>16</sup>. En ellas se pueden identificar diferentes fuerzas ilocutivas, por ejemplo, sugerir y ordenar son dos actos directivos con el mismo objetivo ilocutivo pero con dos intensidades diferentes.

Habiendo explicado brevemente los principales aspectos de esta teoría, en el corpus de estudio se observaron tres tipos de actos recurrentes: desacreditar,

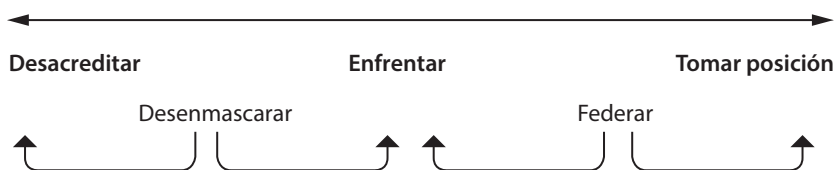
---

[15] «Decir algo provocaría, a menudo —muy a menudo— algunos efectos sobre sobre los sentimientos, los pensamientos, los actos del auditorio, o de quien habla, o incluso de otras personas. Y podemos hablar de la finalidad, de la intención o del propósito de causar estos efectos».

[16] Los actos ‘asertivos’ tienen por objetivo comprometer la responsabilidad del locutor sobre la existencia de un estado de cosas, sobre la verdad de la proposición expresada; los ‘directivos’, que constituyen tentativas de la parte del locutor de hacer alguna cosa para el auditor como invitar, sugerir u ordenar, reclamar, insistir; los ‘compromisorios’, actos cuyo objetivo es obligar al locutor en grados diversos a adoptar una determinada conducta futura; los ‘expresivos’ tienen por objetivo expresar el estado psicológico especificado en la condición de sinceridad frente a un estado de las cosas específico del contenido proposicional, como agradecer, felicitar, disculparse; los ‘declarativos’ son los actos performativos por excelencia, ya que la culminación exitosa de uno de sus miembros garantiza que el contenido proposicional corresponde al mundo, por ejemplo, «lo designó presidente» implica la existencia de instituciones como la Iglesia, la Ley, la Constitución, etcétera.

enfrentar y tomar posición. Estos actos no corresponden a categorías discretas sino que se trata de un *continuum* de referencia donde los actos no se integran exclusivamente a una sola categoría; al contrario, dos o más actos pueden coexistir en un mismo enunciado. Lo anterior, a nuestro juicio, no impide que existan actos que predominen en cada tuit, lo que nos permite identificar los actos en el corpus de tuits que vincula a Sebastián Piñera con los *Panama Papers*.

Asimismo, entre estos tres actos principales encontramos otros dos actos que hemos llamado intermediarios, es decir que están a la frontera de un acto y otro:



A continuación presentamos el análisis de los resultados, seguidos de algunos ejemplos que permiten interpretar cada una de las categorías mencionadas previamente.

#### 4. Análisis de resultados

Siguiendo los pasos metodológicos explicados anteriormente, el análisis del corpus mostró que los usuarios de Twitter utilizaron la plataforma para visibilizar el escándalo. A continuación, presentamos los tres tipos de actos que emergieron del análisis y los diferentes actos de habla intermedios que se sitúan a la frontera de uno y otro, seguido de algunos ejemplos representativos del corpus.

##### 4.1 Desacreditar

En esta categoría encontramos los tuits que califican al acusado, Sebastián Piñera, con adjetivos de connotación negativa como, por ejemplo, «mafioso, mentiroso, ladrón, sinvergüenza, guiña, estafador», entre otros. Ver algunos ejemplos a continuación:

(1)



(2)



(3)



(4)



Los enunciados anteriores tienen una fuerza ilocutiva que busca denigrar la imagen del candidato en cuanto a sus valores personales; por ejemplo, (1) «es un estafador compulsivo»; (3) «miserable, mitómano y sinvergüenza de Piñera»; (4) «Cara de raja este Piñera».

Asimismo, dentro de los actos que desacreditan al acusado encontramos actos con tono de burla e ironía cuya fuerza ilocutiva es ridiculizar al personaje político Sebastián Piñera, ver por ejemplo:

(5)





(6)



(7)



En estos ejemplos podemos observar las burlas hacia el candidato a través de mecanismos lingüísticos. Por ejemplo, asociarlo a la película, (5) «mentiroso, mentiroso»; denigrar los argumentos y herramientas que utiliza el candidato, (6) «llevo unos cartones para mostrar»; y un refrán que estereotipa su imagen, (7) «el diablo vendiendo cruces». Además, la fotografía del rostro del candidato se manipula haciendo referencia a contenidos que reafirman el acto de denigrar. Dicho de otro modo, a través de signos visuales, en este caso, las imágenes que figuran en el avatar de la cuenta de Twitter, se homologa al candidato con Pinocho (5), con un payaso (6), y con una marca comercial KFC por CTM (7) refiriendo al insulto «concha de tu madre».

#### 4.2 Desenmascarar

Esta categoría la hemos nombrado intermedia ya que está en la frontera entre el acto de denigrar y el de enfrentar. Aquí encontramos los tuits que buscan mostrar las contradicciones entre el discurso y los actos del candidato presidencial. Ver los siguientes ejemplos:

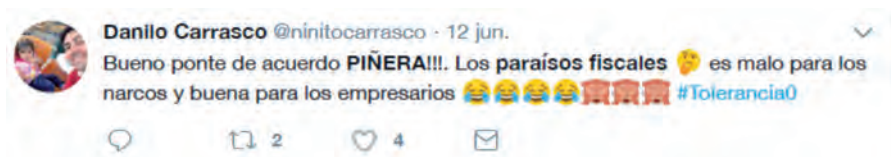
(8)



(9)



(10)



La fuerza ilocutiva de estos actos consiste en dejar en evidencia las contradicciones del acusado y, así, desenmascararlo. Los enunciados tematizan la contradicción, que para los enunciadores es evidente; por ejemplo, (9) «Piñera nadie te cree» y (10) «Bueno ponte de acuerdo PIÑERA!!!». La puesta en evidencia se reafirma por las herramientas propias del dispositivo Twitter; ver por ejemplo, (8) «#careraja #Piñera» y (10) los íconos del enunciado que sirven para reafirmar la burla y, al mismo tiempo, la vergüenza que ponen en evidencia la contradicción del candidato:



El acto de desenmascarar, además de dejar en evidencia la contradicción entre discurso y acción, refieren a una lista de hechos que contradicen las promesas del candidato en un eventual gobierno, dejando entrever las incongruencias de una figura política que es candidato presidencial. Ver por ejemplo:

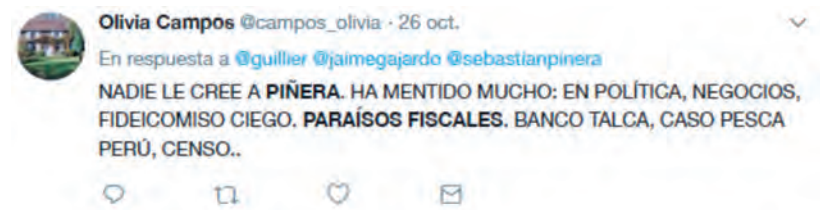
(11)



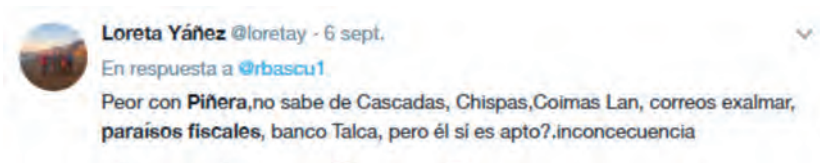
(12)



(13)



(14)



Estos actos buscan reforzar (fuerza ilocutiva) la desconfianza que los usuarios manifiestan frente al candidato presidencial, listando una serie de otros escándalos que se suman a los de los paraísos fiscales, como por ejemplo: (11) «Robo Banco Talca, Litio, Ley de pesca, Tierra de mapuches, Paraísos fiscales, Empresa de papel»; (12) «Banco de Talca, caso Cascadas, Información privilegiada en LAN, colusión por LAN CARGO, evasión de impuestos en paraísos fiscales, sociedades con nietos en islas vírgenes, compra de empresas fantasmas, caso Exalmar, caso Bancard»; (13) «Fideicomiso ciego, Paraísos fiscales, Banco Talca, caso pesca, Perú, Censo...»; (14) «Cascadas, Chispas, Coimas Lan, correos, exalmar, paraísos fiscales, banco Talca».

Asimismo, en los actos que apuntan al desenmascaramiento de la figura de Sebastián Piñera se observa la distinción entre legalidad y moral. Lo anterior responde a los argumentos que, quienes apoyan al candidato y el candidato mismo, dan frente al escándalo de los paraísos fiscales. Ver por ejemplo:

(15)



(16)



(17)



(18)



Los ejemplos precedentes (del 15 al 18) problematizan las cuestiones legales que estarían al margen de la moral, en este caso, de un candidato presidencial. El mismo acusado mantiene, por un lado, un discurso tajante frente a los paraísos fiscales y al pago de impuesto pero, por otro lado, deposita dineros en los mismos paraísos fiscales con el fin de evadir el pago de impuestos, una cuestión que los usuarios de Twitter reafirman que es legal, cuestionando, sin embargo, la moralidad de los actos.

#### 4.3 Enfrentar

En esta categoría encontramos los tuits que interpelan directamente a Sebastián Piñera a través de la proposición de preguntas a los periodistas de la emisión *Tolerancia cero* a la que el candidato asiste el 12 de junio del 2017.

(19)



(20)



(21)



(22)

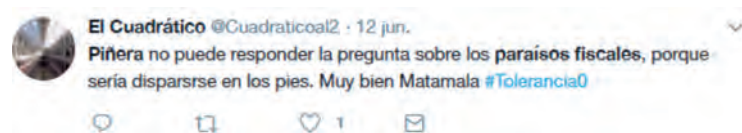


En los ejemplos precedentes se busca enfrentar (fuerza ilocutiva) al candidato, a través de los periodistas, por el escándalo sobre los paraísos fiscales: (19) «pregúntele a Piñera ...»; (20) «A que no se atreven a preguntar por...»; (21) «pregunte a Piñera sobre...»; (22) «pregúntale a ese descarado...». De hecho, este enfrentamiento con el candidato, a través de los periodistas, es posible gracias a que las redes sociales permiten la interacción en vivo entre los usuarios y la emisión de televisión gracias al uso de menciones o *hashtag*: (22) «@tolerancia0»; (20, 21 y 22) «#ToleranciaCero».

Además de las preguntas, el enfrentamiento se realiza al candidato mismo. En este caso la fuerza ilocutiva es también enfrentar, pero la forma es diferente a la pregunta como observamos en los ejemplos precedentes.



(23)



(24)



(25)



(26)



En los ejemplos 23 a 26 los usuarios se enfrentan más directamente a Sebastián Piñera. Lo anterior se realiza a través del imperativo a responder, como por ejemplo: (24) «responda» y (25) «responde mentiroso». Además de la afirmación por parte de los usuarios de la falta de respuesta del candidato, se busca interpelar directamente al candidato, como por ejemplo en: (23) «Piñera no puede responder a la pregunta» y (26) «responde mal, no explica...».

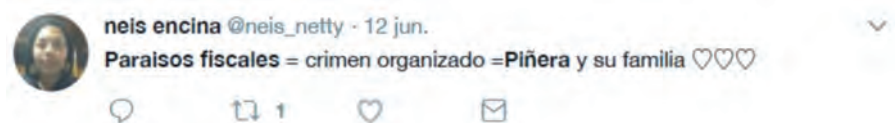
Al mismo tiempo, dentro de los actos que enfrentan al candidato encontramos el uso de la reformulación con el fin de explicar (acto ilocutivo) las respuestas del candidato. Aquí también se busca que los usuarios entiendan la incongruencia de sus palabras; ver por ejemplo:



(27)



(28)



(29)



(30)



En los ejemplos precedentes, a través del signo ‘=’, los hechos se reformulan (28 y 30) de manera clara y más fácil de comprender con el uso de la palabra «léase» que sirve para introducir la reformulación. El objetivo es convencer a los usuarios que pudiesen aceptar las respuestas del acusado en el transcurso de la emisión de televisión.

#### 4.4 Federar

En esta categoría encontramos los tuits que mencionan las consecuencias de la evasión de impuestos con el fin de hacer adherir a otros (fuerza ilocutiva) la desaprobación frente al discurso de Piñera. Los enunciados mencionan lo que se ha ‘perdido’ a causa de la evasión, construyendo la idea de un conjunto de ciudadanos chilenos, un ‘nosotros’ que federa a todos quienes estarían, según los enunciadore, siendo afectados por los actos del candidato; ver por ejemplo:

(31)



(32)



(33)



(34)



En los ejemplos precedentes, dentro de las consecuencias que se enumeran, encontramos: la pobreza (32 y 34) «cuán pobres nos hace que ultrarricos tengan su dinero en paraísos fiscales»; el pago de deudas (31) «podríamos pagar la deuda histórica de los profesores»; y la desigualdad (33) «donde el millonario esconde su fortuna creando desigualdad».

#### 4.5 Tomar posición

En esta categoría encontramos los tuits que manifiestan una toma de posición, invitando a no votar por el candidato. En definitiva, se busca pasar a la acción a través de una forma concreta del ejercicio democrático: el voto. Por ejemplo:

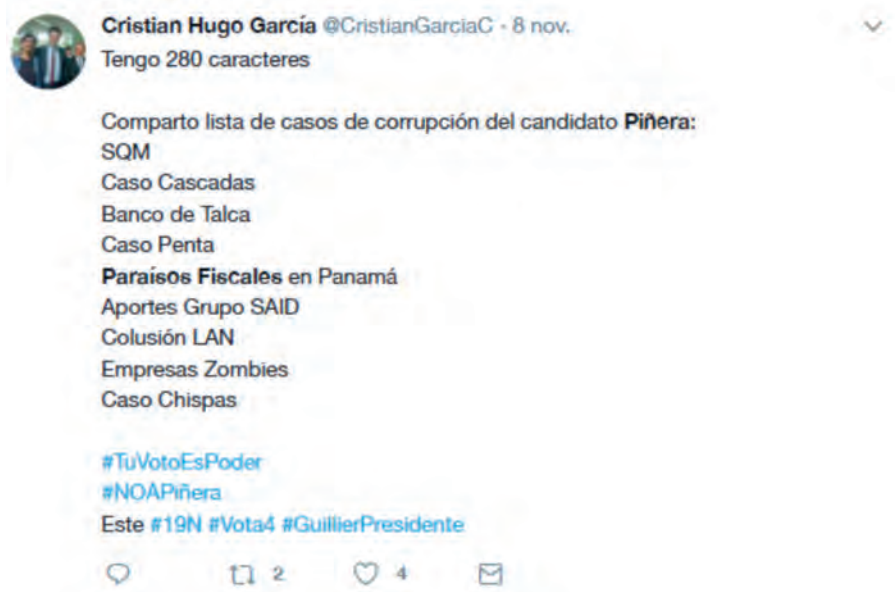
(35)



(36)



(37)



(38)



Los ejemplos anteriores expresan una toma de posición de la parte de los usuarios que, además de expresarse discursivamente, se hace a través de signos que la propia plataforma permite como el *hashtag*: (36) «#HaceFaltaUnaMarchaPara»; (37) «#TuVotoEsPoder», «#NOAPiñera», «#19N #Vota4»; (38) «#piñeranuncamas».

## 5. Conclusiones

Este estudio tuvo como objetivo indagar en la visibilización que se hace en una red social como Twitter sobre el escándalo que vincula a Sebastián Piñera con los *Panama Papers*. Por tratarse de un expresidente el caso merecía una atención especial que, a su vez, logró mayor relevancia cuando Sebastián Piñera lanzó su candidatura presidencial en las elecciones del 2017, poco después de que la denuncia sobre los paraísos fiscales se tornase pública.

El análisis confirma que las redes sociales como Twitter son un espacio de visibilización, es decir, un lugar donde la denuncia (Boltanski, 2007) del escándalo se hace pública, se vuelve visible (Thompson, 2001). Los usuarios de Twitter se apoderan de la plataforma para tratar un tema de interés público, en este caso, de un escándalo político financiero. Igualmente, los datos muestran la interacción de las redes sociales con otros medios tradicionales, en concreto, la televisión. En este sentido, la visibilización sobre este escándalo se realiza a través y con los medios y no exclusivamente en la plataforma de Internet.

Desde un punto de vista metodológico, se reafirma que los corpus provenientes de las redes sociales necesitan ser estudiados con métodos adaptados que incluyan los signos propios de la plataforma (Paveau, 2015), en este caso, Twitter. De lo mismo proviene la necesidad de categorías que emergen del análisis (Santander, 2011). Los datos de este estudio muestran que los usuarios, además de servirse de mecanismos lingüísticos, integran los signos propios de la red social para expresarse a través de actos de habla diversos, como, por ejemplo, imágenes, *hashtags* y menciones.

En cuanto a la vinculación de Sebastián Piñera con los paraísos fiscales en Twitter, observamos el acto de desacreditar (en este caso a Sebastián Piñera), denigrando su imagen y calificándolo de mafioso, estafador, sinvergüenza, etc., además de burlarse e ironizar sobre las respuestas que el candidato da frente a las acusaciones. Estos actos se dirigen a la imagen personal del candidato ya que buscan agredir su integridad personal y así hacer adherir a otros sobre su desaprobación (acto perlocutivo).

El análisis del corpus también evidenció enunciados que buscan desenmascarar, en este caso, a Sebastián Piñera «el candidato presidencial». Por tanto, la contradicción entre el discurso y la acción es evidenciada y evidente para el

enunciador. Por medio de la enumeración de otros hechos en los que el acusado estaría implicado (Banco de Talca, Exalmar, caso LAN, etc.), además de los paraísos fiscales, se refuerza el desenmascaramiento y la desconfianza hacia el candidato. Aquí se busca afectar la figura pública, el candidato presidencial/el político, para invitar a unirse a su desaprobación (acto perlocutivo). En este punto, los tuits tematizan la distinción entre moralidad y legalidad. Dicho de otro modo, un hombre dedicado al servicio público como Sebastián Piñera cuyas acciones son consideradas desde el punto de vista jurídico como legales son, sin embargo, juzgadas al límite de la moral y la ética teniendo en cuenta el cargo público que ocupó y que desea volver a ocupar. Lo anterior hace eco de la carta de 'John Doe' que plantea la diferencia entre la ética y legalidad, acordando que en el medio político esto va ganando terreno de discusión:

«La narrativa de los medios dominantes hasta el momento se ha concentrado en el escándalo de lo que es legal y permitido en el sistema. Lo permitido es claramente polémico y debe cambiarse. Pero no debemos perder de vista otro factor importante: el bufete, sus fundadores y empleados, sí violaron deliberadamente un sinnúmero de leyes a nivel mundial, repetidas veces. Clamaron inocencia al público, pero los documentos muestran conocimiento detallado y actos de mala fe deliberados» (Doe 2016)<sup>17</sup>.

El ex presidente de Chile justifica sus acciones basándose en argumentos bajo la legalidad o ilegalidad de los hechos. Por su parte, los usuarios de Twitter enfrentan al acusado apuntando a la falta de ética en sus actos, afirmando lo anterior como un valor relevante para quienes pretenden ocupar cargos públicos. A través de los periodistas o directamente «al candidato presidencial» se enfrenta al candidato durante una emisión de televisión, *Tolerancia cero*. Aquí se tematiza el hecho de que Sebastián Piñera no responda a las preguntas de los entrevistadores sobre sus inversiones en paraísos fiscales. Al momento de mirar la emisión de televisión, el espectador elige tomar la palabra en Twitter, ampliando el debate de un medio tradicional a Internet. En este sentido, la red social Twitter se transformaría en una herramienta para influir el curso de la emisión. Los telespectadores interactúan en directo con los periodistas y con el candidato para 'conducir' en cierta medida la emisión y para reformular las respuestas del mismo, desentrañando, lo que 'realmente' significan, a juicio de los enunciadores, las respuestas de Sebastián Piñera.

Asimismo, en el corpus de tuits que vinculan a Sebastián Piñera con el escándalo de los paraísos fiscales durante el periodo de candidatura presiden-

---

[17] Manifiesto completo disponible en línea: <https://ciperchile.cl/2016/05/06/el-manifiesto-de-john-doe-habla-la-fuente-anonima-que-filtro-los-papeles-de-panama>

cial, muestran intentos por federar a quienes se ven afectados (los más pobres) por las consecuencias de los actos del candidato, como el hecho de no poder pagar la deuda histórica a los profesores, del aumento de la desigualdad, etc. Cabe mencionar que estos casos hacen eco de lo que señala Zucman (2013: 12), para quien el aumento de la desigualdad tiene un vínculo con los paraísos fiscales: «les paradis fiscaux ont été au coeur de la crise financière, budgétaire et démocratique»<sup>18</sup>. Cuestión de la cual Sebastián Piñera no quería ser responsable, pero que gracias a investigaciones realizadas y difundidas ampliamente por Internet, el candidato presidencial debió aceptar.

Igualmente, frente al acusado se configura un destinatario (nosotros) al que se busca interpelar e invitar a tomar posición. En estos casos, además de debatir sobre temas que afectan a la ciudadanía, como la creación de empresas en paraísos fiscales por parte de un ex presidente y candidato presidencial, los usuarios buscan acciones que emigren del espacio en línea hacia una acción, en este caso, votar. Tal como plantea Boltanski (2007), el denunciador debe convencer a otros, llevarlos a participar y movilizarse.

Finalmente, cabe señalar que este estudio no buscó identificar los efectos perlocutivos de estos actos, es decir, medir cuántos usuarios votan efectivamente en contra o a favor del candidato en correlación con el uso de la red social; sin embargo, permitió identificar e interpretar un caso específico, el de Chile, en el que se observó un momento particular de la visibilización del escándalo en Twitter: la candidatura presidencial de Sebastián Piñera. Por ende, los resultados del análisis aportan pistas para entender la visibilización de un escándalo político financiero en el que no se puede ignorar la capacidad que tienen las redes sociales para romper las barreras del silencio ya que, en ellas, se configuran espacios de debate que sin duda aportan al ejercicio democrático. Como plantea Rossetto (2018), las redes sociales podrían jugar un rol relevante durante las campañas electorales y en la vida democrática en general de América Latina.

## 6. Bibliografía

- ARQUEMBOURG, J. (2010). Des images en action. Performativité et espace public. *Réseaux*, 163, 163-187.
- AUSTIN, J. L. (1970). *Quand dire, c'est faire*. Paris: Seuil.
- BLANCHARD G.; GADRAS, S. y WOJCIK, S. (2013). Analyser la participation politique en ligne: des traces numériques aux pratiques sociales, en BARATS C. (dir.), *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (pp. 166-180). París: Armand Colin.

---

[18] «Los paraísos fiscales han estado en el centro de la crisis financiera, presupuestaria y democrática» (traducción de las autoras).



- CARDON, D. (2010). *La démocratie Internet*. París: Seuil.
- CARDON, D. y GRANJON, F. (2013). *Médiactivistes*. París: Presses de Sciences.
- CASTELLS, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid, Alianza editorial.
- CAZAU, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales* (3ª ed). Buenos Aires: Argentina.
- CHARAUDEAU, P. (1995). Une analyse sémiolinguistique du discours. *Revue Languages*, 29(117), 96-111.
- CHARAUDEAU, P. (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruselas: De Boeck.
- CHARAUDEAU, P. (2013). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- CIPER (2016). *The Panama Papers*: Los secretos de chilenos en paraísos fiscales salen a la luz, ciperchile.cl, 4, abril, 2016. Disponible en: <https://ciperchile.cl/2016/04/04/the-panama-papers-los-secretos-de-chilenos-en-paraisos-fiscales-salen-a-la-luz/>
- Comité de edición (2005). À l'épreuve du scandale. *Politix*, 71(3), 3-7.
- DE BLIC, D. y LEMIEUX, C. (2005). Le scandale comme épreuve: Éléments de sociologie pragmatique. *Politix*, 71(3), 9-38.
- DOE, J. (2016). *La revolución será digitalizada*. Fuente anónima que filtró los 'Papeles de Panamá' el 6 de mayo 2016.
- FLICHY, P. (2010). *Le sacre de l'amateur*. París: Seuil.
- FRAÇA, V. (2012). O Acontecimento e a mídia. *Galaxia*, 24, 10-21.
- GOMES, W.; FERNANDES, B.; REIS, L. y SILVA, T. (2009). POLITICS 2.0. A campanha on-line de Barack Obama em 2008. *Rev. Sociol. Polít.*, 17(34), 29-43.
- GOMES, W. (2005). Internet e participação política em sociedades democráticas. *FAMECOS*, 27, 58-78.
- GONZÁLEZ-BUSTAMANTE, B. (2015). Evaluando Twitter como indicador de opinión pública: una mirada al arribo de Bachelet a la presidencial chilena 2013. *Revista SAAP*, 9(1), 119-141.
- HEINDERYCKX, F. (2011). Obama 2008 : l'inflexion numérique. *Hermès, La Revue*, 59, 135-136.
- JAMIL, F. P. y SAMPAIO, R. (2011). Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online. *Revista Galaxia*, 22, 208-221.
- KRIEG-PLANQUE, A. (2014). *Analyser les discours institutionnels*. París: Armand Colin.
- MAINGUENEAU, D. (2011). *Analyser les textes de communication*, 2ª edición. París: Armand Colin.
- MASSUCHIN, M.G. y TAVARES, C. (2015). Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no Facebook. *Revista Compolítica*, 5(2), 75-112.



- MOIRAND, S. (2004). L'impossible clôture des corpus médiatiques: La mise au jour des observables entre catégorisation et contextualisation. *Tranel*, 40, 71-92.
- MOIRAND, S. (2007). *Les discours de la presse quotidienne*. París: Presse universitaires de France.
- MOYA SÁNCHEZ, M. y HERRERA DAMAS, S. (2015). Cómo puede contribuir Twitter a una comunicación política más avanzada. *Arbor*, 191(774). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2015.774n4012>
- NEWELL, J. L. (2000). Italian political parties on the web. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 6, 60-87.
- OBERMAYER, B. y OBERMAIER, S. (2016). *Le Secret le mieux gardé du monde*. París: Seuil.
- ORIHUELA, J. L. (2011). *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*. Barcelona: Alienta.
- PAVEAU M. A. (2015). Ce qui s'écrit dans les univers numériques. *Itinéraires*. Disponible en : <http://itineraires.revues.org/2313>
- PÉREZ LAGOS, C. y CABRAL SALLES, C. (2018). El rol de Internet para romper el silencio: el ejemplo de dos casos en América Latina, Marcelo Freixo en Brasil y Sebastián Piñera en Chile. *Estudos em Comunicação*, 26(2), 165-178. Disponible en: <http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/ec/article/view/463>
- PERROT, E. (2016). Les paradis fiscaux à l'ombre de la morale. *Études*, 6, 29-40.
- RODRÍGUEZ, M. (2016). *Panama Papers* y el periodismo de investigación global. *RedCom*, 20. Disponible en: <http://redcomunicacion.org/wp-content/uploads/2017/08/Rodr%C3%ADguez-Malvina-Panama-Papers-y-el-periodismo-de-investigaci3n-global.pdf>
- ROSSETTO, G. P. (2018). Fazendo política no Twitter: como os efeitos estimados das mensagens influenciam as ações e os usos da plataforma. *Revista Comopolítica*, 8(1), 97-122.
- SANTANDER, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta moebio*, 41, 207-224.
- SEARLE, J. (1982). *Sens et expression*. París: Les éditions de minuit.
- THOMPSON, J. B. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- ZUCMAN, G. (2013). *La richesse cachée des nations*. París: Seuil.