

# **INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO**

## **“NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DISCURSIVA”**

CABRERA, Camila

DABUSTI, Melina

GARCÍA JURADO, Matías

KOSOY, Santiago

LOPEZ, Jezereel

SOSA, Pablo Ignacio

VIANO, Verónica

ZABALA, Juliana

***SEMIÓTICA DE REDES***

***COMISIÓN 23***

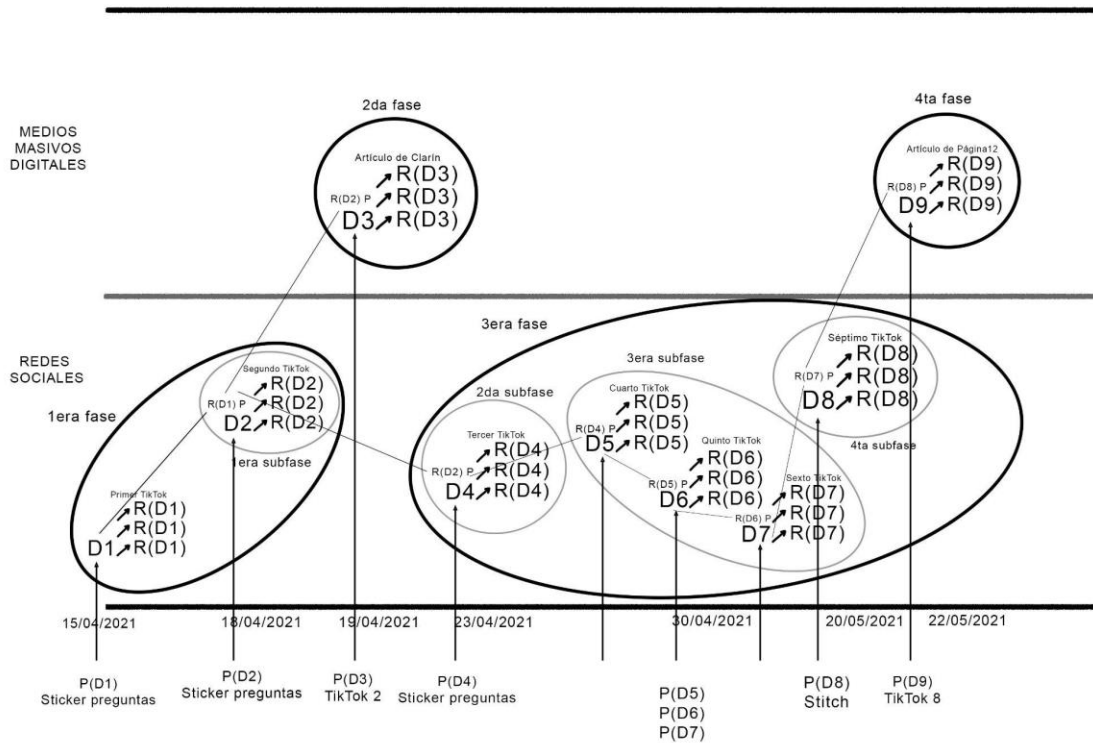
**Cátedra: Mario Carlón - 2021**

### **Introducción**

En octubre de 2020, Horacio Rodríguez Larreta se unió a la red social TikTok, una plataforma para compartir videos cortos que ganó mucha popularidad durante la cuarentena. Abarcando desde su resultado positivo de Covid-19, hasta sus opiniones sobre el cantante Harry Styles, sus videos rápidamente se volvieron populares, dado el resultado cómico que generaba ver a un político tan importante en una red social dirigida a adolescentes, mezclando temas relevantes con cosas triviales.

Durante el 2021, cuándo uno de los desafíos más grandes fue qué hacer con la situación escolar en el contexto sanitario del país, Horacio Larreta no perdió la oportunidad de hablar de este asunto en TikTok, aprovechando la oportunidad de dirigirse principalmente a los adolescentes. En este trabajo, se analizan aquellos videos de su cuenta de TikTok que hablan sobre las clases en el período entre el 15 de abril (fecha en que se suspenden las clases presenciales en el AMBA) y el 20 de mayo del 2021 (suspensión de las clases en CABA).

### Nivel de observación diacrónico





## Elementos significativos de la circulación

**D1:** Video publicado en TikTok por Rodriguez Larreta sosteniendo su decisión de mantener las clases presenciales.

**D2:** Video publicado en TikTok por Rodriguez Larreta respondiendo al comentario de “Juana”.

**D3:** Video publicado en TikTok por Rodriguez Larreta donde da recomendaciones sanitarias para las clases presenciales.

**P(D3):** Condiciones de producción de **D3** que incluyen, entre otras cosas, un sticker de preguntas y una respuesta a un comentario de la aplicación.

**D4, D5 y D6:** Tres videos en conjunto publicados en TikTok por Rodriguez Larreta, donde explica las medidas que estarán vigentes a partir del 3 de mayo.

**D7:** Video publicado en TikTok por el usuario “@santiravier”, donde un grupo de adolescentes pide a Larreta, de forma cómica, la suspensión de las clases.

**D8:** Video publicado en TikTok por Rodriguez Larreta en respuesta al **D7**.

**D9:** Artículo publicado por *página 12*, hablando de la inacción del Jefe de Gobierno porteño en lo relacionado a las clases.

- **CIRCULACIÓN HIPERMEDIÁTICA**

Siguiendo el modelo de Eliseo Verón, la circulación hipermediática en el caso observado es de tipo ascendente-descendente. Parte de los discursos originados por Horacio Larreta en la red social TikTok, con eventuales saltos hipermediáticos a medios masivos digitales, como

Clarín o Página12. Los saltos se dan de manera ascendente y descendente, dado que luego de ser publicado en medios masivos digitales, se siguen generando discursos en TikTok. A pesar de que, por momentos, los discursos se mantienen en redes sociales, siendo el emisor Horacio Rodríguez Larreta en su función de institución como Jefe de Gobierno, la circulación no es entre pares, por ende, es descendente. Aunque su cuenta no es tan grande como la de otros usuarios, cuenta con mayor autoridad dada su posición política.

- **FASES Y SUBFASES**

En la observación se detectaron cuatro fases y tres subfases. La primera fase comienza con el video publicado en TikTok por Horacio Rodríguez Larreta (@horaciorodriguezlarreta) el 15 de abril de 2021. Video en el que, reafirma su voluntad de continuar las clases presenciales. Luego, el 18 de abril, el Jefe de Gobierno publica otro video en la misma plataforma, conformando la primera subfase. Hasta este momento el movimiento es horizontal, dado que todavía no hay un salto a medios masivos.

La segunda fase en cambio, es ascendente y comienza el 19 de abril, cuándo Clarín publica en su versión digital una nota sobre el video.

Luego de esta nota, se da un movimiento descendente que da inicio a la tercera fase, de nuevo en redes sociales, que consta de un video publicado por Horacio Larreta el día 23 de abril respondiendo preguntas acerca de los protocolos para las clases presenciales. En un sentido horizontal, se da la segunda subfase, compuesta por una serie de vídeos también publicados por el Jefe de Gobierno el 30 de abril, en los cuales se detallan las normativas sanitarias y protocolares que aplican a todos los niveles educativos. El día 20 de mayo inicia la tercera subfase, también horizontal, integrada por un sólo video publicado en TikTok, donde Horacio Larreta hace un “stitch”, un montaje a un video previo que habían publicado unos estudiantes mencionándolo, y anuncia de esta manera la suspensión de las clases en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Por último, la fase cuatro comienza el 22 de mayo con un movimiento ascendente, a partir de la nota que Página12 realiza sobre el video anterior.

- **TEMPORALIDAD**

La primera fase tiene una duración de apenas cuatro días, incluyendo la primera subfase, que dura apenas veinticuatro horas. La segunda fase tiene también, una extensión de cuatro días. La tercera fase, por su parte, es la más larga con casi un mes de duración. La segunda subfase dura veinte días, mientras que la tercera subfase, apenas dos.

Las primeras fases tienen una duración muy corta, donde el Jefe de Gobierno insiste en el discurso, pero es evidente el quiebre que se da en la tercera fase, cuando sus publicaciones sobre este tema merman de manera notable. Teniendo en cuenta que del 30 de abril al 20 de mayo la situación epidemiológica empeoraba constantemente, y que el 22 del mismo mes se llegó al pico máximo de casos hasta la fecha, se podría considerar que no es casual que el accionar del Jefe de Gobierno en la plataforma haya brillado por su ausencia: cuántos más casos, menos discursos acerca de las clases, apartándose del debate y sin dar lugar a la discusión en sus redes.

- **DISCURSOS EN RECONOCIMIENTO**

A partir de las fases antes mencionadas, se destacan momentos en los cuales fue mayor la interacción de los ciudadanos frente a la situación suscitada. En la fase 1, se dió una gran polarización a favor y en contra de las clases presenciales, desencadenando una gran cantidad de discursos en diferentes redes sociales. La situación se aseveró una vez publicado el DNU 241/2021, que declaraba la suspensión de las clases presenciales en el AMBA. Cabe destacar que el video que posee más reproducciones es el que corresponde a la Subfase 1, con dos millones de vistas. Sin embargo, este no fue el que más respuestas desencadenó, ya que ese fue el video de la primera fase.

### **Nivel de observación de fases**

#### **Informe sobre las fases de la circulación:**

La institución de la cual parte el contenido es el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, siendo Jefe de Gobierno el cargo del enunciador, Horacio Rodriguez Larreta, cuyo Twitter es *@horaciolarreta* y su TikTok *@horaciородiguezlarreta*. El análisis parte de discursos emitidos por Horacio Larreta en la aplicación TikTok referidos a las clases, a los cuales

se suman como condiciones de producción y de reconocimiento discursos de MMD, MD, INDP e IA.

Se puede observar un movimiento ascendente dado que hay un salto hipermediático, pero este salto se da en medios masivos digitales, sin llegar a medios masivos tradicionales. Toda circulación y movimiento, se da dentro de internet y se divide en cuatro fases con cuatro subfases.

### **Fase 1: “El aula más peligrosa es la que está cerrada”. Inicio el 15/04. Fin 18/04.**

La figura **D1** hace referencia al TikTok donde Rodríguez Larreta, bajo el usuario @horaciorodriguezlarreta, sostiene su decisión de mantener las clases presenciales afirmando que es más peligrosa un aula cerrada que un aula abierta, ateniéndose a las consecuencias que esto pueda generar a nivel sanitario. A partir de esta afirmación se elige el título de la fase, que sirvió como lema de batalla del partido de Larreta a lo largo de este debate.

En el marco del DNU 241/2021 expuesto en medio de la emergencia sanitaria, que estableció la suspensión de clases presenciales por 15 días, el desgaste social fue en aumento. Sea por el agotamiento a causa de la virtualidad, el coronavirus, o la presión por parte de grupos de padres, la tensión escaló. Los videos del político comenzaron a poner en agenda un tema que, hasta entonces, no había sido tan debatido.

Dentro de los discursos del corpus, **D1** no es el de mayor visibilización ni interacciones, pero es el que da el puntapié inicial al debate. Generó una importante repercusión, con 970,6 mil reproducciones, 94,5 mil likes, 7.625 comentarios dentro de la aplicación y de cara a la primera subfase ya logra tener muchas más vistas.

### **Subfase 1: “Preparen la mochila”. Inicio 18/04. Fin 19/04.**

En esta instancia, la figura **D2** representa el TikTok subido por Horacio Larreta el 18 de abril del 2021. En el video, el Jefe de Gobierno responde al comentario de “Juana”, que pregunta si debe armar su mochila para ir al colegio. Larreta hace alusión a **D1** y reitera firmemente su intención de continuar con las clases presenciales en la Ciudad de Buenos Aires. De su respuesta deriva el título elegido para esta subfase, el cual es un llamado a la acción a todos los estudiantes.

Este video tuvo más repercusión que el anterior, siendo el segundo video más visto del corpus con 2 millones de reproducciones, 178 mil likes y 9093 comentarios.

### **Fase 2: “¿Qué pasaría si Juana...?”. Inicio 19-04. Fin 23-04.**

El video publicado el 18 de abril del 2021 en TikTok fue replicado en varios portales de noticias digitales y hasta alcanzó otras redes sociales (representadas por **R(D2)**) que se sumaron al debate. Este tuvo gran repercusión tanto en Twitter como en TikTok, con algunos comentarios de tinte político, generando varios discursos que se preguntaban: “¿Qué pasaría si Juana se contagia...?”. De esta visión es que se desprende el título de la fase. A su vez, se da un salto hipermediático cuando la versión digital de Clarín publicó, en su sección “Política”, una nota acerca de la “invitación” de Larreta a ir a la escuela en TikTok.

### **Fase 3: “¿Respondemos preguntas de TikTok?”. Inicio 23/04. Fin 30/04**

Descendiendo en reproducciones, se encuentra **D3** que representa el video de Larreta, publicado el 23 de abril del 2021, donde da recomendaciones sanitarias para las clases presenciales, a partir de la respuesta a la consigna “¿Respondemos preguntas de TikTok?”, que da nombre a la fase. **P(D3)** representa las condiciones de producción de **D3** que incluyen, entre otras cosas, un sticker de preguntas y una respuesta a un comentario de la aplicación. **D3** genera distintos reconocimientos, como **D1** y **D2**, tuvo repercusión en distintas redes sociales. En esta fase no se ve nada en particular que modifique la circulación, es decir, el video sigue el camino de los anteriores en cuestiones de recepción, pero si tiene una baja de reproducciones ya que obtuvo 91,2 mil reproducciones, 6604 likes y 177 comentarios.

### **Subfase 2: “¿Qué sucede a partir del 3 de mayo?” Inicio 30/04. Fin 23/05**

**D4**, **D5** y **D6** no parten de respuestas a comentarios, como los anteriores, sino que son tres videos relacionados entre sí, donde el jefe de Gobierno explicó las medidas vigentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a partir del 3 de mayo. La pregunta sobre qué sucede en esta fecha se utilizó como título del **D4** y también de la segunda subfase, ya que marca un día importante en donde se establecieron nuevos parámetros para los distintos niveles de escolaridad. Los videos fueron publicados el 30 de abril de 2021, luego de que la Corte Suprema de la Justicia declarara inconstitucional el DNU que suspendió las clases presenciales. El primero,

alcanza 1,2 millones de reproducciones, 122,4 likes y 3422 comentarios. Por su parte, el segundo 171,9 mil reproducciones, 11,3 likes y 550 comentarios; y por último el tercer video, logra 144,2 mil visualizaciones, 6191 likes, 309 comentarios.

### **Subfase 3: “No le aflojen”. Inicio 20/05. Fin 22/05.**

**D7** es un discurso que parte de un video de un usuario ajeno (@santiravier) donde un grupo de adolescentes utiliza un formato de video muy común en TikTok, pidiéndole a Larreta en forma cómica que suspenda las clases dado que tienen una prueba de matemática. **D8** representa al video en montaje del **D7** que realizó el Jefe de Gobierno, utilizándolo para anunciar la suspensión de las clases durante la semana, aclarando que “estudien igual”. A partir de esta cuestión se toma de manera textual lo dicho por Larreta para el nombre de la subfase, donde apela a su preocupación e incentiva a los jóvenes a estudiar y prepararse para cuando sea posible volver. Es la publicación con más repercusión del corpus, contando con más de dos millones de reproducciones, 437,2 mil likes, y 8647 comentarios al día del registro.

### **Fase 4: “Ni-ni”. Inicio 22/05.**

El día 22 de mayo del 2021, la versión digital del diario Página 12 publicó un artículo, representado por **D9**, hablando de la inacción del Jefe de Gobierno porteño en lo relacionado a las clases, que no se suspendieron ni continuaron, sino que se “reprogramaron”. La nota es de un tono bastante crítico tanto de las decisiones del político, como de su manera de comunicarlas, mencionando directamente el video de la tercera subfase. El título de la nota, “El ni-ni de Larreta para las clases porteñas”, titula la última fase de este trabajo.

## **Nivel de observación micro**

### **Fase 1**

La primera fase de este trabajo comienza con una publicación de Horacio Larreta en TikTok, siendo uno de los primeros políticos nacionales en interiorizarse en esta red social. No es la primera publicación en la red social, ni la primera que habla de las clases, pero lo hace en un contexto más complejo que las veces anteriores. En el video, en su rol de enunciador



institucional, reafirma que hará todo lo posible para continuar con la presencialidad dado que, según sus palabras, el aula más peligrosa es la que está cerrada. Es pertinente resaltar que no hace mención al contexto epidemiológico. La manera de actuar del Jefe de Gobierno en esta red social se mantuvo en esta línea, sin hablar de ningún tema que pudiera jugarle en contra, como Calvo (2015) menciona en Twiteando a Nisman: los políticos hablan de los temas donde saben que tienen ventaja. Sus decisiones, las medidas que tomó, y su forma de comunicar, generaron mucha polémica tanto por el contenido de su discurso, como por los modos.

La enunciación de Larreta en el video tiene, tomando los conceptos de Verón (1987), un fuerte componente programático, ya que su discurso en el video se compone mayormente de promesas: *“Voy a hacer todo lo posible para eso [mantener las clases presenciales], voy a pedirle una reunión al presidente, voy a presentar un amparo en la Corte Suprema”*, frases que son del orden del “poder hacer”. También aparece el componente didáctico, donde el enunciador político formula una verdad universal (*“El lunes los chicos tienen que estar en las clases (sic), tenemos que mantener las clases presenciales con las aulas abiertas”*). En este, como en todos los videos analizados, el audio y la imagen están acompañados de texto. A medida que el enunciador va hablando, un texto aparece en pantalla detallando lo dicho, pero no todo, sino algunas frases destacadas. Usa distintos colores, emojis y gif, acorde al público de la plataforma. A modo de cierre, aparece en pantalla un video montado con una frase, también de fuerte componente didáctico: *“El aula más peligrosa de todas es el aula que está cerrada”*.

Frente a los discursos del funcionario, las reacciones partieron tanto de colectivos sociales, como de colectivos mediáticos, que ocasionalmente se superponen. Cuando se habla de colectivos sociales, en este caso se hace alusión a partidos políticos, como Juntos por el Cambio y el Frente de Todos. Los colectivos mediáticos, por otro lado, hacen referencia a los colectivos que se crean tanto en TikTok, como en Twitter. Dentro de estas redes sociales, se los puede observar con los hashtags #NoALasClasesPresenciales y #ClasesPresenciales, así como mediante comentarios o menciones al Jefe de Gobierno. Además, se involucran otros colectivos mediáticos, como por ejemplo, Padres Organizados CABA, que surge en redes sociales y conversaciones underground en noviembre de 2020, con el fin de retomar la presencialidad escolar. Como se menciona anteriormente, se superponen en el sentido de que aquellos adeptos de Juntos por el Cambio, el partido del que Horacio Rodríguez Larreta forma parte, se inclinan

por aquellas posturas a favor de la presencialidad, apareciendo más frecuentemente en el hashtag #ClasesPresenciales. Desde el Frente de Todos, en cambio, se perciben posturas en contra de la presencialidad, con el hashtag #NoALasClasesPresenciales. Si bien estos colectivos se mantuvieron estables a lo largo del trabajo y siguieron replicando sus opiniones y discursos, no tuvieron segmentaciones importantes, ni tampoco una verdadera incidencia en el foco del análisis: la enunciación de Horacio Larreta en TikTok.

Sus discursos se dan de manera descendente hacia enunciadores amateurs, que a su vez conforman colectivos mediáticos de seguidores. Las recepciones acerca de sus modos de comunicar fueron mixtas. ¿Genio o poco serio? ¿Entendió a la perfección las redes y su uso o simplemente se ríen de él?. Independientemente de quienes replican o refutan sus comentarios, quedó en evidencia que logró interpelar, al menos, a estos colectivos mediáticos que representan a un sector de la juventud. A partir de la insistencia del jefe de Gobierno, las clases presenciales se convirtieron en un nuevo campo de batalla.

### **Subfase 1**

Esta subfase parte de otra publicación de Horacio Larreta realizada en TikTok, también respondiendo a un comentario de un individuo amateur, de nombre “Juana”. En el video, corrobora la continuidad de la presencialidad, esta vez haciendo uso del componente prescriptivo, que indica cómo deben ser las cosas: *“Sí, Juana, por supuesto, tenés que tener la mochila armada para mañana ir a la escuela como todos los días”*. Aún así, la enunciación es informal, casi paternalista, y se lo ve dispuesto a formar un vínculo con el colectivo de usuarios de TikTok, a quienes se dirige ocasionalmente por nombre propio (aquellos que lo tienen en el usuario). Este colectivo interactúa con el político, dejándole preguntas y comentarios. De nuevo, Horacio Larreta aparece familiarizado con las formas propias de la aplicación, utilizando la función de generar un video para responder a un comentario.

La circulación en este caso es ascendente, dado que la recepción se dió, no sólo por parte de enunciadores amateurs, sino también por medios masivos digitales, tales como la versión digital de Clarín, en su sección política.

### **Fase 2**

Esta fase se compone por la nota de Clarín publicada el 19 de abril de 2021 en su versión digital. El artículo habla acerca de la enunciación de Horacio Larreta en TikTok, así como de su decisión de continuar con las clases presenciales a pesar del DNU impuesto por el Poder Ejecutivo.

La enunciación del artículo es interesante porque, a pesar de que el vocabulario es formal, recurre constantemente a concepciones del sentido común, de uso cotidiano. Por ejemplo, los “días tensos” que vive Horacio Larreta en este contexto, o la mención de que la Corte “le dió la razón” a la Ciudad. Se evidencia una postura muy favorable respecto al Jefe de Gobierno, no sólo en cuanto a las medidas tomadas sino también en cuanto a su comunicación. Toda una sección del artículo está dedicada al uso de TikTok por parte del político, resaltando como muestra su lado más “humano y divertido”, inclusive invitando a ver “las perlitas” en su perfil.

Además de este artículo en Clarín, también se dieron otras recepciones al video de “Juana”, siendo este el segundo video con más repercusión de los seleccionados. A pesar de que es el video con mayor cantidad de respuestas de tono político, aún así se observan muchas respuestas de carácter humorístico, que se burlan de Horacio Larreta. El colectivo de usuarios de Twitter fue un poco más serio en sus recepciones, utilizando frecuentemente la imagen de “Juana” para humanizar a los niños expuestos al Covid-19 en las escuelas. Por otro lado, el colectivo de Padres Organizados CABA, convocó a una caravana al Obelisco para reclamar por la presencialidad, el día 22 de abril.



### Fase 3

La fase tres parte de otra publicación de Horacio Larreta en TikTok. El video está titulado “Respondo sus preguntas de TikTok” y responde a un usuario que pide recomendaciones

sanitarias para las clases presenciales. Hay una búsqueda muy clara de interacción con el colectivo de usuarios de TikTok, por lo que podría aplicar el concepto de enunciador cómplice (quien, en base a un “contrato de complicidad” que tiene con sus destinatarios, los hace hablar y participar) (Verón, 1987). Se evidencia también una gran presencia del componente didáctico, dado que el Jefe de Gobierno adopta un rol pedagógico y utiliza esta oportunidad para reiterar algunas de las medidas sanitarias más importantes en la presencialidad (*"Tenemos entrada escalonada para no generar amontonamiento, tratá de no usar el transporte público si vivís cerca de la escuela, para los que van en autos particulares, con el sistema sube y baja, todo esto para que no se aglomeren en la puerta de entrada"*). La enunciación es, de nuevo, descendente, dado que parte de este enunciador institucional a sus seguidores que son enunciadores amateurs.

En la circulación del video se percibe un desfase que también aparece en videos anteriores, dado que muchos de los comentarios realizan una lectura humorística del video, burlándose del aspecto físico del político, apelando a lo reidero. Aún así, se dan respuestas políticas o serias por parte de algunos enunciadores amateurs, haciendo mención a la cantidad de contagios y al riesgo que implica asistir a clases, algo que Horacio Larreta falla en mencionar.

## **Subfase 2**

La subfase 2 está compuesta por tres videos publicados por Rodriguez Larreta en su cuenta de TikTok, en los cuales explica las medidas sanitarias adoptadas para los distintos niveles educativos. Se puede observar que a diferencia de otros discursos presentes en el corpus, en estos tres discursos el jefe de Gobierno opta por un tipo de enunciación meramente informativa. En este caso, hace referencia únicamente a la información concreta, dando un discurso corto, conciso. No utiliza el humor como en otros casos, tampoco hace referencia a la situación sanitaria.

En paralelo, el mismo día realizó un hilo en Twitter, donde explica la situación sanitaria y la manera de proceder con sumo detalle, apelando al componente descriptivo, haciendo un balance de la situación, y al didáctico, tomando un rol pedagógico y plasmando una verdad universal. De esta manera, se puede pensar que esto se da por los distintos tipos de colectivos de enunciadores amateurs que habitan en cada red social, siendo Twitter una aplicación en donde

predominan la discusión, el diálogo y lo argumental. TikTok, por su lado, es una aplicación donde los discursos cortos y de tono informal tienen la prioridad.

En el lado de la recepción, de nuevo se percibe un desfase con la mayoría de los receptores, que realizan una lectura cómica de los videos, a pesar de que algunos de los comentarios son acerca de las medidas tomadas. Los colectivos continuaron sin tener incidencia en el desarrollo del foco de análisis. La repercusión de estos discursos fue escasa en comparación a los otros, quizás consecuencia de su discurso escueto y altamente informativo, más típico de un político.

### **Subfase 3**

La tercera subfase también parte de un video publicado en TikTok, con algunas particularidades respecto a los anteriores. El día 20 de mayo de 2021, el Jefe de Gobierno realiza un “*stitch*” con otro video para anunciar la suspensión de las clases en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Un *stitch* es un montaje que puede realizarse con otros videos que se hayan publicado en la aplicación. En este caso, el video surge de un enunciador amateur (@*santiravier*) que forma parte del colectivo mediático de usuarios de TikTok. En la publicación original, dirigida directamente al Jefe de Gobierno, se ve un montaje de chicos y chicas evidentemente en una escuela, en pose de súplica, acompañado de un texto que dice “*hola larreta suspendenos las clases que el lunes que viene tenemos prueba de matemática (sic)*”. Horacio Larreta realiza un montaje para explicar que además de que el lunes y martes no hay clases por los feriados, los días restantes tampoco habrá clases, pero se recuperarán a fin de año dado que “no se puede perder ni un sólo día”. Finaliza el video diciendo, en tono paternalista, que “no aflojen”.

Durante su enunciación, se dirige directamente a los jóvenes del video original, diciendo “chicos”, y hablando en segunda persona. Se reitera, entonces, el concepto de enunciador cómplice. También podría decirse que es el video más informal del corpus, especialmente teniendo en cuenta el contraste entre la seriedad de la situación y la liviandad del anuncio: para los anuncios sobre las medidas vigentes se realizaron videos altamente informativos, mientras que en este, la información es mencionada al pasar.

Esta enunciación también es relevante en su contexto: luego de semanas de debate acerca de la presencialidad, y de convertir este asunto en una bandera política, debe ir en contra de lo que pregonó. Quizás es por esto que el anuncio es realizado de forma tan ligera, obviando todos los debates previos y reduciendo la complejidad del tema a un simple chiste. De nuevo, es interesante también mencionar que no se habla en ningún momento de la situación epidemiológica, sino exclusivamente del asunto de la presencialidad escolar y sus derivados.

El video es el que tuvo más repercusión en todo el corpus y podría suponerse que se debe al modo del anuncio, que fue sorprendente para todos los sectores. Fue la primera vez que Horacio Larreta utilizó la herramienta de “stitch” en la aplicación, respondiendo de forma tan directa un video ajeno. Las recepciones variaron, pero muchas viraron alrededor de lo absurdo de la enunciación.

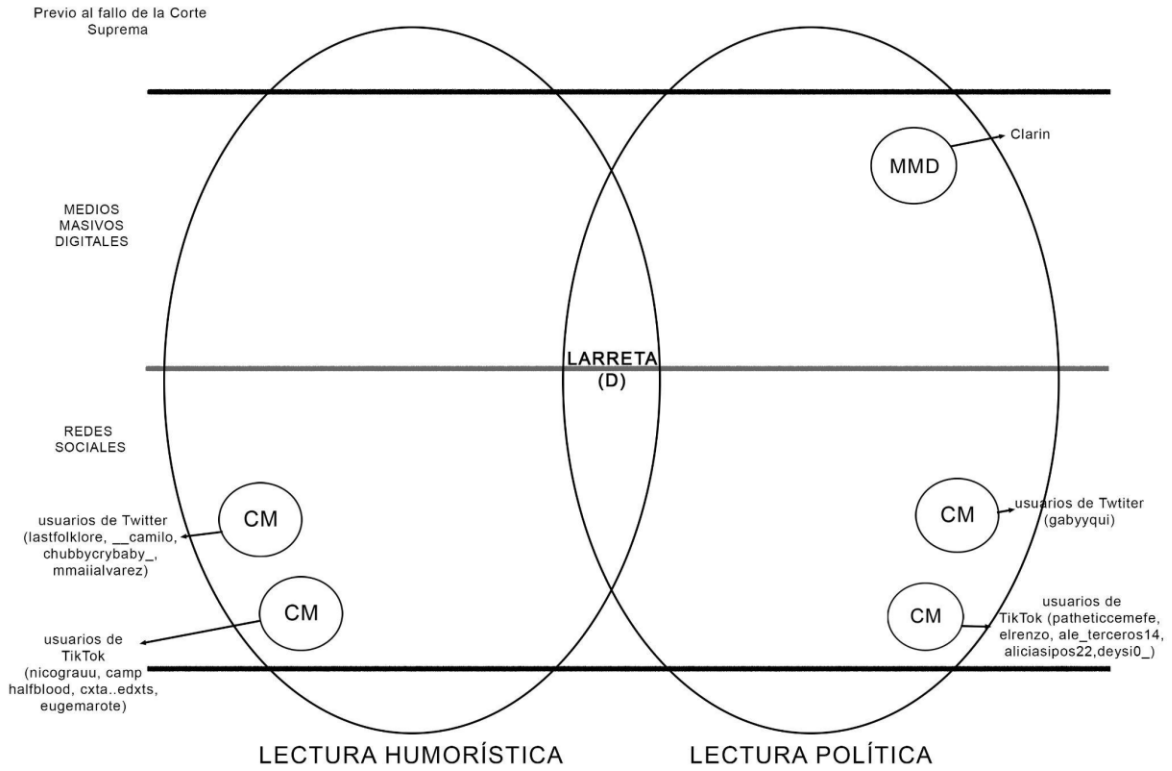
#### **Fase 4**

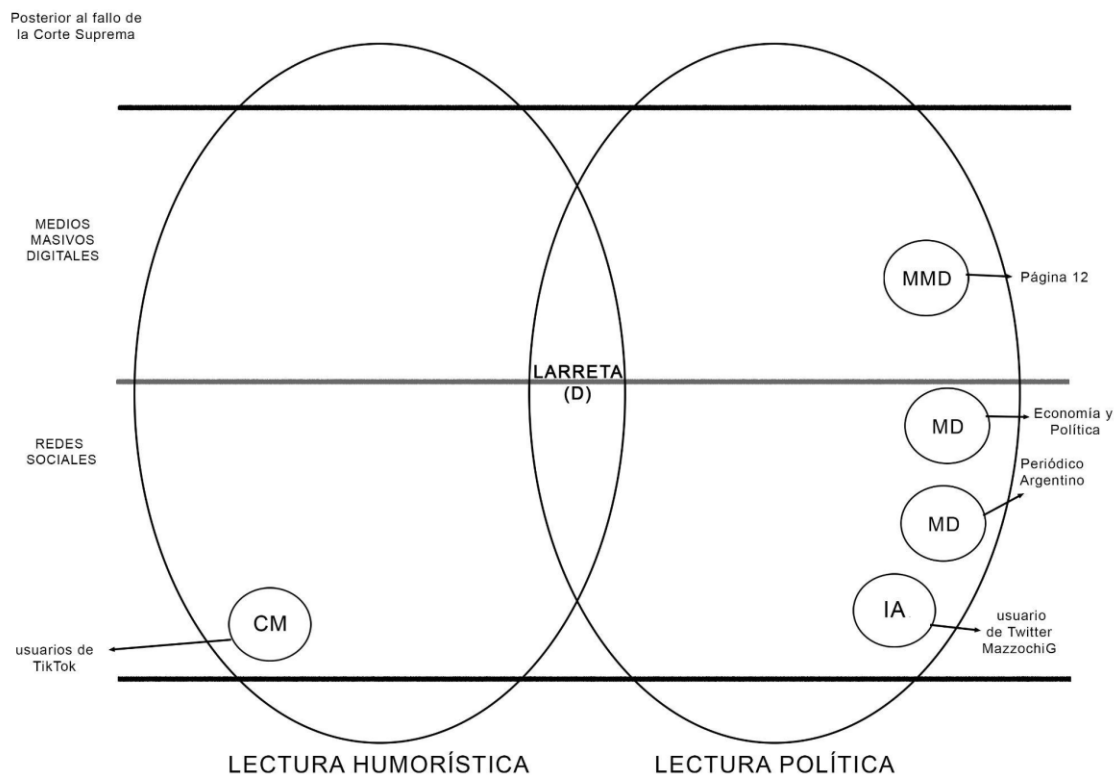
Por último, la cuarta fase se compone de un artículo de Página 12 que critica las medidas de Horacio Larreta frente a las clases presenciales, mencionando también su presencia en TikTok. Es el segundo salto hipermediático ascendente, dado que Página 12 es un medio masivo digital.

El artículo tiene una enunciación formal, fuertemente crítica del Jefe de Gobierno. Tiene una extensión importante y gran parte se ocupa contextualizando las medidas, con el contexto epidemiológico, la situación en provincia, las citas de otros políticos y las acciones previas del mismo Horacio Larreta. Uno de los puntos más criticados es la suspensión completa de las clases, sin contemplar la virtualidad, así como la breve extensión de tiempo (una semana) que no permite garantizar una mejora en la situación epidemiológica.

En cuanto a la enunciación en TikTok del Jefe de Gobierno, es calificada como superficial pero, a su vez, calculada para que caiga mejor la noticia.

# Nivel espacial





En la realización del nivel espacial, se eligió como momento a destacar el fallo de la Corte Suprema sobre las clases presenciales en la Ciudad de Buenos Aires, que sucedió el 4 de mayo de 2021. Dado que el interés del trabajo reside específicamente en las estrategias enunciativas de Horacio Larreta en la aplicación TikTok acerca de sus medidas políticas, se decidió categorizar los gráficos en “lecturas humorísticas” y “lecturas políticas”, partiendo de la hipótesis de que, luego del fallo, las lecturas se volverían más severas y políticas, dejando de lado lo risible, es decir, todo aquello que puede producir risa (Fratlicelli, 2021).

Tanto en el primer gráfico como en el segundo, CM se refiere a *colectivo mediático de usuarios* (generados en redes sociales), distinguiéndose entre ellos el colectivo de usuarios de TikTok y el colectivo de usuarios de Twitter. Las siglas MMD representan los *medios masivos digitales* y MD *medios digitales*. Por último, IA representa a los *individuos amateurs*.



Los discursos de Larreta en TikTok se dan en la misma línea que la mayoría de los discursos que se generan en esta red social: con palabras de Fraticelli (2021), apuntan a lo reidero. Es evidente que, interactuando con el rango etario mayoritario en la red, el jefe de Gobierno ha tenido gran repercusión en TikTok, generando chistes internos con los usuarios e integrándose a las prácticas comunes de la aplicación. El colectivo mediático de esta red social se caracterizó, en su mayoría, por una recepción cómica de los videos, descubriendo lo reidero en las características físicas de Larreta (principalmente su calvicie) y no tanto en el mensaje que enuncia. Es decir, no se da una lectura política del caso, debatiendo sobre las medidas tomadas, o si estaban de acuerdo o no, sino que se limita a burlarse del político. De igual forma, hubo discursos de enunciadore que no estuvieron de acuerdo con sus prácticas y manera de comunicar, pero no fue la mayoría.

Respecto a los CM de Twitter, la mayoría se toma los videos de manera cómica, e incluso bromea sobre los comentarios en TikTok donde se burlan de Larreta, nuevamente dejando de lado el mensaje de los videos. Como ocurrió en la otra red social, también estaban aquellos enunciadore que sí comentaban sobre las medidas tomadas y hacían una lectura política de los videos, pero nuevamente era la minoría.

Sin embargo, la hipótesis inicial de que los discursos reideros disminuirían luego del fallo que permitió a Horacio Larreta ignorar el DNU dictado por el Poder Ejecutivo fue refutada. Contrariamente a lo que se pensó, el fallo no cambió demasiado la opinión pública sobre los discursos de Larreta en TikTok, los mismos se siguieron tomando de manera cómica. A su vez, él tampoco decidió expresarse acerca del fallo en esta red social. Si bien las interacciones en la aplicación disminuyeron, no se puede deducir una causalidad con el fallo.

Se observa a partir del gráfico previo al fallo, que hay distintos discursos risibles de colectivos masivos tanto en Twitter como en TikTok, y por otro lado, una lectura política por parte de los mismos colectivos, pero también de un medio masivo digital como Clarín. Luego del 4 de mayo, se encontró una mínima pero mayor recepción política de los discursos respecto a lo ocurrido antes de esta fecha. A pesar de que los colectivos de TikTok siguieron realizando recepciones reideras, como es corriente en la aplicación, se logró destacar lecturas políticas de

otro medio masivo digital, Página 12, medios digitales, así como de portales digitales, Economía Política y Periódico Argentino, y de un individuo de Twitter.

Es importante aclarar que si bien en ningún momento MMD y MD realizaron una lectura humorística del caso, tampoco fueron iguales sus valoraciones respecto a las estrategias comunicativas del Jefe de Gobierno. Los medios seleccionados comunicaron que el político había anunciado las medidas tomadas también en TikTok, y algunos, cómo Clarín, lo calificaron de “distendido”, con valoraciones generalmente positivas, mientras que otros, como Página 12, fueron más severos y no aprobaron las maneras de comunicar de Larreta. Estas valoraciones coinciden con los colectivos de lectores de cada medio, y, dado que son medios que podrían considerarse enunciadores políticos, se entiende que le hablan a un prodestinatario.

### **Conclusiones**

1) En el primer discurso, publicado el 15/04, Larreta deja asentada su voluntad de mantener las clases presenciales con un discurso enfático. Como se mencionó anteriormente, es predominante el componente programático, dándole una fuerte impronta política al tono general del video, que con el montaje final se asemeja a un spot de campaña. El discurso roza lo protocolar, vestido de traje y con barbijo, centrando el eje del video en su postura política de manera concisa, directa, sin desviarse demasiado del tema y sin buscar la interacción con los enunciadores amateurs, como sí lo ha hecho en otros discursos vistos en el corpus.

El último discurso, publicado el 22/05, donde se anuncia la suspensión de la presencialidad, tiene una impronta diferente. El Jefe de Gobierno aparece vestido de remera y jeans, mientras es grabado casi al pasar (de hecho, hacia el final del video, continúa caminando). La suspensión de las clases apenas es comunicada de manera directa, ya que el foco es, en esta ocasión, la conversación con sus seguidores. Larreta se expone más allá y les aconseja seguir estudiando, diciéndoles que “no aflojen”, formando un vínculo diferente, esta vez mucho más cercano a su enunciatario.

Una constante que se mantiene en ambos videos es que no se hace mención directa a la pandemia, ni siquiera en el último, cuando la situación sanitaria estaba en su peor momento hasta la fecha. Tomando a Calvo (2015), el autor plantea que los políticos ante una situación

desfavorable e inevitable, pueden apropiarse del tema o permanecer callados con el fin de acallar el debate. Resulta evidente que el Jefe de Gobierno porteño decide tomar el segundo camino, no incluyendo la situación sanitaria en el debate por la presencialidad escolar.

2) En el caso de estudio no se cuenta con múltiples discursos de diferentes enunciadores, por ende, se consideró pertinente analizar el contraste entre las distintas maneras de enunciar de Horacio Rodríguez Larreta en TikTok y Twitter.

Como se mencionó anteriormente, la enunciación en TikTok es relajada y distendida, apuntando a un paradesinatario (Verón, 1987). Se abarcan temas que no involucran necesariamente a la política y, aún cuando esta se ve involucrada, no siempre se da de manera directa. En Twitter, en cambio, Rodríguez Larreta pronuncia discursos similares de un modo muy distinto. Bajo el usuario @horaciolarreta, el Jefe de Gobierno cuenta con 1,6 millones de seguidores. A fin del análisis, se toman como ejemplos hilos de tweets realizados el 15 de abril de 2021 (fecha del primer TikTok) y del 20 de mayo de 2021 (fecha del último TikTok).

Si bien, como se aclaró previamente, las enunciaciones en ambos videos de TikTok son diferentes entre sí, ambas tienen un tono más relajado que los tweets del político. Sus hilos de Twitter promedian los 25 tweets, donde hace análisis completos de la situación sanitaria. El primer hilo, del 15 de abril, hace un balance general de la situación, poniéndose en clara oposición a las medidas tomadas por el Gobierno Nacional, pero resaltando la importancia del diálogo. La postura en cuanto a la educación es puesta en contexto y argumentada mucho más exhaustivamente que en TikTok (donde, de hecho, no es argumentada). El segundo hilo, en cambio, es publicado el día 20 de mayo, día que se publica en TikTok el video anunciando la suspensión de las clases. Este hilo es más informativo que el anterior, ateniéndose más a explicitar las medidas ya tomadas y las que se tomarán para combatir la pandemia, entre esas, la suspensión de las clases. De nuevo, se argumenta y se pone en contexto, cosa que no sucede en TikTok.

Ambos discursos del Jefe de Gobierno en Twitter cuentan con un registro mucho más formal y medido que su registro en la otra aplicación, más “natural” y accesible. Se podría hipotetizar que esto se debe tanto a la predisposición de las aplicaciones de forma general: TikTok es una aplicación de orientación más humorística, mientras que Twitter tiende más al

debate. Pero es importante la forma en la que se recibe el contenido en ambas redes: mientras que en Twitter uno ve el contenido (en su mayoría) de usuarios que sigue, en TikTok el contenido está curado por el algoritmo que prioriza la viralización de los videos. Aún sin seguir a un usuario, sus videos pueden aparecer constantemente en la sección “Para ti”, sólo porque otros están interactuando con ellos. Aunado esto al hecho de que el público de TikTok está compuesto en gran parte por jóvenes, se crea la hipótesis que su discurso en esta aplicación está dirigido a un paradestinatario porque tiene mayor alcance en una población donde las ideas políticas están menos definidas, los llamados “indecisos” en palabras de Verón (1987). En cambio, el discurso en Twitter está pensado para un prodestinatario, dado que aquellos que lo recibirán son, en gran parte, aquellos que ya lo siguen o comparten ideales.

**3)** Los discursos de Larreta como “TikToker” en lo que respecta a las clases presenciales fueron retomados dos veces en medios masivos durante el período de análisis que abarca este trabajo, por dos medios con posturas completamente distintas. El primer ascenso a medios masivos se da de la mano de Clarín, que retoma en una nota el video donde Horacio Larreta le habla a “Juana”, indicando que prepare la mochila porque debe seguir asistiendo a clases presenciales. El segundo, por un artículo en Página 12, publicado una vez suspendidas las clases en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La nota de Clarín es más bien breve (no llega a los 3000 caracteres) y se titula “Horacio Rodríguez Larreta invitó a ir a la escuela, también en TikTok”, dejando entrever que el eje de la nota será el Jefe de Gobierno y su manejo de las redes sociales y no el manejo de la situación epidemiológica o las opiniones de otros sectores al respecto. El foco se pone claramente en la estrategia comunicativa de Larreta, pero lejos de ser un discurso crítico, resulta casi publicitario. Se promocionan los videos más cómicos del político, de hecho los mencionados son aquellos que no hablan de la política en ningún sentido y esto se presenta de un modo que parece casi transgresor.

Como se mencionó anteriormente en el trabajo, la nota de Página 12 es mucho más extensa (cuenta con 11.150 caracteres en total) y su enfoque es más contextual. Le da voz a varios de los actores involucrados y, si bien el título hace mención directa al Jefe de Gobierno (“El “ni-ni” de Larreta para las clases porteñas”), el foco está puesto en la situación

epidemiológica y en las medidas tomadas. Se reitera además el hecho de que tampoco se planificó una virtualidad, por ende, la suspensión de las clases es total y esto es algo que se le critica mucho al Jefe de Gobierno. Es en el subtítulo “La gracia por TikTok” que se hace hincapié en las redes sociales del funcionario, pero es de manera breve y mediante el uso de citas. No se hace referencia a otros videos más que al que anuncia la suspensión de las clases, y este anuncio es visto como poco serio e irresponsable.

En los medios masivos, los anuncios de Larreta son puestos en contexto, sea de manera exhaustiva o sintética. Además, se hacen apreciaciones sobre estas medidas, a favor o en contra, y también se recuperan, ocasionalmente, voces de otros funcionarios que se oponen o apoyan. Asimismo, se mencionan a otros actores involucrados y cómo estas decisiones los afectan. Sin embargo, estos ascensos a medios masivos no parecen haber tenido grandes repercusiones en la cuenta de TikTok del Jefe de Gobierno, hecho que podría atribuirse a los rangos etarios presumiblemente distintos entre TikTok y los medios masivos tradicionales.

**4)** La innovación del caso es el uso de TikTok como herramienta de campaña por parte de uno de los principales actores políticos a nivel nacional, siguiendo el modelo de otros políticos internacionales, como por ejemplo Xavier Hervas en su candidatura presidencial en Ecuador. En los videos de TikTok de Horacio Larreta, a pesar de tener otro estatuto por su rol institucional siendo Jefe de Gobierno, se puede observar los cinco recursos de la enunciación edificada en el contacto, que plantean Scolari y Fraticelli (2017) en su texto sobre nuevos sujetos mediáticos. Aparece la mirada a cámara, los ojos en los ojos, las constantes apelaciones al enunciatario sin dejar que haya silencio, y también aquellos del nivel mecánico: las inscripciones de likes, comentarios de la interfaz, los contadores en la interfaz de vistas y suscriptores, así como las articulaciones hipermediáticas.

Está presente también la individualización del enunciatario: cada interacción deja una huella. El caso tomado es una muestra de cómo se transforma el vínculo entre las figuras políticas y los ciudadanos, la individualización tanto del enunciador como del enunciatario hace creer a los usuarios de dicha red social que hablar con Larreta es alcanzable, y que cualquier comentario lo puede leer, influyendo de forma directa en la concepción positiva o negativa que se tiene del enunciador. Años atrás la enunciación era exclusivamente polifónica: cualquier

información importante se presentaba a partir de cadenas nacionales o apariciones televisivas. Esto no ha dejado de existir, pero las redes sociales permiten construir discursos segmentados dependiendo de los diversos públicos, que generan la ilusión del uno a uno.

Claramente, se retoman las herramientas de los nuevos sujetos mediáticos para convertir al Jefe de Gobierno en una figura más cercana a los consumos de los jóvenes. La contradicción es que Larreta continúa siendo una institución, y a pesar de que parezca un enunciario individual, no lo es verdaderamente. Si bien se apropia de manera exitosa de los recursos de los youtubers, también se hace evidente que su cuenta de TikTok es administrada por alguien más. Este hecho no se esconde: a pesar de que el político se hace cargo de su enunciación poniendo su nombre y su imagen, en más de una oportunidad se escucha una voz femenina haciendo las preguntas que dan puntapié a los videos (especialmente en aquellos de tono más distendido), e incluso algunas de las descripciones que acompañan están escritas en tercera persona. Se presenta, entonces, un distanciamiento “a medias”, poniendo en evidencia la producción detrás de cada video, pero aún así intentando ponerse a la par del público.

A pesar de este intento de vincularse con el público, se da un claro desfase, mencionado varias veces a lo largo del trabajo, en la recepción de los videos. Sin importar la tonalidad de los mismos, sean serios o humorísticos, los comentarios de las publicaciones de Larreta suelen ser en su mayoría, burlas, aún aquellos que se extienden más allá de TikTok. Resulta difícil encontrar usuarios que realicen lecturas más allá de lo cómico y lo reidero, sin burlarse del aspecto físico del Jefe de Gobierno. Aún así, el político aprovecha estas situaciones para hacerse cargo de su enunciación y dirigirse a aquellos que se burlan. Dado el foco del trabajo no se ha podido abarcar todos los videos publicados en su cuenta, pero existen diversas situaciones interesantes como, por ejemplo, cuando Larreta retoma aquellos comentarios que se burlan de su calvicie en ocasión del Día de la Lucha contra el Bullying.

### **Bibliografía**

-Calvo Ernesto (2015). “Twitter, política y la cámara de eco”, “Tuiteando #Nisman: el primer tuit” “Diablos vs. demonios” y “Diálogos tuiteros”, en Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman. Buenos Aires: Capital Intelectual.

-Carlón, Mario (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). Salamanca: Comunicación social.

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

-Verón, Eliseo (2013). “La revolución del acceso”, en La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Gedisa.

-Verón, Eliseo (2013) “Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales”, en La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes, Buenos Aires: Gedisa.

-Verón, Eliseo (1997)“Esquema para el análisis de la mediatización”, en Diálogos de la Comunicación, N°48. Lima: Felafacs, p. 9-17

-Verón, Eliseo (1987). “La palabra adversativa” en El discurso político. Buenos Aires, Hachette

-Verón Eliseo (1985). “El análisis del ‘contrato de lectura’. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de soporte de los media”, documento, UBA. (Primera edición: en Les  
HYPERLINK "[http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.pdf](http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)" medias HYPERLINK "[http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.pdf](http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)";  
HYPERLINK "[http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.pdf](http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)" Experiences HYPERLINK "[http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.pdf](http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)",  
recherches actuelles, HYPERLINK "[http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.pdf](http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)" applications HYPERLINK "[http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.pdf](http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)"", IREP, París, 1985).

-Fratlicelli, Damián (2021). “Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste), La trama de la Comunicación (en prensa).

-Scolari, Carlos A. y Fraticelli, Damian (2017). “ Nuevos sujetos mediáticos en el ecosistema de medios: el caso de los Youtibers españoles”.