



SEMIÓTICA DE REDES

Cátedra: Carlón

2021

Docente: Noelia Manso

Comisión: 22

Grupo: 2

Integrantes: Pedro Gisbert, Juan Ignacio Saravia, Candela Alonso, Guido Ambruso, Maria Candela Salgado, Pilar Canosa.

Título: Caso de circulación hipermediática vertical/horizontal: #Tehuel

Descripción del caso

El caso a analizar es la circulación y difusión en medios masivos de comunicación y redes sociales de la desaparición de Tehuel de la Torre, un varón trans de 22 años, quien el 11 de marzo del 2021 fue a una entrevista laboral en la casa de Luis Alberto Ramos, en Alejandro Korn, y desde entonces no hay rastros de su paradero. Pese a tratarse de la desaparición de una persona con identidad transgenero, colectivo que ha sido históricamente ignorado e invisibilizado por los medios masivos de comunicación, el caso tiene un gran alcance mediático, principalmente dentro de las redes sociales.

Las personas del colectivo LGTBIQ+, principalmente lxs trans y travestis, se encuentran vulneradas a partir de una gran desigualdad y exclusión social. Las lógicas de producción periodísticas hegemónicas no cuentan con perspectiva de género y diversidad, por lo que las identidades que no forman parte de los estereotipos de género se ven demonizadas y criminalizadas.

Al mismo tiempo, nos interesa destacar la forma en que el caso escala de las redes sociales a los medios masivos, con la presencia de hashtags, marchas y publicaciones que informan el paso a paso. Los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram tienen un peso central en la circulación del caso, reclamando por una mayor visibilización en los medios masivos y manteniendo una constante actualización del mismo. Nuestro análisis finaliza el 28 de junio con la cobertura de la marcha del Día del Orgullo y el reclamo por la aparición de Tehuel.

Nivel de observación Diacrónico

Línea de tiempo

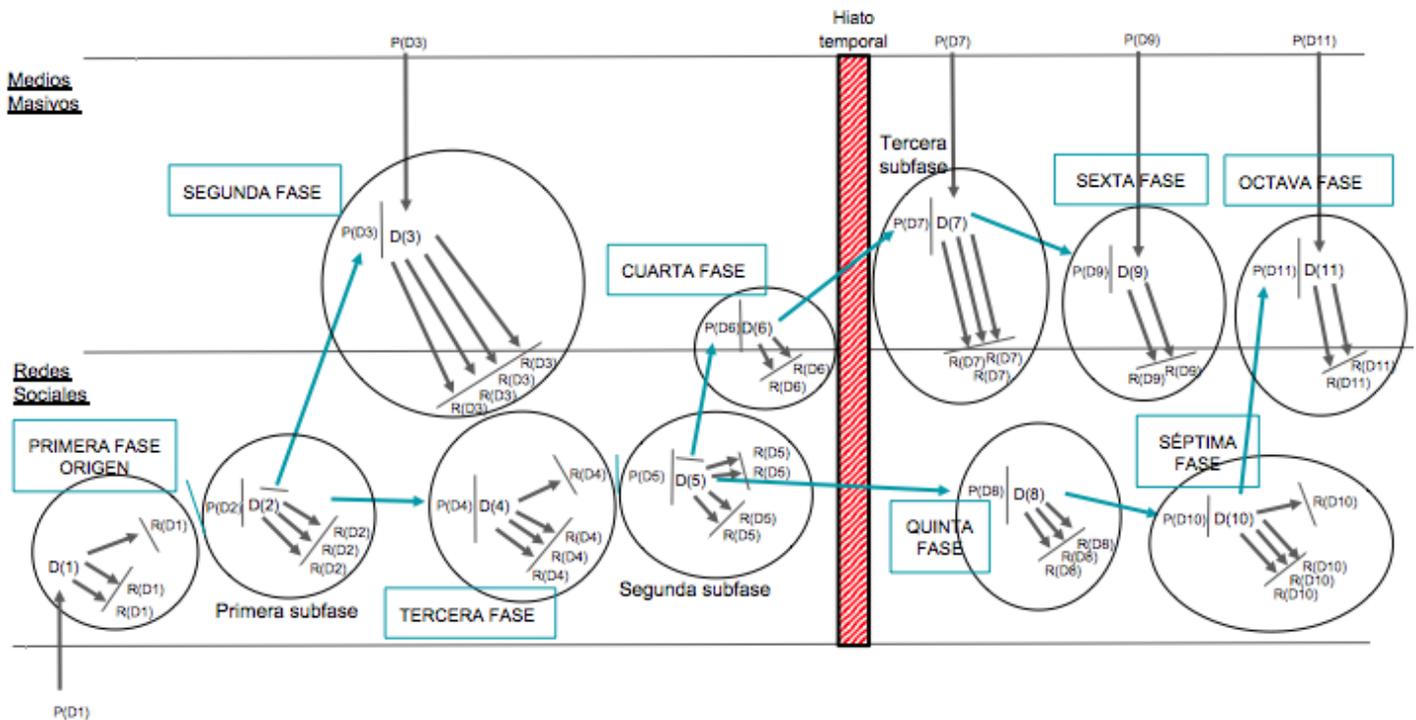
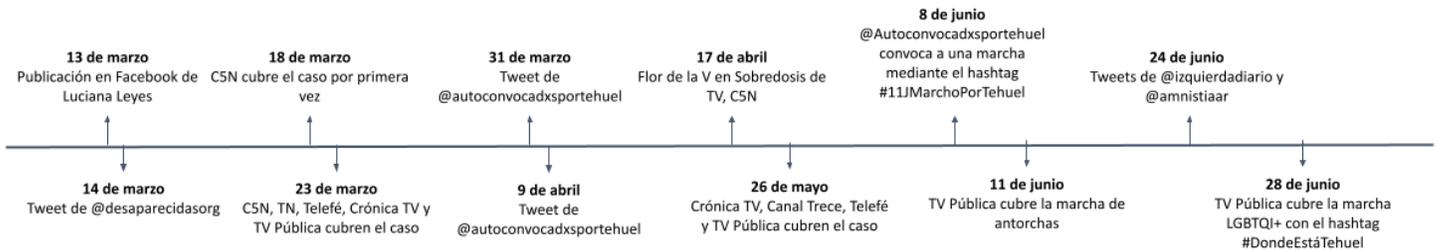


Gráfico de la circulación

Elementos significativos para la circulación del caso

D1. Publicación en Facebook de Luciana Leyes. Origen del caso 13 de marzo de 2021.

R(D1)-P(D2)-D2. Tweet de @desaparecidasorg en Twitter 14 de marzo.

D3. C5N cubre el caso el 18 de marzo por primera vez. El 23 de marzo lo cubrió C5N, TN, Telefe, Crónica TV y TV Pública.

D4. Tweet de @autoconvocadxsporthuel en Twitter el 31 de marzo.

R(D4)-P(D5)-D5. Tweet de @autoconvocadxsporthuel en Twitter el 9 de abril organizando la marcha por el mes de la desaparición.

D6. Flor de la V en Sobredosis de TV, programa de C5N, el 17 de abril.

R(D6)-P(D7)-D7. América, Crónica TV, Canal Trece, Telefé y TV Pública cubren el caso el 26 de mayo.

D8. Tweet de @autoconvocadxsporthuel en Twitter el 8 de junio convocando a una marcha de antorchas con el hashtag *#11JmarchoporTehuel*.

D9. TV Pública cubre la marcha de antorchas el 11 de junio.

D10. Tweet de @izquierdadiario y @amnistiaar en Twitter el 24 de junio.

D11. TV Pública cubre la marcha LGBTQI+ con el hashtag *#DondeEstaTehuel* en pantalla el día 28 de junio.

Circulación Hipermediática

La circulación del caso de la desaparición de Tehuel de la Torre analizado es hipermediática vertical/horizontal. Tiene su origen en las redes sociales a través de una publicación en la plataforma Facebook que luego asciende al sistema de medios masivos de comunicación. Es importante destacar que antes de ascender a los medios masivos, el caso circula por Twitter y es gracias a este sistema de redes sociales que el caso logra tomar la notoriedad necesaria para hacer el salto intersistémico hacia los medios masivos. Los reconocimientos van en dirección tanto ascendente y descendente, como horizontal dado que mayormente el caso se desenvuelve en el sistema de los nuevos medios y sus reconocimientos son, en su mayoría, de enunciadores amateurs en dicho sistema.

Fases y subfases

El caso cuenta con ocho fases como resultado de los saltos intersistémicos, es decir, de un sistema de medios a otro y con tres subfases que se generan por saltos de escala en la mediatización.

El discurso de origen elegido se publicó el 13 de marzo de 2021 en la plataforma Facebook a partir de la publicación de la novia de Tehuel, Luciana Leyes, en donde comparte una foto de su pareja. La primera subfase se ocasiona por un salto en la escala de mediatización cuando el colectivo mediático @desaparecidasOrg twitteo el 14 de marzo la foto publicada en primera instancia por Luciana Leyes, con datos e imágenes del joven desaparecido. El 18 de marzo, el canal C5N informa sobre el caso e inicia una nueva fase, la cual se cierra el 23 de marzo, cuando el caso pasa a circular en diferentes canales televisivos. La atención de los medios durante esta jornada se debe a que se realiza un rastillaje en la casa del único sospechoso de la causa, Luis Ramos.

El caso vuelve a descender a los nuevos medios/redes sociales el 31 de marzo de 2021 en nuestra tercera fase cuando el colectivo mediático @autoconvocadxsporthuel, a través de una publicación en Instagram, pide que una de las consignas de la marcha por el Día de la Visibilidad Trans sea la aparición con vida de Tehuel. La segunda subfase se da el 9 de abril de 2021 por una publicación del mismo colectivo mediático en su cuenta de Instagram, convocando a una acción virtual y a marchas en todas las plazas del país tras cumplirse un mes de la desaparición. Uno de los reconocimientos a esta publicación fue del colectivo mediático @desaparecidasOrg, usuario que cuenta con más de sesenta mil seguidores, por lo tanto se produce un salto intrasistémico en la escala de mediatización.

El caso es retomado por los medios masivos en nuestra cuarta fase el día 17 de abril cuando en Sobredosis de TV, un programa del canal C5N, Flor de la V reclama por la aparición con vida del joven y denuncia la poca visibilidad que le están dando al caso los medios masivos. Debido a la gran diferencia temporal entre el último discurso y el que provoca la tercera subfase, con fecha del 26 de mayo, se produce un hiato en nuestro análisis. En esta nueva subfase, muchos canales se hacen eco de la noticia de un nuevo rastillaje, enunciando desde el lugar convencional de medios masivos y, por tanto, ubicándose en un lugar superior al de la fase previa, en la cual Flor de la V interviene sólo como invitada.

El 8 de junio el colectivo @autoconvocadxsporthuel nuevamente convoca a una marcha por los tres meses sin Tehuel en su cuenta de Instagram, por tanto, en la quinta fase, el caso desciende al sistema de los nuevos medios. La sexta fase tiene su origen a raíz de esa convocatoria ya que el 11 de junio, día en el que se lleva a cabo la movilización, TV Pública cubre la marcha. En la séptima fase el caso desciende nuevamente a los nuevos

medios por dos publicaciones: una, del medio digital La Izquierda Diario en Twitter (24/6), donde piden por la aparición con vida del joven y relacionan el caso con la reciente aprobación del cupo laboral travesti-trans y la otra, en el día del Orgullo LGBTIQ+ (28/6), de la cuenta de Amnistía Internacional, que postea en Twitter sobre la desaparición de Tehuel. El caso concluye en la octava fase, cuando la marcha del Orgullo del 28 de junio es cubierta por el medio masivo TV Pública. Durante la marcha una de las consignas principales fue el reclamo por la aparición de Tehuel.

Temporalidad

Las fases y subfases de nuestro análisis se desarrollan a lo largo de un día, a excepción de dos fases: la segunda, la del salto intersistémico al sistema de medios masivos, que tiene una duración de cinco días (18 al 23 de marzo de 2021), y la séptima, de cuatro días de duración, en la que las cuentas de Twitter de La Izquierda Diario y Amnistía Internacional hacen referencia a la desaparición de Tehuel. Se destaca también que, entre la cuarta fase y la tercera subfase, ocurre un hiato temporal de 39 días de duración, durante el cual no hay discursos nuevos trascendentes para remarcar.

El hecho de que la mayoría de las fases dure un día se debe a que varias de ellas se producen como consecuencia de manifestaciones relacionadas con marchas por la aparición de Tehuel y eventos encabezados por el colectivo trans, por tanto, con el alto grado de interconectividad e interacción del sistema total de medios (medios masivos y redes sociales), los consecuentes reconocimientos acontecen casi al mismo tiempo que los discursos nuevos. Si hay algo que caracteriza a la comunicación hipermediatizada actual es que los discursos se suceden de manera cada vez más veloz.

Reconocimientos

A lo largo de nuestro análisis, podemos destacar tres momentos en donde se producen mayor cantidad de discursos en reconocimiento.

En la segunda fase se destaca el hecho de que los canales de televisión comienzan a hacer un seguimiento del caso, reconociendo la difusión que éste estaba teniendo en las redes sociales, para la cual, a su vez, fue importante la participación de la cuenta de Twitter @desaparecidadorg (primera subfase). Además, como producto de la circulación en los

medios masivos (principalmente durante la jornada del 23 de marzo), en las redes sociales se produce una gran repercusión alrededor del caso (reconocimientos descendentes), reflejada en el hecho de que el hashtag #Tehuel es tendencia. El segundo momento es la segunda subfase, donde el colectivo @autoconvocadxsporthuel convoca a una acción virtual usando #ImessinTehuel y #DondeestaTehuel. A través de estos hashtags, miles de enunciadores amateurs, usuarios de Twitter, twitearon sobre la desaparición del joven y visibilizaron su caso y la movilización que se iba a llevar a cabo el 11 de junio. Destacamos también como el uso de estos hashtags creó un colectivo social de personas que reclaman por la aparición con vida de Tehuel de la Torre. Además de los reconocimientos de los enunciadores amateurs, la publicación tuvo reconocimientos de colectivos mediáticos como @desaparecidasOrg, de la enunciativa profesional Cecilia Ferrero, diputada por la Ciudad de Buenos Aires. Por último, otro momento donde se producen mayor cantidad de discursos en reconocimiento es en la quinta fase, donde otra vez el colectivo @autoconvocadxsporthuel convoca a una marcha y a una acción virtual para el día 11 de junio, cuando se cumplen los 3 meses sin Tehuel, usando #11Jmarchoportehuel. A través de este hashtag, enunciadores amateurs twitearon sobre el caso, creándose nuevamente, un colectivo en la plataforma Twitter. Otro reconocimiento se da el 11 de junio, día de la marcha, donde el caso tiene un salto hipermediático porque la movilización es cubierta por TV Pública. Una vez que la movilización convocada por @autoconvocadxsporthuel es retomada por los medios masivos se produce un cambio en la escala de mediatización del caso que ahora es mayor.

Nivel de observación de las fases

El análisis de la circulación del caso Tehuel que llevaremos a cabo comienza el 13 de marzo de 2021 con la primera publicación que realiza la novia de Tehuel, Luciana Leyes, en Facebook sobre la desaparición del joven. Realizamos un recorrido por los hitos que consideramos más relevantes para el análisis de la circulación. Por lo tanto, nuestro análisis

finaliza el 28 de junio de 2021, el Día Internacional del Orgullo LGBTQI+, con la marcha de la comunidad y su presencia tanto en medios tradicionales como en nuevos medios.

Primera Fase: Origen del caso

El discurso de origen del caso es la publicación de Luciana Leyes, novia de Tehuel, en Facebook¹, 13 de marzo de 2021. Es una foto de Tehuel con la descripción “*se busca tehuel de la torre por favor si alguien sabe algo comuníquese conmigo*” (D1). La circulación inicia de forma ascendente, generando luego un intercambio horizontal entre los demás usuarios o amigos de Leyes (reconocimientos), que comentan, comparten y dan “me gusta” o reaccionan a la imagen subida (3 comentarios, 29 *me gusta* y 181 veces compartido). La información de la descripción permite dar cuenta del uso de las redes sociales como medio de apoyo para la difusión, denuncia y contacto de personas desaparecidas. La imagen compartida se convierte luego en el rostro de la lucha por la aparición con vida del joven.

Primer subfase: “DesaparecidaA”

La primera subfase es de @desaparecidatorg (D2) en Twitter² del día 14 de marzo, por lo que hay un salto intrasistémico, es decir, el caso circula aún en las redes sociales o nuevos medios. El colectivo mediático @desaparecidatorg, que tiene como finalidad compartir los casos de personas desaparecidas en su cuenta de Twitter para visibilizarlos, comparte la foto que Luciana Leyes había difundido en Facebook en una primera instancia. Son dos fotos de Tehuel, una con la descripción “*Tehuel desapareció el 11/3/2021, 19 hs., en San Vicente (...) Por favor compartir, y si lo ven avisar #URGENTE*”. Los reconocimientos son los 1248 Retweets, 4 tweets citados y 321 *me gusta*. A partir de la cantidad de seguidores con los que cuenta este usuario, siendo 69 mil en total, se genera un cambio de escala en la mediatización junto con un mayor alcance y, en consecuencia, se forma un colectivo (quienes buscan a Tehuel de la Torre). La escala del caso cambia, ya que la búsqueda de Tehuel por medio de la difusión en las redes sociales comienza a ampliarse, la relación deja de ser entre pares como lo fue en la primera fase, sino que se expande a una red más pública como lo es Twitter.

¹ https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1420569164952494&id=100009982727122

² <https://twitter.com/desaparecidaorg/status/1371290949117165569?s=20>

Segunda fase: “InvisibilizadA en los medios masivos”

C5N³ es el primer canal que hace eco de la noticia de la desaparición de Tehuel de la Torre, el 18 de marzo de 2021. Teniendo en cuenta que es un medio masivo el que retoma una publicación realizada en una red social, se produce un salto intersistémico en dirección ascendente (D3). El video en YouTube cuenta con casi 4.000 reproducciones, mientras que el canal del medio en la plataforma mencionada tiene alrededor de 1.300.000 suscriptores. Ya el 23 de marzo, nuevamente C5N⁴ (programa *Mañanas Argentinas*) informa sobre el caso con móvil en las afueras de la casa del detenido (2.894 vistas). Los títulos siguen refiriéndose a Tehuel con pronombres femeninos e incluso se escribe incorrectamente su apellido. TN⁵ hace un móvil en Alejandro Korn, durante el programa *Está pasando*, que incluye una declaración de la hermana de Tehuel y un análisis del caso (9.737 vistas). En el mismo horario, Crónica⁶ le realiza una nota a la novia de Tehuel en el programa *Crónicas 20.21* (68.065 vistas). Por otro lado, Telefe⁷ dio a conocer un informe con un móvil en el lugar del rastillaje, durante el noticiero nocturno *Telefe Noticias* (7.638 vistas). Además, la edición de TV Pública⁸, *TV Pública Noticias* (2.158 vistas), informa sobre lo ocurrido durante el día y realiza un análisis policial. Por último, el programa *Siempre Noticias* de Crónica TV⁹ (16.905 vistas) realiza una nueva nota, esta vez a la hermana de Tehuel.

Tanto el 18 como el 23 de marzo, C5N se refirió a Tehuel de la Torre en femenino, colocó mal su apellido (23/3) y desvió el foco de atención cuando una de sus periodistas dio datos sobre una estadística completamente irrelevante para el caso (18/3). Mientras, en Crónica TV, tanto la hermana del joven como su novia fueron objeto de preguntas irrespetuosas, incómodas e intrascendentes. A la hermana se le preguntó si su hermano tenía problemas con las drogas y si la familia había recibido amenazas de parte del sospechoso o de su círculo. Por su parte, a la novia se le preguntó cómo se habría comportado Tehuel en caso

³ <https://www.youtube.com/watch?v=yz3fxIF5fmk>

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=FwUFMqYbbWg>

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=LVCfjvZ0yDo>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=m-UoT1760Zc>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=8hfxu05oX6Q>

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=ObnRNS3MLLO>

⁹ https://www.youtube.com/watch?v=gHVhq_geV7M

de que hubieran intentado violarlo¹⁰. Esto es el reflejo de la demonización y criminalización a las que son sometidas las personas del colectivo trans.

Tercera Fase: Día de la Visibilidad Trans

Esta fase empieza con la publicación del usuario @autoconvocadxsporthuel en Instagram¹¹ el 31 de marzo (D4) con la siguiente descripción “*Que aparezca Tehuel con vida ya!. Basta de crímenes de odio(...)*” (424 me gusta y 4 comentarios), fecha en la que se celebra la visibilidad trans, para que una de las consignas de la marcha, previamente organizada por el colectivo trans, sea exigir la aparición con vida de Tehuel. Esta publicación tiene su origen en la plataforma Instagram y sus reconocimientos se dan en Twitter. Es un intercambio de dirección ascendente/descendente dado que el colectivo @autoconvocadxsporthuel cuenta con 8286 seguidores. Podría decirse que este enunciador es un colectivo generado en Instagram, ya que fue creado por varias personas que comparten un objetivo en común: difundir y visibilizar la desaparición del joven. Los reconocimientos a esta publicación, en su gran mayoría, son de enunciadores amateurs, entonces, la dirección de la circulación es descendente, debido a que el estatuto de los enunciadores de estos discursos es menor que el del primer usuario. Se trata de una dirección ascendente cuando los discursos de reconocimiento pertenecen a enunciadores profesionales como es el caso de Ana Formaro¹², co-directora de *PresentesLGBT* (un medio periodístico con perspectivas de género y diversidades) y el Ministerio de Mujeres, Género y Diversidades¹³. La cuenta oficial de este último, que cuenta con 15.451 seguidores, el 31 de marzo, twitteo sobre la desaparición de Tehuel brindando datos para colaborar con la búsqueda del joven.

Segunda subfase: Acciones virtuales por #1messinTehuel

¹⁰ La parte de la pregunta de la periodista fue omitida en el video subido por el canal oficial de Crónica TV, pero algunos tweets del 23/3 hacen referencia a lo sucedido:

<https://twitter.com/VeSteinbrenner/status/1374443733886803976>

<https://twitter.com/ViudaDeRiquelme/status/1374445954779127818>

¹¹ https://www.instagram.com/p/CNDm0bWLiJZ/?utm_medium=copy_link

¹² <https://twitter.com/anaforaro/status/1377252137235791875?s=20>

¹³ <https://twitter.com/MinMujeresPBA/status/1377395053396520960?s=19>

Esta subfase se da por la publicación del usuario @autoconvocadxsportehuel en Instagram¹⁴ (276 *me gusta* y 2 comentarios) el 9 de abril (**D5**), pidiendo una acción virtual (*Twittazo*) utilizando los hashtags #*ImessinTehuel* y #*DondeestaTehuel* y convocando a marchas en todo el país el día 11 de abril para pedir por la aparición con vida de Tehuel a un mes de su desaparición. Si bien las marchas se llevaron a cabo, éstas no fueron relevadas por los medios masivos, pero sí se difundieron a través de las redes sociales, principalmente Twitter. Tanto la organización previa, la locación y las consignas principales, como fotografías y videos de la manifestación, se divulgaron también por las redes.

La subfase comienza en Instagram y sus reconocimientos se dan en Twitter. En su gran mayoría, los reconocimientos son de enunciadore amateurs, por lo tanto, la dirección es descendente, con la excepción de algunos discursos de enunciadore profesionales como los de la Secretaría de Género, el AFDA, ONG que promueve la diversidad de género y los derechos del colectivo LGBTIQ+, y Cecilia Ferrero, Diputada por la Ciudad de Buenos Aires. Aquí la dirección es ascendente.

Como reconocimiento a la publicación del usuario @autoconvocadxsportehuel, el colectivo mediático @desaparecidaorg, usuario que cuenta con 69 mil seguidores, twitteo sobre un mes sin Tehuel (5374 retweets, 2373 *me gusta* y 16 comentarios), usando los hashtags #*ImessinTehuel* y #*DondeestaTehuel*¹⁵. El tweet de este usuario es un hilo de fotos de Tehuel para que se lo conozca en todo el país. La intención es denotar el casi nulo y erróneo cubrimiento que realizaron los medios masivos del caso. Como el usuario es muy reconocido, hay un cambio en el estatuto del enunciadore y un salto en la escala de la mediatización. Al ser este usuario profesional, todos los reconocimientos, que se produjeron en la misma red social, van en dirección descendente.

Cuarta Fase: Flor de la V pide por la aparición de Tehuel en SDTV

En esta cuarta fase, el caso Tehuel vuelve a un medio masivo de comunicación tras ser retomado por Flor de la V, una figura pública y referente importante del colectivo trans. El 17 de abril, Flor de la V asiste a Sobredosis de TV, programa que se transmite los sábados por la noche en C5N y que cuenta con más de 44 mil visitas en YouTube (**D6**). Allí, ella

¹⁴ https://www.instagram.com/p/CNdvoZiDHh3/?utm_medium=copy_link

¹⁵ <https://twitter.com/desaparecidaorg/status/1381083799908409345>

expone sus preocupaciones acerca de lo que vive el colectivo trans, pide por la aparición con vida de Tehuel y denuncia la invisibilización del caso en los medios masivos de comunicación¹⁶. Se ve un proceso descendente/horizontal, por los reconocimientos provenientes de medios/portales digitales y de enunciadores amateurs en redes sociales.

Tercera subfase: “InvisibilizadA” en los medios masivos: Parte 2

El 26 de mayo, pasados los dos meses de la desaparición, los medios masivos de comunicación retoman el caso (**D7**), debido a nuevos rastrillajes en la laguna de la zona, e ignoran nuevamente la identidad trans de Tehuel, enfocándose en los hechos de la causa. En primer lugar, un móvil de Crónica TV¹⁷ (programa *Chiche 2021*) informa acerca de los mismos, tras haberse encontrado, aparentemente, “*restos en una bolsa*” (20.319 vistas). A su vez, el periodista de policiales de Telefe¹⁸ actualiza sobre el caso en el programa *El Noticiero de la Gente* (8.527 vistas). Canal Trece¹⁹, para el programa *Lo de Mariana*, realiza otro móvil desde el lugar de los nuevos acontecimientos (1.609 vistas). Por su parte, *América Noticias*²⁰ (763 vistas) entrevista a la hermana de Tehuel en un móvil del canal. Por último, en el noticiero nocturno de TV Pública²¹ (262 vistas) resumen lo ocurrido en el caso durante ese día. Probablemente por el tiempo transcurrido desde la desaparición, el nuevo discurso no tiene el mismo efecto en las redes sociales en relación al producido durante la segunda fase.

Quinta Fase: #11JmarchoporTehuel

Esta fase comienza en Instagram²², a través de la publicación de la cuenta @autoconvocadxsportehuel el 8 de junio (554 *me gusta* y 4 comentarios), donde convocan a una marcha de antorchas en plazas de todo el país (con centro en Plaza de Mayo) y a una acción virtual usando #11JmarchoporTehuel (**D8**). A diferencia de la primera movilización convocada por el usuario, esta vez los medios masivos cubrieron la marcha. De todos

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=gzgHm2MPe-c>

¹⁷ https://www.youtube.com/watch?v=biTEtd_0o9Q&t=3s

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=wq9hjB7vk84>

¹⁹ https://www.youtube.com/watch?v=EpScmUZmN_8

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=CeZiJH2QY9U>

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=2hPAQCid3es>

²² https://www.instagram.com/p/CP3YethgmhN/?utm_medium=copy_link

modos, tuvo mayor repercusión en las redes sociales. En este caso, comienza en las redes sociales, produciéndose reconocimientos a través del hashtag #11JmarchoporTehuel. Aquí, la gran mayoría de los discursos que forman parte de los reconocimientos provienen de enunciadores amateurs y, por lo tanto, la dirección de la circulación es descendente.

Sexta Fase: Marcha de antorchas

El 11 de junio, la TV Pública²³ cubre la marcha de antorchas realizada por los tres meses sin Tehuel, convocada en la quinta fase, a través de su noticiero *TVP Noticias (D9)*. Se destaca por el hecho de que se trata de un canal de aire, llegando a más personas de las que podría alcanzar una publicación en las redes sociales. En esta fase, el caso retorna a los medios masivos, luego de un salto intersistémico, tratándose entonces de un proceso ascendente, en el que un acontecimiento impulsado en las redes sociales es cubierto en la televisión. Luego, los reconocimientos son descendentes, ya que se replican en los nuevos medios. Uno de estos reconocimientos, se ve en un tweet publicado por @cronica²⁴, cuenta verificada que posee casi 800.000 seguidores, en el que se menciona la marcha, algo que también se plasmó en la web de La Izquierda Diario²⁵. Este último retrata un medio digital (MD), mientras que crónica refiere a un medio masivo (MM)

Séptima Fase: Tehuel presente en el colectivo trans

Esta fase se conforma por dos hechos importantes para el colectivo trans. Por un lado, el 24 de junio en Twitter, con la publicación del medio @izquierdadiario²⁶ (83.000 seguidores). La publicación hace uso de la aprobación de la Ley del Cupo Laboral Trans para pedir por la aparición de Tehuel. Por otro, la publicación de Amnistía Internacional @amnistiaar²⁷, otra vez en Twitter, con 42.695 seguidores, el 28 de Junio (Día Internacional del Orgullo

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=9C7gxlRrj0>

²⁴ <https://twitter.com/cronica/status/1403506226277675008>

²⁵ <https://www.laizquierdadiario.com/A-3-meses-de-la-desaparicion-de-Tehuel-se-realizaron-acciones-en-distintas-ciudades-del-pais>

²⁶ <https://twitter.com/izquierdadiario/status/1408178910861402112>

²⁷ <https://twitter.com/amnistiaar/status/1409553428322336773?s=20>

LGBTQI+) (D10). A la vez, el mismo usuario publica en su cuenta de Instagram²⁸ (168.000 seguidores).

En ambos casos, las publicaciones surgen en la red social Twitter, en donde exigen la aparición con vida de Tehuel en momentos significativos para el colectivo, haciendo hincapié en que su desaparición fue el mismo día que el varón trans fue a buscar trabajo. La fase es de carácter intrasistémico y horizontal, porque se desarrolla únicamente dentro de los nuevos medios, ya que los reconocimientos del discurso aparecen en Twitter, tanto de enunciadores amateurs como profesionales, tal como en el caso de @sol_despeinada²⁹, que cuenta con 145.000 seguidores.

Octava Fase: #DondeEstaTehuel

El noticiero de TV Pública³⁰ cubre la marcha del orgullo LGBTQI+ el 28 de Junio; en el mismo se recuerda la desaparición de Tehuel y se pregunta *#DondeEstaTehuel* (D11). Esta octava fase surge en los medios masivos de comunicación, por lo que hay un salto intersistémico ascendente. Esto es de suma importancia, debido a que de parte de la comunidad LGBTQI+ se exige que los medios le den más importancia a la desaparición de Tehuel. En la marcha también se conmemora la nueva ley de cupo laboral trans, recordando los crímenes de odio que sufre la comunidad y, con ello, la desaparición del joven. Elegimos este evento como última fase, por ser un día significativo para el colectivo trans, en el cual el nombre de Tehuel tuvo fuerte presencia, y también en redes sociales a través de los hashtags #Tehuel, #Orgullo y #LGBTIQ+ para pedir su aparición con vida. Tomamos como cierre este hecho, ya que no registramos un evento significativo que modifique el análisis que se realizó hasta la fecha. Es importante aclarar que nuestro caso sigue en desarrollo debido a que Tehuel sigue sin aparecer, y tanto su familia como el colectivo, siguen reclamando su aparición y una mayor presencia por parte de los organismos encargados de la investigación.

Nivel de observación micro

Primera fase: origen del caso

²⁸ <https://www.instagram.com/p/CQqfBMxAs4R/>

²⁹ https://twitter.com/sol_despeinada/status/1408182891918540800

³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=r7muupcOMYA>

La primera fase surge de la publicación de Luciana Leyes, novia de Tehuel de la Torre, a quien consideramos como actor individual/individuo amateur, por ser un usuario de la red social Facebook (**D1**). Tomamos la publicación del 13 de marzo de 2021, que realiza para dar cuenta de la desaparición de su pareja Tehuel. La enunciación es informal, ya que Leyes se dirige a sus amistades/seguidores de la red social de manera directa, pidiendo información sobre el joven desaparecido acompañado de una foto, estableciéndose una relación de individuo a individuo y, por tanto, una dirección horizontal del discurso.

Primera Subfase: “DesaparecidaA”

En la primera subfase tomamos la publicación del colectivo mediático @desaparecidasorg en la red social Twitter el día 14 de marzo (**D2**). Dicha cuenta funciona a partir de la participación de diferentes individuos que aportan información para una mayor difusión. El discurso ya no tiene una dirección horizontal, sino que los reconocimientos son descendentes por el estatuto de enunciador profesional que tiene @desaparecidasorg.

En este caso, @desaparecidasorg, como usuario de Twitter, es un individuo profesional, por la cantidad de seguidores, pero que genera un colectivo de comunicación, es decir, dispone de un medio de comunicación individual (Twitter) que le permite hacer publicaciones para generar una enunciación social.

Segunda fase: “Invisibilizada en los medios masivos”

En esta fase, con el ascenso del caso Tehuel al sistema superior, la difusión alcanza un nivel totalmente distinto, debido al carácter de enunciadores masivos que tienen los canales de televisión. Sin embargo, el erróneo tratamiento que define al nuevo discurso (**D3**) producido desde los medios masivos refleja el escaso reconocimiento que tiene entre los sectores hegemónicos, la lucha del colectivo trans y, particularmente aquí, la del colectivo social #DóndeEstáTehuel. La forma en la que los canales de televisión abordan el caso refleja las lógicas de producción periodísticas hegemónicas que alimentan la discriminación contra las personas trans o que pertenecen a la comunidad LGTBQI+.

Sí se puede destacar positivamente la intervención de muchos enunciadores amateurs sobre la mala cobertura televisiva (reconocimientos descendientes). Una buena parte de los usuarios de Twitter que convierten el hashtag #Tehuel en tendencia, hacen alusión al

negligente comportamiento de los canales o, incluso, de algunos de sus periodistas, quienes no aceptan la identidad como varón de Tehuel o son irrespetuosos con la lucha del colectivo LGBTQI+ y/o con su familia³¹.

Tercera fase: Día de la visibilidad trans

En la tercera fase, Día de la Visibilidad Trans, la circulación del caso desciende a las redes sociales a través de la publicación del colectivo @autoconvocadxsporthuel (**D4**), el cual tiene como objetivo visibilizar y reclamar por la aparición con vida del joven desaparecido. Destacamos que la enunciación en el posteo es cómplice dado que el usuario busca establecer una relación simétrica con sus seguidores y de esta manera acortar las distancias. Esta publicación es la primera que hace el colectivo @autoconvocadxsporthuel en la plataforma Instagram y, por lo tanto, marca el comienzo del colectivo. Los reconocimientos a la publicación van en dirección descendente cuando se trata de enunciadore amateurs en Twitter y en dirección ascendente cuando se trata de enunciadore que tienen un estatuto mayor al de @autoconvocadxsporthuel , como la cuenta oficial del Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidades.

Segunda subfase: Acciones virtuales por #1messinTehuel

El 9 de abril (**D5**), en vísperas de que se cumpla un mes de la desaparición de Tehuel, el colectivo mediático @autoconvocadxsporthuel realiza dos convocatorias vía Instagram para el 11 de abril. En esta subfase (**D5**) se registra un aumento en la circulación en Twitter de carácter intrasistémico que produce diversos reconocimientos descendentes, por parte de individuos amateurs; y conocimientos ascendentes, como en los casos de la Secretaría de Género, el AFDA, y Cecilia Ferrero, una Diputada por la Ciudad de Buenos Aires. Además de las redes sociales, la marcha logra obtener la convocatoria de los individuos, pero no la de los medios masivos (MM). Por ende, si bien gracias a ambas acciones se produce un aumento en la circulación, el nivel de mediatización no logra trascender hacia el sistema de MM. Esta última, es la principal diferencia entre esta marcha y la que se realizó

³¹ Algunos tweets que ejemplifican las críticas en Twitter del tratamiento televisivo:

https://twitter.com/Kaworu_20/status/1374417339832180736

<https://twitter.com/romidriasis/status/1374429189672030208>

https://twitter.com/Srta_Andie/status/1374369547881312265

más adelante, el 11 de junio (**D9**), ya que en esta última se logra un cambio en la circulación de carácter intersistémico que termina produciendo un salto hacia los MM.

Cuarta fase: Flor de la V

El 17 de abril se registra un nuevo salto hipermediático de carácter intersistémico hacia los medios masivos (**D6**). En esta fase, el programa “Sobredosis de TV”, cuyo ciclo forma parte de la programación de los sábados por la noche de C5N, tiene a Flor de la V como invitada principal. En el programa, ella aprovecha para hablar no solamente de la realidad que vive el colectivo LGBTIQ+, sino también para pedir por la aparición con vida de Tehuel. Se produce nuevamente un cambio en la circulación, que elabora reconocimientos descendentes de portales de noticias e individuos amateurs en Twitter. La propia dinámica que tiene la mediatización que produce la aparición de una de las principales referentes del colectivo travesti/trans en los medios masivos es lo que le otorga el poder al cambio que observamos en la circulación, ya que los reconocimientos descendentes de los individuos amateur, además de celebrar el accionar de Flor de la V por hacer que se vuelva a introducir el caso en la televisión abierta, también vuelven a hacer tendencia el pedido de aparición con vida de Tehuel y, por ende, el caso vuelve a adquirir un pico de mediatización en las redes sociales.

Tercera subfase: “Invisibilizada” en los medios masivos: Parte 2

Luego de un hiato temporal de 39 días, nuestro caso de análisis vuelve a tener presencia en los medios masivos con un salto intrasistémico. A diferencia de la cobertura de la segunda fase, el 26 de mayo (**D7**) aparenta haber un mayor conocimiento de los medios masivos para referirse al joven desaparecido, evitando los pronombres femeninos, aunque continúa habiendo omisiones o menciones limitadas con respecto a su identidad trans (en *Telefé, América TV y Crónica TV*). En lo que se refiere a las características de la enunciación, mayormente se replica en **D7** lo sucedido en **D3** (segunda fase). El mayor poder de difusión de los medios masivos y su posibilidad de alcanzar públicos que no frecuentan las redes sociales (donde el caso cuenta con mayor circulación) es lo que caracteriza a este sistema. Con la atención otra vez puesta en la parte judicial del caso, por los rastrellajes realizados en una laguna de la zona,

sobresale un discurso tendiente a la objetividad, pero con un trasfondo plagado de subjetividad, el cual se refleja en la reticencia de los enunciadores masivos a reconocer la identidad trans de Tehuel.

Quinta Fase: #11JmarchoporTehuel

Esta fase surge a raíz de una publicación de @autoconvocadxsportehuel (D8), usuario que catalogamos como colectivo mediático, en la que se convoca a una marcha de antorchas por los tres meses sin Tehuel. A esta altura, el colectivo, a diferencia de la otra fase (D4) y subfase (D5), tiene más seguidores y, por lo tanto, la escala de la mediatización es mayor por tener más alcance. La enunciación continúa siendo la misma porque interpela a sus seguidores directa e informalmente para acortar las distancias y reforzar la idea de colectivo, de que los une un mismo objetivo: la aparición con vida de Tehuel. Si bien la manifestación alcanzó los MM, la gran mayoría de reconocimientos a esta publicación se dieron en los nuevos medios y son todos en dirección descendente, ya que provienen de enunciadores amateurs.

Sexta Fase: Marcha de antorchas

La marcha de antorchas mencionada en la fase previa, es transmitida por la Televisión Pública en vivo (D9), motivo por el cual el caso retorna a los MM con una enunciación formal. Este canal logró, en su rol de enunciador profesional, que el caso se visibilizara aún más y que llegara a un público distinto al consumidor de los MMD y MD, aunque luego éstos nuevamente serán protagonistas y publicaran en sus distintas plataformas lo ocurrido en la manifestación. Tiene dos reconocimientos importantes que logró que el caso tuviera una circulación ascendente: las publicaciones de la marcha en las redes sociales de los enunciadores profesionales Crónica (MM) y de La Izquierda Diario (MD).

Séptima Fase: Tehuel presente en el colectivo LGBTQ+

Dos hechos importantes para el colectivo trans conforman esta fase, en los cuales la circulación desciende hacia los nuevos medios, provocando un salto intersistémico. Por un lado, el 24 de junio de 2021, con la publicación del medio digital @izquierdadiario, y, por otro lado, el día 28 de junio de 2021 con la publicación del colectivo mediático Amnistía

Internacional @amnistiaar (Día Internacional del Orgullo LGBTQI+) (D10). En ambas fechas hacen uso de dos acontecimientos relevantes para el colectivo trans en el que piden saber el paradero de Tehuel. Ambas tienen gran circulación por su cantidad de seguidores dentro de la red social Twitter, en la que los reconocimientos del discurso lo realizan tanto enunciadores amateurs como profesionales, tal como se ve en el caso de @sol_despeinada.

Octava Fase: #DondeEstaTehuel

En esta fase, la circulación del caso asciende a los medios masivos de comunicación. El noticiero de TV Pública MM, cubre la marcha del orgullo LGBTQI+ el 28 de junio de 2021 en la que personas del colectivo recuerdan que se sigue sin saber sobre el paradero de Tehuel, pidiendo la aparición del joven trans y recordando la importancia de que no se abandone su búsqueda; a su vez se pueden observar diversidad de carteles que invaden las calles preguntándose #DondeEstaTehuel (D11). A diferencia de noticieros mencionados en fases anteriores, la TV Pública muestra empatía con la comunidad trans, respetando la identidad de Tehuel y a su familia, cubriendo la marcha en la que hacen mención de manera respetuosa y exigen su aparición.

Dimensión espacial y enunciadores mediáticos

Para poder realizar el análisis espacial, haremos uso de las siguientes categorías de medios, colectivos e individuos:

Medios

Medios Masivos (MM): C5N, TN, Crónica TV, Telefe, TV Pública.

Medios Digitales (MD): El Sur Web, El intransigente, El Destape, La Garganta Poderosa, Frente de organizaciones en lucha, Opinión Frontal, Agencia Presentes, Infobae, FiloNews

Medios Masivos Digitales (MMD): Página 12

Colectivos

Colectivos mediáticos (CM): @DesaparecidasOrg, @Autoconvocadxsportehuel

Colectivos sociales (CS): #DóndeEstáTehuel

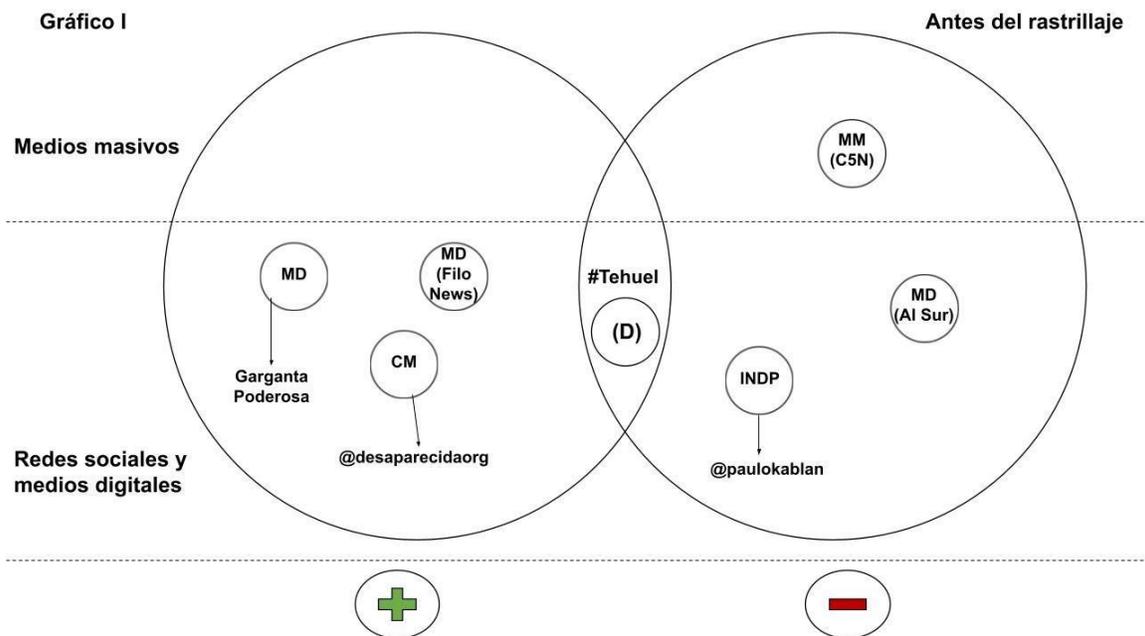
Individuos

Individuos profesionales (INDP): Paulo Kablan , Jey Mammon, Individuos amateurs (IA)

El evento que elegimos para llevar a cabo el análisis de la dimensión espacial es el rastrillaje, realizado el día 23 de marzo de 2021, en la casa de Luis Ramos (hasta allí, el único sospechoso de la causa de la desaparición de Tehuel). A partir de este momento, la difusión del caso de análisis se vuelve masiva y, por lo tanto, representa un cambio en la circulación. Nos interesa destacar el abordaje de los distintos medios masivos (MM) que ignoran la importancia de la identidad de Tehuel como varón transgénero y se centran en los hechos de la causa judicial, siendo esta la razón por la que cubren el caso.

En los gráficos observamos las valoraciones positivas y negativas de medios masivos (MM), medios masivos digitales (MMD), medios digitales (MD), colectivos mediáticos (CM) e individuos (IND) amateurs y profesionales. Para valorar de forma positiva o negativa el evento elegido, tomamos como variable el reconocimiento de la identidad de género de Tehuel y el respeto por él y su familia, teniendo en cuenta la forma en la que los medios y los enunciadores de las redes sociales tratan el caso.

Antes del rastrillaje



En el primer gráfico, posicionamos a los enunciadores presentes antes del rastillaje en la casa del sospechoso de la desaparición de Tehuel de la Torre. El caso tenía presencia en las redes sociales, principalmente en Twitter, de manera positiva. El Colectivo Mediático (CM) @desaparecidasorg el día 14 de marzo publica un tweet con una foto y los datos de Tehuel de la Torre, respetando su identidad de género. Por lo tanto, este colectivo está organizado alrededor de un mismo foco de interés: difundir los casos de desaparecidos y, de esta manera, aportar a su visibilización. Twitter, en este caso, permite generar un colectivo.

También destacamos de forma positiva la intervención de dos Medios Digitales (MD): Filo News y La Garganta Poderosa. El primero publicó una nota el 19 de marzo, actualizando sobre el caso e informando los datos de contacto para ayudar en la búsqueda, mientras el último, al día siguiente, se limitó a pasar dichos datos de contacto. En ambos casos se respetó la identidad del joven desaparecido, aunque sin mencionar que se trata de una persona trans.

Dentro de los Medios Masivos (MM) se encuentra C5N que es el primero que cubre el caso el día 18 de marzo. De todas formas, lo consideramos dentro de las valoraciones negativas ya que, para dar cuenta de la desaparición, utiliza los pronombres incorrectos tratando a Tehuel en femenino reiteradas veces. De esta manera, ignora la identidad de género del

A partir del rastillaje en la casa de Luis Ramos, realizado el 23 de marzo, el caso comienza a tomar relevancia en los MM y aumenta la circulación. En el gráfico 2, damos cuenta del abordaje negativo por parte de los medios masivos, C5N y Crónica, que habilitaron la difusión masiva, nombrando a Tehuel con pronombres femeninos. Esto refleja las lógicas de producción periodísticas hegemónicas en los medios masivos de comunicación, además del incumplimiento de la Ley de Identidad de Género (Ley N 26.743).

Mientras tanto, a los MMD, como Clarín y Página 12, y a los MD, como la Garganta Poderosa, El Intransigente, La Izquierda diario, Agencia Presentes, Opinión Frontal, El Destape e Infobae, los consideramos dentro de las valoraciones positivas ya que llevan a cabo la difusión de la desaparición de Tehuel respetando la identidad de género del joven. No solo se centran en la búsqueda con vida de Tehuel sino también remarcan la importancia de lo que implica la desaparición de una persona transgénero y reivindican así la lucha del colectivo Trava, Trans y No Binario (TTNB).

Es importante destacar que la llegada del caso a los MM fue en gran parte gracias a los individuos amateurs (IA) que lograron una fuerte difusión en las redes sociales. Colectivos como @Autoconvocadxsporthuel (CM), @DesaparecidasOrg (CM) convocaron a “tuitazos” generando hashtags para centralizar el reclamo (#DóndeEstáTehuel, #Tehuel, #1MesSinTehuel, #FaltaTehuel), compartiendo publicaciones en Instagram, entre otros activismos con valoración positiva pidiendo la aparición con vida del joven. Durante nuestro análisis del “después”, el hashtag #Tehuel fue tendencia en varias oportunidades, y esto no habría sido posible de no ser por la participación de los usuarios amateurs.

Del lado negativo, se destaca el abordaje erróneo de C5N. El 17 de abril, el programa “Sobredosis de TV” tiene como invitada a Flor de la V, quien menciona la desaparición de Tehuel de la Torre destacando a la comunidad Trans dentro de su discurso. Sin embargo, sigue presente la valoración negativa hacia el colectivo LGBTIQ+, ya que, durante una parte del programa, se muestran momentos televisivos transodiantes que incomodan a la invitada. Estos hechos solo reafirman como los medios masivos, colmados de estereotipos de género, no representan un compromiso para con la lucha de la comunidad Trava, Trans y No Binario (TTNB). Por último, aunque en el sistema de nuevos medios predominaron discursos favorables, también hubo aportes negativos (IA). Éstos se pueden notar en algunos comentarios de los videos sobre el caso Tehuel que los distintos canales subieron a

YouTube³². Igualmente, son unos pocos comentarios asincrónicos respecto a los hechos representados en los videos y, por tanto, con poca relevancia en comparación con las numerosas intervenciones positivas realizadas en redes sociales (en tiempo real).

Conclusiones

Para concluir con el análisis del caso Tehuel es importante destacar que las redes sociales o nuevos medios han sido el sistema de medios central en el caso ya que la mayor circulación discursiva se produce en éste. Es así que, la circulación del caso analizado fue posible, principalmente, por la publicación y mediatización de los individuos amateurs que, administrando sus propios medios por sistemas socio individuales, han sido capaces de generar colectivos y lograr que los discursos circulen en diferentes direcciones hipermediaticas.

Definitivamente, entonces, se produce una transformación entre el discurso de origen del caso Tehuel, la publicación de Luciana Leyes en Facebook, y el último cambio de fase que ocurre porque TV Pública cubre la marcha por el Día Internacional del Orgullo LGBTQI+. Por un lado, ocurren en dos sistemas mediáticos diferentes, la primera las redes sociales y la última en los medios masivos de comunicación, lo que le da a ambos enunciadores un estatuto distinto, que genera un cambio muy marcado en la circulación del caso.

Mientras el discurso con el que se da a conocer el caso es de un usuario amateur/actor individual por lo que la dirección del mismo es horizontal, de pares o individuo a individuo, entre los amigos o seguidores de Luciana Leyes, en el último discurso que retomamos es un enunciador mediático o medio masivo de comunicación quien da cuenta del caso. TV Pública cubre la marcha del Día Internacional del Orgullo LGBTQI+ donde el reclamo por la aparición con vida de Tehuel tiene una fuerte presencia como lucha del colectivo. Esto refleja, a su vez, el cambio cuantitativo de reconocimientos que generan ambos discursos, siendo la última fase la que mayores reconocimientos tiene. De todas formas, estos reconocimientos tienen mayor presencia en Twitter e Instagram con la utilización de hashtags, dando cuenta de la fuerte presencia del caso en las redes sociales o nuevos medios.

³² Las capturas con comentarios de individuos amateurs negativos se pueden encontrar en el siguiente Drive: https://drive.google.com/drive/folders/1So29p6FRURqLPI1U_5Xk8oOz9UO6uwym

De todas formas, una de las principales diferencias que encontramos entre el discurso que recorre las redes sociales y el que predomina en los medios masivos se basan en cómo se aborda en uno y otro espacio el hecho de que Tehuel es un varón transexual. En las redes, la mayoría de los usuarios se preocupa por tener en cuenta la identidad trans del joven desaparecido e, incluso, se molesta por la forma en la cual los medios tradicionales no respetan dicha identidad. Así, dan cuenta de las lógicas de producción hegemónicas de los medios masivos de comunicación, renuentes a incorporar elementos de colectivos sociales con ideas disruptivas en lo cultural y social, ya que ponen en entredicho el *statu quo* y es sobre éste que se reproduce la posición dominante de los medios (generalmente asociados a las élites económicas, políticas y culturales).

Por tanto, sostenemos que los discursos que publican los individuos mediatizados, como *ARTivismos* virtuales, que mostraban la participación de producciones artísticas en apoyo a la búsqueda con vida de Tehuel, o Twittazos, permiten también la generación de discursos *offline*, donde continúa la circulación por la interacción entre individuos, muy presentes en nuestro caso de análisis. Es así que, a lo largo de nuestro análisis el nombre de Tehuel invadió las calles, con carteles y posters, marchas, entre otros, transformando la desaparición del joven trans no solo en la búsqueda en sí, sino también, en un discurso de lucha y visibilidad a la desigualdad que viven las personas de este colectivo, tales como la dificultad de inserción laboral.

Como se ha dicho, el caso Tehuel tiene una fuerte presencia en los nuevos medios o redes sociales que se opone, no en todos los casos, a los discursos que se generan en los medios masivos de comunicación. Mientras los primeros tienen un discurso de apoyo y respeto hacia la comunidad trans, con un mensaje que intenta visibilizar la desigualdad que sufre este colectivo, con el objetivo de generar un cambio en la sociedad, los medios tradicionales siguen remarcando el mismo discurso discriminatorio, disfrazado de buenas intenciones, utilizando la desaparición del joven como elemento para criminalizar y demonizar al colectivo trans.

Por tanto, los individuos mediatizados han logrado que por primera vez un caso de desaparición de una persona trans circule con intensidad entre los distintos sistemas mediáticos. Dando cuenta, al mismo tiempo, que los medios masivos de comunicación basan sus lógicas de producción en estereotipos de género, con un punto de vista patriarcal

y heteronormativo, donde las disidencias y sus problemáticas quedan por fuera de la agenda mediática. Tehuel de la Torre se ha convertido en referente no solo de la lucha y visibilización del colectivo Trans, Trava y No binarie sino también en el caso que nos permite cuestionar y repensar las lógicas de producción de sentido en la sociedad hipermediatizada contemporánea, repleta de prácticas sociales que surgen “*desde abajo*”. Internet y sus usuarios son quienes están dispuestos a entablar relaciones tensas y complejas con los espacios que desean dejarlos por fuera de la agenda. Y, como podemos ver a lo largo de nuestro caso de análisis, los mismos individuos intentan, con la constante interacción en redes sociales o nuevos medios, imponer los temas de discusión.

Bibliografía

Calvo Ernesto (2015). “Twitter, política y la cámara de eco” y “Tuiteando #Nisman: el primer tuit”, en Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman. Capital Intelectual.

Carlón, M. (2016). “Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón”, en Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Comunicación social.

Carlón, Mario (2020 [2018]). “Medios individuales, medios colectivos, y circulación transversal: desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). En Circulação discursiva e transformação da sociedade”, Actas del VIII Pentálogo de CISECO. Japaratinga, Brasil.

Carlón, M. (2021). “¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido en la mediatización contemporánea?”, en Mediatización. Teorías y prácticas, Escudero, Lucrecia; Hepp Andreas y Olivera, Guillermo (eds.). FELS.

Carlón, M. [Universidad de Buenos Aires] (5 de mayo de 2021). Unidad 3 Teórico N°7. [Video]. Drive de Google. <https://drive.google.com/drive/folders/138mH4MwwtG5uJ1wnpng1lnDTFRwIMdjC>

Carlón, M. [Universidad de Buenos Aires] (27 de mayo de 2021). Unidad 3 Teórico N°10 Circulación transversal. [Video]. Drive de Google. <https://drive.google.com/drive/folders/138mH4MwwtG5uJ1wnpng1lnDTFRwIMdjC>

Carlón, M. [Universidad de Buenos Aires] (3 de junio de 2021). Unidad 3 Teórico N°11 Enunciadores y circulación transversal. [Video]. Drive de Google. <https://drive.google.com/drive/folders/138mH4MwwtG5uJ1wnpng1lnDTFRwIMdjC>

Castells, Manuel (2009). “La comunicación en la era digital”, en Comunicación y poder. Siglo XXI.

Curia, D. (7 de abril de 2021). La desaparición de Tehuel: transfobia televisada. Página/12. <https://www.pagina12.com.ar/334266-la-desaparicion-de-tehuel-transfobia-televisada>

Fratlicelli, D. [Universidad de Buenos Aires] (3 de junio de 2021). Unidad 3 Teórico N°8 Comunicación ascendente. [Video]. Drive de Google. <https://drive.google.com/drive/folders/138mH4MwwtG5uJ1wnpng1lnDTFRwIMdjC>

Verón, E. (1987). “El sentido como producción discursiva”, en La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Gedisa.