



INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO
“NUEVAS CONDICIONES DE
CIRCULACIÓN DISCURSIVA”

SEMIÓTICA DE REDES

Cátedra Mario Carlón

Prof. Josefina De Mattei

Comisión 24

2021

Integrantes

Matías Amatto

Ramiro Signorelli

Oriana Nazarena Suárez

Bianca Faillace Rendón

Patricio Scheffer

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se propone analizar el canal humorístico de YouTube de Pedro Rosemblat que adquirió particular importancia a partir de una entrevista en vivo junto al presidente Alberto Fernández. El fenómeno en las redes del humorista y militante político nos interesa particularmente por tratarse de una personalidad mediática con un discurso que pretende hacer llegar su postura política a un grupo de jóvenes a través del humor.

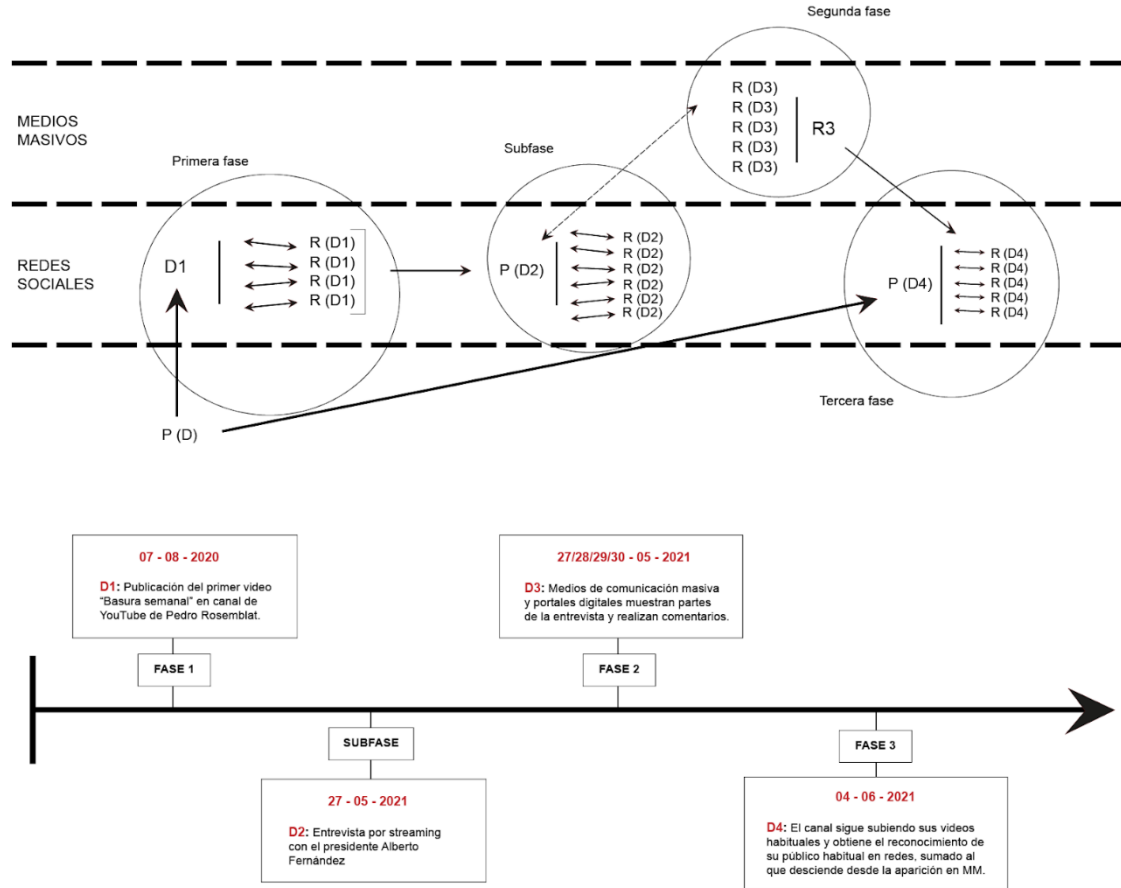
En 2012 Pedro Rosemblat tenía una cuenta de Twitter llamada “Pibe Trosko”, en la cual, a través del anonimato, comenzó a incursionar con el humor en la política y satirizaba a todos los clásicos estereotipos políticos. Durante esos dos años en los que mantuvo la cuenta política-humorística (2012-2014), escribió también un libro llamado “Patria o suerte: Venceremos”, cuyo narrador era este personaje que se fue armando en su cuenta de Twitter y que luego fue cobrando cada vez más identidad propia. “Pibe Trosko” nació el 24 de marzo de 2012. Más tarde comenzó a ser compartido por figuras famosas como Jorge Rial, Andy Kusnetzoff, Florencia Etchevest, y fue así como poco a poco fueron creciendo sus seguidores.

Además, en el año 2016 Rosemblat empezó a trabajar como panelista en el programa “El Destape” de C5N, conducido por el periodista Roberto Navarro. Allí su figura cobró mayor relevancia hasta que en 2017 comenzó a dedicarse al teatro junto con el actor, periodista y militante peronista Martín Rechimuzzi.

A continuación, analizaremos las condiciones de producción, reconocimiento y circulación de nuestro caso reconociendo las distintas fases y subfases con la ayuda de gráficos, líneas de tiempo y el desarrollo de distintos conceptos que hemos aprendido a lo largo del año.

NIVEL DE OBSERVACIÓN DIACRÓNICO

Gráfico y línea de tiempo



La dirección comunicacional de nuestro caso de estudio es primeramente horizontal, luego ascendente y descendente. Dentro de la primera fase, la figura (D1) es el discurso con el que Pedro Rosemblat da a conocer los videos de su canal. Es el primer video publicado en la plataforma YouTube de la sección "Esta semana en Springfield" en el que, de forma humorística, informa las noticias políticas más impactantes de la semana. P (D) son sus condiciones de producción. (D1) genera distintos reconocimientos dentro de la plataforma y en las redes sociales: "likes", comentarios, etc. La barra introducida entre (D1) y los discursos de reconocimiento R (D1) destaca el proceso de circulación y la diferencia entre producción y reconocimiento. Ésta primera fase se extiende desde el día en que publicó su primer video al canal (7 de agosto de 2020) hasta el día 27 de mayo de 2021. Luego de esta primera fase, identificamos una subfase que se debe a una

transmisión en vivo que hace Pedro Rosemblat desde su canal con el presidente de la Nación el día 27 de mayo de 2021. La identificamos como P (D2). Dicha transmisión provoca un ascenso pronunciado en las interacciones de las redes sociales del enunciador, cuadruplicando el número de “views” que alcanza en YouTube habitualmente. En la segunda fase, la entrevista transmitida por Pedro Rosemblat es tomada por parte de los medios de comunicación masiva R (D3) y portales digitales. Distintos periodistas reconocidos la comentan y critican (Luis Majul, Viviana Canosa, Luis Novaresio). Aquí es cuando se produce un salto hipermediático y donde existen mayor cantidad de discursos en reconocimiento. Las líneas punteadas muestran que existe un proceso inter-sistémico, en el cual el discurso asciende porque se da a conocer en medios de comunicación masiva y los medios de comunicación masiva descienden para dar cuenta de contenidos que están alcanzando relevancia social en las redes sociales. La transmisión publicada por Pedro Rosemblat en las redes son condición de producción de las notas de los medios masivos. Muchos consumidores de los medios masivos toman conocimiento de la existencia del canal de YouTube de Pedro Rosemblat (algunos, probablemente, comienzan a seguirlo). Luego identificamos una tercera fase que se extiende desde el 4 de junio en adelante. En ésta, tras los discursos generados en los medios masivos y con Pedro Rosemblat ya consolidado como enunciador, sigue subiendo sus videos habituales de la sección “Esta semana en Springfield”, y asume una dimensión comunicacional descendente con su público habitual en las redes.

NIVEL DE OBSERVACIÓN DE FASES

Primera Fase – La producción en YouTube de Rosemblat

En su canal de YouTube, portal en el que publica la gran mayoría de su contenido, publicó su primer video el día 25 de octubre de 2019. En este, el Cadete hizo un blog en el que mostraba que Alberto Fernández, candidato a presidente en ese entonces, había ido a ver su obra de teatro llamada “Proyecto Bisman”, obra de humor político en la que Rosemblat compartía escenario con Martín Recchimuzzi. Su segundo video en esta plataforma fue publicado el día 11 de noviembre de 2019, después de las elecciones en las que Alberto Fernández es elegido presidente por encima de Mauricio Macri. Como

militante peronista, Rosemblat lo titula con el nombre de “Goodbye Macri”, y en esta muestra los festejos y la felicidad de las personas que comparten los ideales del “Frente de Todos” por el regreso del peronismo al poder.

Sin embargo, nuestro periodo de monitoreo comienza el día 7 de agosto de 2020, cuando Pedro Rosemblat empieza a utilizar su canal de YouTube de manera habitual y publica el primer video de su contenido semanal, que a día de hoy sigue sosteniendo. Este video lo titula con el nombre de “Esta semana en Springfield// #1”. A partir de este, el perfil empezó a estar activo ya que mínimamente cada semana publicaba un video de esta índole. Cabe destacar que, debido a los dos videos mencionados que había subido previo al periodo de monitoreo, Rosemblat ya contaba con 30.000 suscriptores de base en su canal.

En esta sección, en la que empezó a publicar semanalmente a partir del 7 de agosto, Rosemblat realiza una especie de resumen político de los medios argentinos con un tono humorístico. El atractivo de este contenido también es que la audiencia plantea temas políticos para hablar y él toma esas sugerencias y las analiza en esos videos. Sin lugar a duda, este siempre fue su contenido estrella. La gran mayoría de los videos que tiene de esta sección están por encima de las 50.000 reproducciones y tienen entre 5000 y 10000 “likes”.

El video más popular de esta sección es “Esta semana en Springfield// #21”, publicado el 30 de diciembre de 2020, que cuenta con 116.000 reproducciones y 8.100 likes. En este video, Rosemblat junto a Martín Recchimuzzi realizaron un resumen humorístico de los medios de comunicación, pero en lugar de hacerlo de la semana, lo hicieron de todo el año 2020. El video de esta sección que lo sigue en popularidad es la edición 17 de este contenido titulado “Homenaje a Diego Maradona”. Este fue publicado el 27 de noviembre de 2020 y cuenta con un total de 91.000 reproducciones y 9.500 likes. Lo que hizo Pedro Rosemblat en esta edición fue homenajear a Diego Armando Maradona, dos días después de su muerte, destacando y repasando los mejores momentos que tuvo a lo largo de su vida.

En su canal de YouTube, también podemos encontrar un apartado llamado “Personajes en 5 minutos”. En esta sección, elige un personaje icónico y de trascendencia, y cuenta la historia del protagonista en un video de cinco minutos. Los personajes a los que le dedicó

un video son por ejemplo Enrique Santos Discépolo, Aurora Venturini, Eva Perón, José de San Martín y Leonardo Favio. Este contenido no es de los más apoyados en su canal. La mayoría de los videos no supera la línea de las 30000 reproducciones ni de los 5000 “likes”. El único personaje que superó esa línea con 38000 visualizaciones y 7000 likes es Eva Perón. Intuimos que esto se debe a que su base de seguidores está conformada en gran escala por peronistas.

“Unidad básica virtual” es otro de los contenidos que Rosemblat sube a su canal de YouTube. En este, sube todos los vivos que hizo en su canal. El objetivo de estos directos es que haya un diálogo a tiempo real con su colectivo de seguidores, en los que estos puedan mantener una comunicación con Rosemblat a partir del chat en vivo y así fomentar un poco el debate. El primero lo publicó el 25 de marzo de 2021 y lo tituló como “Resumo el libro de Macri para que te ahorres el disgusto”. Como bien indica el nombre, lo que hace Rosemblat en ese directo es resumir el libro “Primer Tiempo” diciendo básicamente de qué trata y dando su opinión al respecto. Casualmente, ese primer vivo que publica, exceptuando la entrevista a Alberto Fernández que se verá más adelante, es el más popular de esa sección con 135.000 reproducciones y 8.800 likes. De los otros 10 vivos que tiene publicados, muy pocos superan la línea de las 40.000 visualizaciones y la mayoría está por debajo de esa cantidad de reproducciones.

Uno de los contenidos del canal de YouTube que fue corto, pero tuvo mucha repercusión, son los dos videos que Rosemblat tituló con el nombre de “Otro video de Cristina”. Esta sección se basó en contar la trayectoria política de Cristina Kirchner en 2 capítulos distintos que subió a su canal. Dentro de nuestro periodo de monitoreo el primer capítulo de esta sección, subido el 20 de septiembre de 2020, es el más popular de su canal de YouTube después de la entrevista con Alberto Fernández. Este cuenta con 235.000 reproducciones y 18.000 likes. El segundo capítulo, que se publicó el 4 de octubre de 2020, tampoco se queda atrás y llega a la cifra de 158.000 visualizaciones y 16.000 likes. Una vez más, esto claramente demuestra que la mayor cantidad de su colectivo de seguidores tienen una ideología peronista y se ven más atraídos a los contenidos que están directamente relacionados con esta.

El 7 de agosto de 2020, fecha en la que Rosemblat publicó la primera edición de “Esta semana en Springfield”, su canal contaba con aproximadamente 30.000 suscriptores. A partir de ese video, se mantuvo activo en esa plataforma, por lo que su circulación

aumentó en gran medida. Esto se ve respaldado porque, a partir de la gran actividad que mantuvo en su canal de YouTube, observamos que el 25 de mayo de 2021 Rosemblat ya había alcanzado los 90.000 suscriptores en su canal.

Subfase - La entrevista con Alberto Fernández

Dentro de su canal de YouTube, identificamos una subfase debido a una transmisión en vivo que hace con el presidente de la Nación el día 27 de mayo de 2021. Esto significa un ascenso pronunciado en las interacciones de las redes sociales del enunciador. En dicha transmisión cuadruplica el número de “views” que venía teniendo en YouTube habitualmente. El último video que había subido, que era la edición 47 de “Esta semana en Springfield”, tenía 75.000 reproducciones, y la entrevista con Alberto Fernández llegó a las 300.000 visualizaciones en YouTube, convirtiéndose así en el video con más reproducciones en el canal de Pedro Rosemblat.

Para sorpresa de todo su colectivo de seguidores, el día 27 de mayo de 2021 Pedro anuncia que iba a realizar una charla en la quinta de Olivos junto al presidente de la república Alberto Fernández. Un hito para la comunidad de Twitch, ya que era la primera vez que un presidente se dejaba entrevistar por un “influencer humorista”. En ella se mantuvo la modalidad de que la audiencia eligiera los temas a desarrollar, así como se realizaba en sus transmisiones en vivo anteriores. No realizó una campaña publicitaria muy masiva de este encuentro, sino que se limitó a mencionar, a partir de su cuenta de Instagram, que estaría junto al presidente Fernández unas horas antes de que sucediera.

La entrevista se transmitió tanto en la plataforma Twitch como también por YouTube y Facebook (donde tuvo 45 mil visitas aproximadamente). Su cuenta de Twitch pasó de estar inactiva a reunir aproximadamente 11 mil seguidores. En cuanto a YouTube, las visualizaciones ascendieron a casi 300 mil y los comentarios sumaron poco menos de 3 mil. Además, ese mismo día, después de la entrevista, “El Cadete” llegó a los 92.000 suscriptores.

El video fue subido al día siguiente al canal de YouTube del presidente, cuenta institucional, y mientras que Rosemblat lo describió en su propio canal como “(..) esta vez no estoy en mi casa, sino en la Quinta de Olivos”. Alberto Fernández lo compartió

bajo el título de “Entrevista presidencial con Pedro Rosemblat (...)”. Ambos, a pesar de diferencias formales, se dirigen a un colectivo identitario más joven. Rosemblat por su trayectoria, los medios y el lenguaje utilizados, y Fernández por la figura que lo entrevistó bajo esta modalidad tan particular.

Segunda fase - Exposición total

Dado nuestro análisis de los hashtags, comentarios, medios de comunicación y redes sociales notamos que luego de darse la charla, la exposición, la mediatización y la relevancia de Pedro Rosemblat creció exponencialmente. Tomó una notoriedad que vista desde las redes sociales, fue positiva porque recibió muchos comentarios agradeciendo la entrevista o resaltando la particularidad en la que se lo pudo ver al presidente más distendido o recibiendo preguntas un tanto informales.

Ese mismo día (27/05/2021) subió una publicación a su cuenta de Instagram al finalizar su charla con Alberto Fernández, en la que agradece a sus seguidores por apoyarlo y les preguntaba qué les había parecido. “Qué les pareció? ¿La vieron? Si se la perdieron está subida a mi canal de YouTube. Estoy emocionado y contento. Muchas gracias a todes. Viva Perón 🇵🇪”. La gran cantidad de comentarios (3284 mil), demostraron la gran repercusión que generó este “streaming” de una hora y media aproximadamente. Días después (01/06/2021), al ser tanta la repercusión, publicó el detrás de escena de la charla en su canal y lo mencionó en su Instagram.

Sin embargo, visto desde los medios tradicionales comunicacionales, pudimos analizar cómo se lo criticó por no ser un periodista, cuando él mismo reconocía que no lo era, por cómo se sentaba y/o estaba armado el encuentro. Empezó a ser nombrado en los medios masivos y retomado en los medios digitales, ya sea positiva o negativamente, llegando a un público distinto del que conforma las redes. En esa semana fue duramente criticado por una gran cantidad de periodistas de los medios tradicionales debido a la entrevista con el presidente. Es por eso que muchos usuarios, entre los que se encontraba la reconocida periodista Agustina Kampfer, valoraron públicamente a Rosemblat y lo defendieron de aquellos que lo habían criticado. Esto deja entrever que, a pesar del reconocimiento negativo que hubo en algunos medios masivos y digitales, nos encontramos ante una figura pública con mucho apoyo en las redes sociales, sobre todo en Instagram.

Dando cuenta las críticas que sufrió, la más significativa si se quiere fue la de Luis Majul LN+ (MM) Majul: "*Presidente, con todo respeto, dé entrevistas a los periodistas*". El comunicador se enfureció y minimizó a Rosemblat, queriendo decir que era poco "formal" esta entrevista, ya que el "youtuber" no era periodista, pero sí un militante peronista. Siguiendo con la línea de críticas en un pase de programa a programa en el canal A24, Viviana Canosa (MM) y Luis Novaresio (MM) charlaron sobre este acontecimiento preguntándose "...somos menos que un youtuber?" O diciendo "...*presidente dé una entrevista en serio*". Estos fueron dos de los tantos comentarios, haciendo referencia a lo "poco serio" que les pareció, criticando la forma de preguntar y repreguntar. De todos modos, pidiendo públicamente que Alberto Fernández les dé una entrevista a ellos y no a un youtuber.

El crecimiento se dio en sus redes sociales aumentando la cantidad de seguidores, likes y comentarios en sus publicaciones de Instagram, los suscriptores en su canal de YouTube/cuadruplicaron la cantidad de "views" en sus videos y decidiendo empezar a darle uso a Twitch para continuar con sus charlas y encuentros en vivo, siendo esta entrevista la primera vez que utilizaba esta plataforma.

Tercera Fase - Vuelta a la normalidad

Pedro ya contaba con una base de apoyo y logró acrecentarla. Su canal llegó a los 100.000 suscriptores, esto marca un hito, ya que al llegar a esa cantidad desde Google te mandan una placa. En su canal de Twitch decidió hacer una reacción a la entrevista y pudo detallar más sobre ella. Dijo que se encontraba muy nervioso y que pensó en el momento nombrar a Pfizer porque sabía que, con eso, lograría que levanten la entrevista en todos los medios a nivel nacional (cosa que terminó sucediendo) y remarcó que eso pasaría porque ellos son "muy predecibles".

Con el correr de los días su exposición superlativa fue disminuyendo. Se dejó de hablar de él en medios tradicionales y sus Hashtags, sus menciones y sus comentarios eran cada vez menos.

NIVEL DE OBSERVACIÓN MICRO

Primera Fase: 7 de agosto de 2020

Pedro Rosemblat empieza a mantener activo su canal de YouTube a partir de la publicación de su primer video de “Esta semana en Springfield” el 7 de agosto del 2020. Ya era medianamente conocido y contaba con un colectivo de seguidores, que se demuestran con los 30.000 suscriptores que tenía en esta plataforma en la fecha que publicó el mencionado video. Debido a esta trayectoria, es que en esta primera fase nos encontramos con un enunciador individual profesional (INDP), ya que Rosemblat no era un usuario particular que no contaba con un gran nivel de alcance en las redes sociales. Sino que era un personaje conocido socialmente y que contaba con un colectivo de seguidores que lo apoyaban y consumían su contenido. Así que, en esta fase tenemos a un personaje que a partir de los videos que empezó a subir, quiso, con una personalidad mediática, transmitir un discurso en el que pretende compartir su ideología a grupos de jóvenes a través del humor. Intenta ser el puente entre la juventud y el peronismo/kirchnerismo clásico.

A partir del aumento en la actividad de su canal que tuvo en esta fase, su colectivo de seguidores fue creciendo, y muchas personas que lo conocieron en esta etapa lo empezaron a catalogar como “Youtuber”, en lugar de “Compañero” o “Militante peronista” que era como se autodenominaba él. En el portal digital “El País” (MD), el 4 de octubre de 2020 subieron una nota que titularon como “El cadete K que se hizo youtuber”. En esta hablaron sobre la trayectoria de Rosemblat y explicaron el contenido que subía en sus videos, especialmente los de la sección de “Esta semana en Springfield”.

En esta fase no se desarrollan ningún tipo de colectivos con respecto a este fenómeno. En el análisis del público que consumía sus videos, comprobamos que la gran mayoría de estos, apoyaban y estaban familiarizados con el contenido que Rosemblat subía. Esto lo respaldamos con los comentarios más populares de su video más popular de esta primera fase, el cual es “Otro video de Cristina// Capítulo 1”, publicado el 20 de septiembre del 2020. El comentario más destacado de este es el del usuario “Marco Acosta” (IA) que dice “hermoso laburo compañero Pedro y Cía., no aguento a ver el 2. Viva Néstor y Cristina <3”. Los otros dos comentarios en los que nos apoyamos son los de los usuarios:

“Mar Reale” (IA), que dice” Pedro, me hiciste llorar un viernes a la noche. Tremendo laburo” y el de “Esteban Lorenzon” (IA), que comentó “¡Queremos el segundo capítulo Pedrito! Estuvo buenísimo”.



Esto demuestra nuestro punto de que sus seguidores apoyan en gran medida el contenido que Rosemblat sube a su canal. A pesar de que su crecimiento en esta fase ya fue grande (de 30.000 a 90.000 suscriptores en YouTube del 20/08/20 al 27/05/21), fue aún mayor en lo que viene después.

Subfase – 27 de mayo de 2021

Pedro Rosemblat anuncia la tarde del 27 de mayo, a partir de una publicación de Instagram, que esa misma noche hará un vivo con el presidente de la Nación, Alberto Fernández, que iba a ser transmitido a partir de YouTube, Twitch y Facebook. A partir de esta subfase pasamos a tener un enunciador hipermediático individual profesional (INDP).

La entrevista con Alberto llegó a casi 300.000 reproducciones, solamente en YouTube, y significó un antes y un después para Rosemblat. Ese mismo día (27/05/2021) subió una publicación al finalizar su charla con Alberto Fernández en la que agradece a sus seguidores por apoyarlo y les preguntaba qué les había parecido. La gran cantidad de los comentarios, 3284 mil, y de likes, 50.400, demostraron la gran repercusión que generó este streaming. Hay que destacar que esa publicación, a día de hoy, sigue siendo la que más interacciones tiene en el perfil de Rosemblat.

El cambio en el estatuto como enunciador que tenía Rosemblat previo a la entrevista presidencial, también pudo observarse en el aumento de seguidores en su plataforma de Facebook, donde vimos que de 300 mil seguidores pasó a tener 323 mil. Asimismo, observamos que Instagram, que es la red social mediática donde más seguidores tiene, pasó de tener 340 mil a 366 mil seguidores. Es decir que la circulación de esta entrevista tuvo un alcance masivo y demostró el poder que tuvo el enunciador para poner a circular este discurso.

Esta subfase generó un gran incremento en el colectivo de seguidores y de personas que empezaron a estar familiarizadas con lo que hacía Rosemblat. Obviamente, al unirse tanta gente nueva, también significó una segmentación dentro del colectivo. A partir del análisis en redes, de las repercusiones que dejó la entrevista, encontramos una gran cantidad de sus seguidores que lo apoyaron. Por ejemplo, uno de los comentarios más populares de la entrevista que Rosemblat subió a su canal de YouTube es el del usuario Jason Ramírez (IA) que dice: “Siento que ayer Pedro pegó un salto cuántico con esta entrevista. ¿En dónde se ve que se le hagan preguntas tan duras al presidente de tu partido? y Albert se la bancó y respondió directo, sin vueltas. Tremenda”. A pesar de que la gran mayoría de los comentarios fueron de esa índole, también hubo muchos usuarios que criticaron a Pedro que, a pesar de ser la gran minoría, eran muchos más de los que tenía en la fase anterior. Entre otros comentarios, esto lo respaldamos con lo que escribió “Paula Zuni” en ese mismo video: “Esperaba un diálogo más elevado y crítico...las explicaciones de jardín de infantes consecuencia de las propias interlocuciones reflejan un estado muy naif de la militancia y de cómo está moviéndose el mundo...una pena. No es distinto al nivel general, por lo menos el mediático.”

Segunda fase - 27 al 30 de mayo

La hipermediatización que logra en esta fase se puede demostrar, teniendo en cuenta a los portales digitales, Clarín, Infobae y Página 12 (MMD). Ya que, en ese 27 de mayo, mencionan a Rosemblat por primera vez en distintas notas que tratan sobre la entrevista que él tuvo con Alberto Fernández. Es decir, que todos sus lectores conocieron o se familiarizaron con el nombre de Pedro Rosemblat. Además del gran colectivo de seguidores que él ya tenía por el contenido que publicaba, se le suma otro; personas

pertenecientes a este nuevo colectivo mediático generado y atraído por la entrevista. Allí están los que revisando su contenido por primera vez lo apoyan y también los que lo repudian por ser peronista.

Refiriéndonos nuevamente a las críticas de Luis Majul LN +, Viviana Canosa y Luis Novaresio A 24 (MM), gracias a la entrevista podemos dar cuenta del cambio en el estatuto como enunciador; tuvo tal alcance masivo, que fue mayor. Al ser recogido su contenido en los medios, se logró dimensionar cómo circuló el discurso de Rosemblat. Pudo dar a conocer sus opiniones de forma inmediata tras el “boom mediático”.

No solo estos periodistas reconocidos lo criticaron, pero sin dudas son los que más relevancia tomaron ya que en los distintos portales lo tildaban de “...no es periodista, pero si peronista...” o simplemente “...militante peronista...”. No tomando en serio la labor que realizó Pedro, pero así y todo hablando de él.

Tercera Fase: Junio a la actualidad

Fue descendente su importancia en los medios masivos ya que no se habló más del tema. Periodistas que venían de darle notoriedad como Luis Majul, Viviana Canosa o Luis Novaresio dejaron de hablar del tema por lo que la repercusión de Pedro ya no era la misma y bajó en gran medida. En medios afines y cercanos a él pasó de la misma forma. Medios gráficos y portales web también no lo volvieron a mencionar.

Pedro no obtuvo nuevamente la notoriedad que había conseguido esas semanas, pero sigue siendo un humorista muy querido dentro del peronismo y medios afines.

En redes él siguió con sus contenidos habituales y su audiencia, a pesar de haber crecido, se mantuvo constante en darle mayor importancia a su segmento principal de “Esta semana en Springfield”. En Twitch empezó a realizar encuentros en vivo junto a su amigo y colega el humorista Martin Rechimuzzi y lo mantiene bastante activo con audiencias promedio de 700 espectadores y 15.000 seguidores. Actualmente cuenta con 112.000 suscriptores en su canal de YouTube por lo que su crecimiento no fue tan ascendente en estos últimos meses si hablamos de que hace dos meses tenía 100.000 y menos de 90 mil cuando empezó nuestra observación.

NIVEL ESPACIAL

Aquí presentamos el posicionamiento de los actores que responden a lo largo de todo el proceso, desde la aparición hasta el reconocimiento masivo de Pedro Rosemblat.

En los dos gráficos de dimensión espacial mostraremos los reconocimientos tanto positivos como negativos. De esta forma dividimos en un primer esquema los momentos anteriores a la entrevista con el presidente Alberto Fernández, los cuales comprenden la fase uno del diseño temporal de nuestro trabajo. El segundo comprenderá los momentos posteriores a la entrevista, abarcando desde la segunda fase de nuestro caso de estudio.

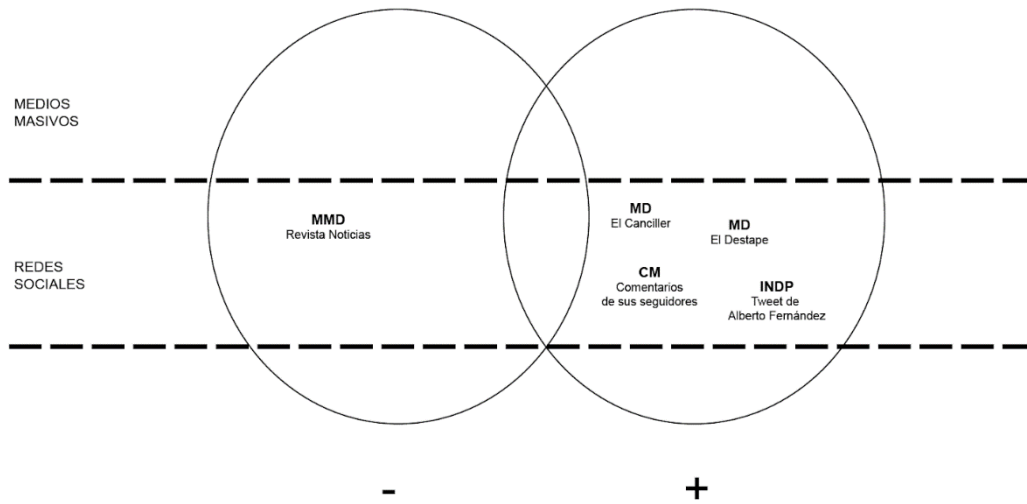
Este caso se constituye como enunciador individual. Un joven de 27 años que hace militancia política a través del humor para llegar así a un público de distintas edades, representa una personalidad mediática, a partir de un evento particular en su canal de YouTube.

A partir del “Pibe Trosko” le llegó la posibilidad de trabajar en medios. Hoy desde “El Destape” y “Futurock”, pero también desde su cuenta de Instagram, Rosemblat habla y hace política mientras tanto se divierte y hace reír con lo que tiene a mano.

Pedro Rosemblat había trabajado en un negocio de ropa, en una agencia de comunicación y como forista pago en grupos y páginas de Facebook. Se diversifica artísticamente y su personaje poco a poco se fue tornando picante, político y militante. Comenzó a aparecer en la radio, la televisión y el teatro, pero siempre siendo consumido por un público reducido que por lo general tenía la misma ideología. Empezó a trabajar con sus amigos. Fue “el cadete” de El Destape, el programa de Roberto Navarro en C5N. Al teatro llegó junto a Martín Recchimuzzi, persona que también aprovecha las redes sociales para explotar sus personajes.

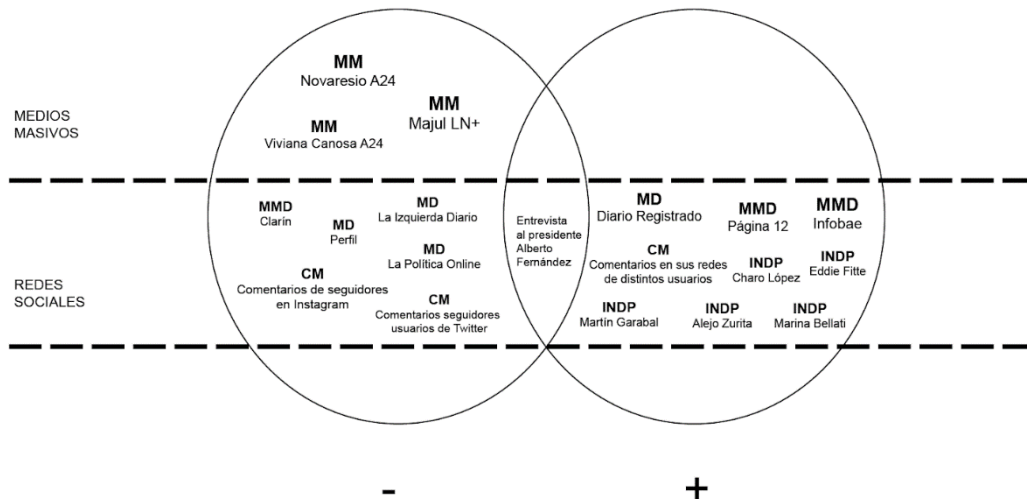
Como mostraremos luego, creemos que la entrevista "informal" con el presidente Alberto Fernández consolidó a Pedro Rosemblat como enunciador y provocó un salto en lo que tiene que ver con el consumo de su contenido en las diferentes redes en las que se mantiene activo. En este sentido, se generó un cambio en la valoración pública de Pedro Rosemblat. Es por eso que elegimos analizar los momentos previos y posteriores a dicho suceso.

Antes de la entrevista



Antes de llegar a ser conocido masivamente había participado o había sido nombrado en medios como Página 12 (MMD), Infobae (MD), Diario Registrado (MD), El Destape (MD), en el Twitter de Alberto Fernández (INDP), además de por sus seguidores (CM).

Después de la entrevista



El 27 de mayo del 2021 Pedro sale desde la quinta de Olivos por YouTube/Twitch diciendo que está a punto de tener una conversación con el presidente de la Nación

Argentina, Alberto Fernández. Mantienen una charla extensa en la cual el “youtuber” reconoce que no es una entrevista formal.

A partir de este momento la popularidad del joven militante crece significativamente al ser mencionado en distintos medios masivos. Entre los comentarios a favor y en apoyo podemos encontrar: Página 12 (MMD), Infobae (MD), Diario Registrado (MD), comentarios en sus redes de distintos usuarios apoyándolo (CM), emoji de aplausos de Martín Garabal en publicación de Rosemblat del 27/5 en Instagram (INDP), emoji de aplausos de Alejo Zurita en publicación de Rosemblat del 27/5 en Instagram (INDP), comentario de Charo López “Estuvo buenísimo” en publicación de Rosemblat del 27/5 en Instagram (INDP). También Marina Bellati lo apoyó con emojis en publicación de Rosemblat del 27/5 en Instagram (INDP), Eddie Fitte comentó “Vamooo Pepe” en publicación de Rosemblat del 27/5 en Instagram (INDP).

Entre las manifestaciones en contra de Pedro Rosemblat y la entrevista a Alberto Fernández podemos encontrar a Viviana Canosa de “A24” (MM), Novaresio de “A24” (MM), Majul de “LN +” (MM). Las críticas de dichos periodistas se basan en un pedido al presidente para que brinde entrevistas a periodistas calificados y no a “youtubers”. Siguiendo con las críticas podemos encontrar a Clarín (MMD), La política Online (MD), Perfil (MMD), La Izquierda Diario (MD). También usuarios comentan sus fotos de Instagram criticando por cómo hizo la entrevista (CM), y tweets de distintos usuarios que lo acusan de “mal periodista” en Twitter. Entre otros Tweets, destacamos el de @elseoane (IA) que dice “#pedrorosemblat muy difícil repreguntar cuáles son esas cosas que pedía #pfizer? Con periodistas así... 🙄”

CONCLUSIONES

Desde el primer discurso al último en nuestra línea de tiempo ocurrieron ciertas transformaciones a partir de distintos motivos como los cambios de sentido en la dirección comunicacional, el salto mediático, las diferentes categorías de los tipos de enunciadores que intervinieron en la circulación y que se encargaron de enriquecer la variedad de discursos.

El canal de Pedro Rosemblat desde un principio estuvo dirigido a un colectivo de seguidores que compartían ciertas cosas en común, desde la franja etaria hasta formas de entender la política y de ver el mundo, para poder compartir desde el humor las novedades políticas más importantes. Rosemblat, al entrevistar al presidente de la Nación, supo capitalizar el cambio radical que surge en nuestros tiempos respecto de épocas anteriores, en donde un sector de la política entiende que a través de los medios masivos tradicionales no se llega a la juventud con la misma fuerza con la que se le llega a gente de otras franjas etarias. Durante mucho tiempo los medios tradicionales tomaron el rol protagonista y fueron intermediarios entre la política y la sociedad. Hoy eso está cambiando, y la transmisión de Pedro Rosemblat a través de su canal de YouTube fue una de las muestras de que la política no tiene que ir a la televisión para llegar a la ciudadanía.

Como lo detallamos, los medios masivos retomaron el discurso, en general, de una manera negativa. Primero con un sentido de incredulidad o sorpresa por el contexto en el que el presidente se brindó a responder preguntas sobre problemas trascendentales para el país. La mayoría eligió particularmente poner en el centro de atención el formato de la entrevista más que la charla en sí. Luego muchos enunciadores categorizados de los medios masivos se manifestaron en un tono de burla hacia el entrevistador, de alguna manera menospreciando su trabajo, demostrando que no toman como algo serio lo que sucede fuera de la comunicación tradicional de los medios masivos. Todo esto sumado a las críticas que formularon para con Alberto Fernández por cuestiones ajenas a la entrevista.

De esta manera y producto del giro en el discurso del enunciador, acostumbrado a vincularse con su colectivo de seguidores mediante los videos habituales, se produjo un cambio notable en la cantidad de los discursos en reconocimiento tanto en su canal como en las distintas redes y medios. En este sentido, se rompió una barrera en cuanto a su audiencia, ya que la transmisión pasó a ser vista por el público en general y no solamente por los que compartían su mismo pensamiento. Obviamente y como mostraron los gráficos a lo largo del trabajo, los reconocimientos negativos aumentaron considerablemente. Su exposición fue disminuyendo con el paso del tiempo. Se dejó de hablar de él en los medios masivos tradicionales y sus interacciones en redes eran cada vez menos, pero esta exposición lo categorizó como enunciador y luego volvió a dirigirse a su colectivo de seguidores, que también se transformó y fue en aumento, con sus

conocidos videos. Este “boom” que tuvo su canal no es sorpresa y se preveía que iba a pasar en una sociedad hipermediatizada como en la que vivimos actualmente.

Es conocida ya la estructura en la cual se inserta el caso de Pedro Rosemblat con lo risible, dado que en nuestro país no es el primero ni va a ser el último que trate de hacer humor con temas de política actual. Lo novedoso en este caso es la forma, el estilo y los canales que el enunciador elige para hacerlo, y cómo lo hace. Sin lugar a duda, una autoridad como el presidente de la Nación y sus asesores no eligen brindar una entrevista a un enunciador de este tipo si no es sabiendo que de alguna manera éste puede aportar y sumar en su vinculación con el público desde otro lado, desde otra perspectiva. Es por eso que la entrevista, informal y perfectamente contextualizada, tuvo distintos momentos de risa y fue descontracturada. Además, no podemos desconocer el contexto en el que se da la entrevista. La pandemia del Covid-19 y todos los daños que esta le causó a la sociedad, hizo que la tolerancia sea cada vez menos, aumentando la sensibilidad de la gente, e hizo que las decisiones de los políticos y autoridades gobernantes del país estén bajo la lupa de todos, tanto de la sociedad como también de los medios de comunicación. Es por eso que distintos fragmentos de la entrevista en donde se mencionaron temas referidos a la pandemia, como por ejemplo la compra de vacunas, tuvieron mayor difusión del que hubieran tenido, quizás, en situaciones normales.

Bibliografía:

Entrevista

[Vivo desde Olivos con Alberto Fernández](#)

CLARÍN (27/05/2021) Las vacunas. Clarín. Recuperado de:

https://www.clarin.com/politica/alberto-fernandez-negociacion-vacunas-pfizer-puso-obstaculos-firmar-contrato-0_sBCIOvYIT.html

INFOBAE (27/05/2021) Relación entre Alberto y Cristina a partir de la entrevista.

Infobae. Recuperado de: <https://www.infobae.com/politica/2021/05/28/alberto-fernandez-explico-como-es-su-relacion-con-cristina-kirchner-no-soy-tan-sumiso-y-ella-tampoco-pega-cuatro-gritos/>

PÁGINA 12 (27/05/2021). Charla sobre las vacunas. Página 12. Recuperado de:

<https://www.pagina12.com.ar/344408-alberto-fernandez-nosotros-podemos-seguir-poniendo-camas-per>

PERFIL (28/05/2021). Entrevista. Perfil. Recuperado de:

https://www.google.com/url?q=https://www.perfil.com/noticias/politica/quien-es-el-cadete-pedro-roseblat-el-youtuber-k-que-entrevisto-a-alberto-fernandez.phtml&sa=D&source=editors&ust=1628823285819173&usg=AOvVaw3cEdDLFT5_ZClwnlSsUwCZ

LA NACIÓN (30/05/2021) . Nota.. Recuperado de:

<https://www.lanacion.com.ar/opinion/la-militancia-virtual-cincela-a-un-alberto-mas-amistoso-nid30052021/>

CANAL A24 (01/06/2021).

LA IZQUIERDA DIARIO (01/06/2021). Nota. Recuperado de:

<https://www.laizquierdadiario.com/Cringe-la-verguenza-del-ajuste-del-Frente-de-Todos>

EDITORIAL POLÍTICA (01/06/2021). Video. Recuperado de:

<https://youtu.be/xWY7WLktRZs>

CRONISTA (13/08/2021). Nota. Recuperado de:

<https://www.cronista.com/economia-politica/el-enojo-de-majul-con-el-entrevistador-militante-de-alberto-y-las-respuestas-que-tuvo-en-las-redes/>

DIARIO DIAGONALES (31/08/2021). Video. Recuperado de:

<https://youtu.be/CQis7EcYgDg>

Normas Apa (2021). Cite This For Me. Recuperado de:

<https://www.citethisforme.com/languages/es/apa>

Imagen 1: [@marcoacosta] [@marreale] [@estebanlorenzoni] (20/09/2020). Comentarios. YouTube. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=7W2hwY9ExBM&t=134s>

<https://www.elpais.com.uy/domingo/cadete-hizo-youtuber.html>

https://es.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCWSfXECGo1qK_H7SXRaUSMg

Carlón (2008). “Una apropiación contemporánea de la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón”, en Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación social.

Jenkins (2008). “Destripando Survivor: la anatomía de una comunidad con conocimientos”, en Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

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