

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

***SEMIÓTICA DE REDES***

**Cátedra: Mario Carlón**

**Comisión: 24 - Josefina De Mattei**

**2023**

Grupo 2: Alma González, Lourdes Maio, Lucía María Collado, Matías Pandiella, Paula Arias, Sara Goin y Valentina Aguiar Leiva.

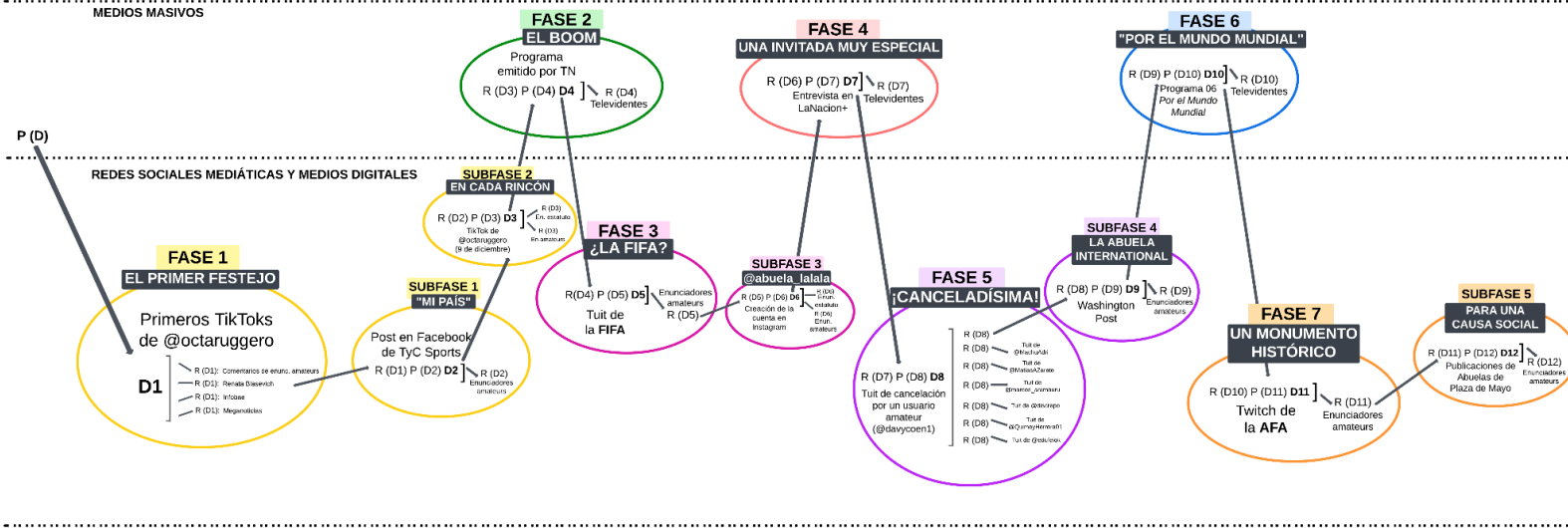
# Introducción

En este trabajo nos proponemos analizar el caso de “Abuela lalala” que surgió a partir de la gran difusión y alcance de los festejos de una señora mayor junto con otras personas durante el mundial de Qatar 2022. A Cristina, la protagonista de 76 años, la grabaron festejando la primera victoria argentina en el mundial al grito de “abuela lalala” y hasta pasada la culminación del torneo continuaron las celebraciones con cada vez más personas involucradas. Es fundamental atribuirle la masividad del caso a la gran interacción que tuvieron los internautas en varias oportunidades con los videos protagonizados por <<La Abuela>> en redes como TikTok, Instagram y Twitter (X). En la misma sintonía, la canción llegó a individuos famosos de las redes que siguieron manteniendo latente el festejo, y por tanto, la circulación del discurso. Así es el caso del streamer argentino Coscu, la cantante Lali Espósito e incluso el mismísimo Kun Agüero. El *hit* que surgió en las redes sociales logró ascender a la televisión, donde se entrevistó a la protagonista y pudimos conocerla todos los argentinos. Mientras tanto, el caso logró traspasar las fronteras nacionales, llegando a ser retomado por medios masivos de distintos países.

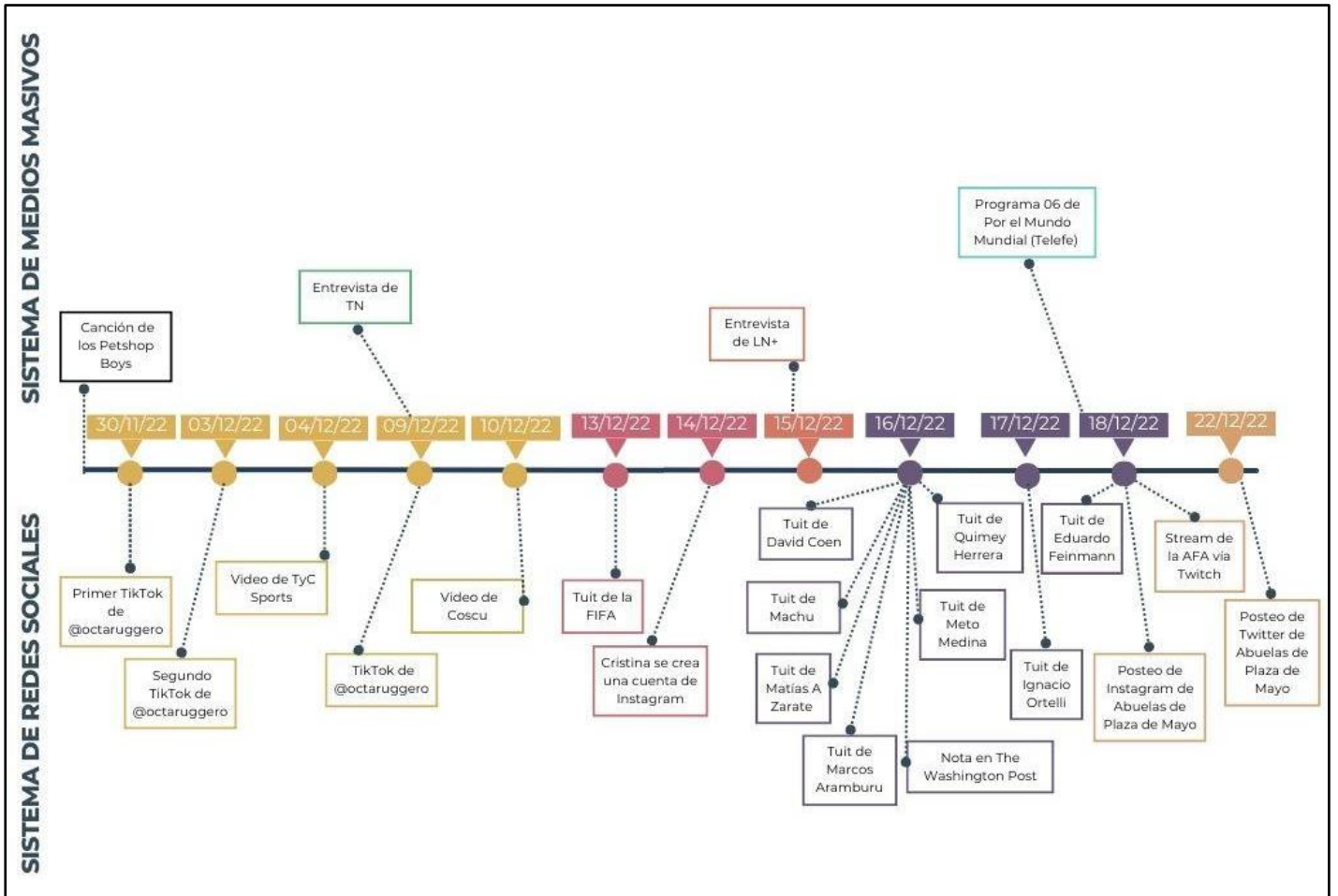
La elección del caso “Abuela lalala” se debe a su trascendencia durante el mundial de Qatar 2022, tanto como a nuestro interés por el fenómeno que ocurrió durante el campeonato donde se vio una mayor conexión de la sociedad y un buen humor generalizado. El caso de <<La Abuela>> es un fenómeno que, nos atrevemos a afirmar, dio el presente en todos festejos de los hinchas argentinos y es uno de los sucesos extra futbolísticos que, en la actualidad, forma parte de la memoria colectiva.

# Nivel de observación diacrónico

## Gráfico temporal (Gráfico 1.1)



## Línea de tiempo (Gráfico 1.2)



## Referencias de los elementos significativos del discurso

**D1** (30 de noviembre de 2022): primer TikTok de @octarrugero.

**D1** (3 de diciembre de 2022): segunda aparición pública de La Abuela en la cuenta de TikTok de @octaruggero.

**D2** (4 de diciembre de 2022): publicación en Facebook de TyC Sports.

**D3** (9 de diciembre de 2022): tercer TikTok de @octaruggero que evidencia la mayor trascendencia del fenómeno en el pueblo.

**D4** (9 de diciembre de 2022): entrevista en vivo a “los pibes de luro” en el programa Todo Noticias.

**D5** (13 de diciembre de 2022): *tuit* de la FIFA con la inscripción del *jingle*.

**D6** (14 de diciembre de 2022): Cristina crea su cuenta personal en Instagram.

**D7** (15 de diciembre de 2022): entrevista con Eduardo Feinmann y Jonathan Viale por el canal La Nación+.

**D8** (16 de diciembre de 2022): primer tuit de cancelación por el individuo David Coen (@davycoen1).

**D9** (16 de diciembre de 2022): nota del *Washington Post* dedicada al nuevo fenómeno argentino.

**D10** (18 de diciembre de 2022): emisión del programa 06 del *Por el Mundo Mundial* en Telefe.

**D11** (18 de diciembre de 2022): transmisión en vivo de la AFA por el canal de Twitch.

**D12** (18 de diciembre de 2022): post de un video en Instagram por la Asociación Civil Abuelas de Plaza de Mayo.

**D12** (22 de diciembre de 2022): comunicado en la cuenta oficial de Twitter (X) (@abuelasdifusion) de la restitución del nieto 131.

# Propiedades fundamentales de la circulación

## Circulación inter-sistémica:

En el caso de estudio se observa una circulación inter-sistémica con dirección ascendente/descendente. Se origina en el sistema de medios con base en Internet, a partir de diferentes TikToks publicados por una cuenta amateur, y asciende hacia el sistema de medios masivos. Luego, la dirección vuelve a descender ya que el caso sigue teniendo repercusión en redes sociales.

## Fases y direcciones comunicacionales

En el presente informe describiremos siete fases que son producto de un cambio de escala en la mediatización, y también suponen un cambio de dirección comunicacional; y cinco subfases, que parten de hechos considerados relevantes y se desarrollan dentro del mismo sistema de medios que la fase que les dio origen. La primera fase del caso es iniciada por una cuenta amateur al publicar videos en TikTok (D1 y D3) que se propagan el 3 de diciembre de 2022 convocando a la formación de tres colectivos alrededor de Cristina como Abuela del Mundial que se extienden en las redes sociales. A su vez, el *posteo* de TyC Sports en su cuenta de Facebook (D2) da origen a la primera subfase. Produce reconocimientos (R[D2]) en dirección descendente hacia sus seguidores, en su mayoría individuos amateurs. Por lo tanto, nos permite describir una segunda subfase en la cual se hace referencia a nuestro primer individuo amateur que sigue posteando videos en Tik Tok (D3) con Cristina para apreciar la mayor convocatoria de personas en tal esquina y reconocimientos a enunciadores con estatuto.

La dirección comunicacional asciende en la segunda fase, cuando el caso es tratado por el programa Todo Noticias (D4), apareciendo así en el sistema de medios masivos por primera vez.

Siguiendo el orden temporal de la circulación, en la tercera fase, el caso vuelve a descender al sistema de redes sociales cuando la institución de la FIFA hace alusión al *jingle* (D5). Así se generan numerosos reconocimientos en todas las direcciones; ascendentes, descendentes y horizontales (R[D5]), y una tercera subfase en la cual Cristina se crea una cuenta de Instagram (D6).

Un nuevo salto intersistémico hacia medios masivos vuelve a ascender la dirección comunicacional durante la fase cuatro. Cristina, <<La Abuela>>, es entrevistada en el programa televisivo La Nación+ por los periodistas Eduardo Feinmann y Jonatan Viale (D7). La comunicación tiene una dirección descendente hacia sus televidentes u oyentes.

Como consecuencia de ese hecho, el caso vuelve a descender hacia el sistema de redes sociales durante la fase cinco, cuando Cristina comienza a ser cancelada en Twitter (X) por coincidir con los ideales de los periodistas. Aquí se generan, mayormente, reconocimientos descendentes (D8) y un reconocimiento ascendente, donde aparece Eduardo Feinmann (R[D7]). A su vez, en el mismo día, ocurre una cuarta subfase al ser publicado el fenómeno en un portal web internacional (D9).

En la sexta fase, se produce un salto ascendente hacia medios masivos. El *jingle* es cantado por la actriz y cantante Lali Espósito en un programa de televisión transmitido en Telefe bajo la conducción de Marley (D10). Los reconocimientos que se dan en esta fase son descendentes.

Por último, en la séptima fase, se produce un salto con dirección descendente hacia el sistema de medios con base en internet. La institución de la AFA transmite en vivo por Twitch el festejo de la selección cantando el famoso *jingle*. Los reconocimientos se dan en todas las direcciones y abre paso a la última quinta subfase en la cual el fenómeno comienza a desplazarse hacia otras temáticas.

## **Temporalidad**

El periodo de tiempo seleccionado para el análisis del caso, inicia el 30 de noviembre de 2022 y finaliza el 22 de diciembre del mismo año. La mayoría de los acontecimientos elegidos ocurren en el transcurso de un mismo día. En los casos vinculados con la primera fase, la quinta fase y la quinta subfase la duración se extiende algunos días más. Por tal razón y para más precisión, resulta indispensable analizar la trayectoria de nuestro discurso objeto en ambos sistemas de medios (masivos y con base en Internet), ya que en una sociedad hipermediatizada los individuos tienen la posibilidad de publicar lo que deseen en sus redes sociales y ser vistos. La existencia de ambos sistemas mediáticos permite el establecimiento de relaciones entre sistemas y, consecuentemente, un incremento de la complejidad de la comunicación contemporánea.

## **Momentos de mayor cantidad de discursos en reconocimiento:**

El momento de mayor cantidad de discursos en reconocimiento lo observamos durante la primera fase, que también incluye la primera y la segunda subfase. Es aquél en que se publican las primeras apariciones de Cristina en la cuenta de @octaruggero (D1) y se propaga a través de TikTok constituyendo un colectivo de comunicación (Verón, 1987). De esta forma, el discurso analizado no sólo se vuelve conocido en esta plataforma, sino que permite e incentiva la participación de los usuarios, quienes lo comparten (9929), comentan (446) y le dan *like* (93k). En su mayoría, los reconocimientos (R[D1]) que se producen provienen de individuos *amateurs*, y serán descritos en el siguiente apartado.

## **Nivel de observación de fases**

### **FASE 1: El primer festejo**

La primera fase del caso de análisis tiene una duración de 10 días: del 30 de noviembre de 2022 al 9 de diciembre de 2022.

El 30 de noviembre, el enunciador @octaruggero<sup>1</sup> publica en su cuenta de TikTok la celebración de un grupo de jóvenes en el barrio de Villa Luro ante la victoria de la selección Argentina de fútbol contra Polonia en el último mundial (D1). Lo particular del video es que durante el festejo se destaca la participación de Cristina, una vecina de 76 años que se sumó en plena calle para saltar a la par. En la espontaneidad, <<los pibes de Luro>> le dedicaron un cántico (“Abuela lalala”) modificándole la letra a la canción “Go West” del dúo británico Pet Shop Boys del año 1993<sup>2</sup>, reconociéndose de esta forma como condición de producción. Este primer TikTok alcanzó las 645.2K (seiscientos cuarenta y cinco mil) visualizaciones con 93K (noventa y tres mil) *likes* constituyendo reconocimientos (R[D1]) principalmente descendentes de enunciadores *amateurs* que comentan y valoran positivamente a esta nueva figura. Uno de ellos con mayor alcance es el de Ana Laura Gastaldi (@anitagastaldi83) con 6638 (seis mil seiscientos treinta y ocho) *likes* y 15 (quince) respuestas (“y la abuela? con lo pibe en la esquina...”). Otro ejemplo es el de Florencia González R (@skygges) con 3246 (tres mil doscientos cuarenta y seis) *likes* y 2 (dos) respuestas (“LE CANTABAN KLALALALAL

---

<sup>1</sup> Octa Ruggero [@octaruggero]. (30 de noviembre de 2022). *GANA ARGENTINA, TE JUNTAS CON LOS PIBES Y PASA UNA ABUELA*. TikTok. [Primer Video de Octa Ruggero](#)

<sup>2</sup> Pet Shop Boys. (22 de abril de 2009). *Pet Shop Boys - Go West (Official Video) [HD REMASTERED]*. YouTube. [Canción Original](#)

ABUELAAA LALALALA ABUELAAA”). Cabe aclarar que ninguna de las dos usuarias tiene más de cien seguidores en TikTok.

El 3 de diciembre, la selección Argentina avanzó a cuartos de final. Para no perder la costumbre, el mismo enunciador difunde un segundo video en la red social TikTok con sus amigos y el canto a <<La Abuela>><sup>3</sup> (D1). Tal publicación se propagó a un nivel mucho mayor: actualmente alcanza las 4.2M (cuatro millones doscientas mil) visualizaciones, 756.2k (setecientos cincuenta y seis mil) *likes* y cuenta con más de 4.000 (cuatro mil) comentarios. Tal como en el caso anterior, la mayoría de las respuestas al video son reconocimientos descendentes de enunciadores *amateurs* (R[D1]). Algunos de ellos expresan conocerla (“la abuela se llama Cristina y es mi vecina de enfrente. La amamos es un amor y una genia festejando”); replican constantemente el canto; etiquetan a otros usuarios para difundir el video; valoran las costumbres argentinas y expresan el deseo de vivir en el país (“porq los argentinos hacen todo con canciones. abuela la la la”) o se ríen de la situación. También se dieron reconocimientos horizontales de individuos con estatuto en redes como Renata Blasevich (@renatablasevich, más de 2 millones de seguidores).

En medios digitales podemos encontrar dos reconocimientos ascendentes correspondientes al 4 de diciembre (R[D1]): una nota publicada en la página web de Infobae<sup>4</sup> y un video en Youtube publicado por Meganoticias<sup>5</sup>, el departamento de prensa de Mega, canal de televisión chileno. La nota de Infobae comenta acerca de cómo se dió tal encuentro y además, le hicieron una corta entrevista a Octa Ruggero citando las frases más interesantes. El video de Meganoticias tiene más de 93.8K reproducciones (noventa y tres mil) y 3.2K (tres mil) *likes*. El *posteo* podría considerarse también como reconocimiento del primer TikTok, ya que adjunta a ambos festejos y comenta: “Abuela se vuelve viral tras salir a la calle a celebrar victoria de Argentina”. A partir de aquí, la señora de Villa Luro se convirtió en una celebridad del barrio y la canción comenzó a circular cada vez con mayor frecuencia.

Consideramos que este discurso (D1) da inicio al caso debido a que son las primeras expresiones públicas de Cristina. Además, lo importante es que comienza a producirse un

---

<sup>3</sup> Octa Ruggero [@octaruggero]. (3 de diciembre de 2022). *NOS VOLVIMOS A ENCONTRAR CON LA ABUELA* TikTok. [Video de Octa Ruggero 3 de diciembre](#)

<sup>4</sup> Gaitán, E. (4 de diciembre de 2022). “Abuela la la la”: se encontraron con una vecina, festejaron en plena calle y el cantito se viralizó. Infobae. [Nota de Infobae](#)

<sup>5</sup> Canal Mega Noticias. (4 de diciembre de 2022). “Abuela la la”: La viral celebración de adulta mayor tras el triunfo de Argentina [#shorts](#). [Archivo de video] [Video de Mega Noticias](#)



colectivo social, en el espacio público, producto de los festejos que se perpetúan en las redes sociales alcanzando una mayor convocatoria. Siguiendo los aportes de Manuel Castells en su libro *Redes de indignación y esperanza* (2012), en realidad, se trata de un nuevo espacio híbrido entre los medios con base en internet y el espacio urbano ocupado: “conectando el ciberespacio y el espacio urbano en una interacción incesante y constituyendo tecnológica y culturalmente comunidades instantáneas de prácticas transformadoras.”

Lo interesante de esta cuestión, es que es un espacio de total comunicación autónoma al tener la posibilidad de coordinar acciones en las redes sociales sin trabas, libre del control del poder institucional. Son movimientos a la vez globales porque alcanzan a conectarse con todo el mundo como sucedió con el portal chileno. Tampoco están limitados por el tiempo provocando así su viralización. Es por esto, que esta fase es tan importante en nuestro análisis y la consideramos como la mayor en reconocimientos. Se trata de un fenómeno que ha llegado a crear un colectivo que asume sentimientos encontrados entre los argentinos expresando un patrón cultural en permanente relación con la plataforma privilegiada del Internet concluyendo en un mayor llamamiento de personas en aquella esquina de Villa Luro y el canto del *jingle* en el lugar de origen de cada enunciador.

Sin embargo, a partir del quinto día (Subfase 1) hemos observado una complejización de la circulación, un aumento del desfase, debido a que importantes portales web retomaron tales vídeos y el reconocimiento de nuestro objeto de estudio aumenta considerablemente.

## **SUBFASE 1: “Mi país”**

El 4 de diciembre, aparece un nuevo discurso que da origen a la primera subfase. *TyC Sports*, el canal de televisión que emite eventos deportivos destacados a nivel nacional e internacional, retomó ambos videos de TikTok y los *posteó* en su cuenta de Facebook<sup>6</sup> (D2). En el pie de la publicación, detalló los resultados de los partidos junto con el cántico y terminó el mensaje con la inscripción “*MI PAÍS*”, refiriéndose al gran poder que tiene el fanatismo argentino. Tal posteo alcanzó las 505K (quinientos cinco mil) visualizaciones, 34K (treinta y cuatro mil) *likes* y 509 (quinientos nueve) comentarios. Estos comentarios son reconocimientos (R[D2]) descendentes de individuos amateurs y se basan en gran parte en apoyar los festejos de la abuela (“Mañana, Dios mediante y todo sale como esperamos, rezamos, deseamos,

---

<sup>6</sup> TyC Sports. [TyCSports]. (4 de diciembre de 2022). *Argentina 2-0 Polonia: "Abuelaaaa la la la la la"* *Argentina 2-1 Australia: "Abuelaaaa la la la la la" MI PAÍS*. Facebook. [Video de TyC Sports](#)

confiamos...la Abuela va a salir a festejar el triunfo frente a los Países Bajos. Vamos carajo!!!!”) y otros recuerdan con nostalgia a sus seres queridos: (“Me da mucha tristeza, mi papi estaría como loco. Cada partido me hace acordar a el sentado con su bandera”).

El *post* titulado “*MI PAÍS*” constituye un cambio de escala en la circulación del sentido de manera intrasistémica porque desde aquí aumentan la cantidad de noticias acerca de <<La Abuela>> en portales web.

## **SUBFASE 2: De la esquina de Luro a cada rincón del país**

Gracias a esta mayor circulación de sentido, a partir de cada victoria argentina es que estos videos de @octaruggero muestran una convocatoria más amplia. Esto es evidenciado el 9 de diciembre, momento en que Argentina avanza a las semifinales, en un TikTok<sup>7</sup> (D3): la esquina de <<La Abuela>> contaba ya con mucha mayor asistencia e incluso canales de televisión en el lugar de los hechos. Así también observamos, a modo de reconocimientos (R[D3]), la labor de influencers que le dieron entidad al suceso como el streamer *Coscu* quien se grabó en Qatar cantando el *jingle* junto a otros simpatizantes argentinos que lejos de su país replicaban los festejos que aquí vivenciábamos<sup>8</sup>.

Hemos identificado este momento de la circulación como una segunda subfase porque creemos que evidencia una mayor escala en la importancia del cántico en cada rincón de la Argentina dentro de la primera fase. En otras palabras, la canción comenzó a formar parte del pueblo argentino.

## **FASE 2: El boom**

En la segunda fase, el caso de análisis experimenta un cambio de escala intersistémico en dirección ascendente; desde el sistema de medios con base en internet hacia el sistema de medios masivos. El 9 de diciembre, el programa Todo Noticias (D4) transmitió en vivo desde

---

<sup>7</sup>-Octa Ruggero [@octaruggero]. (9 de diciembre de 2022). 2 *FINALES MÁS, ARGENTINA DE MI VIDA. SIEMPRE VAMOS A ESTAR*. TikTok. [Video Octa Ruggero 9 de diciembre](#)

<sup>8</sup> Martín Pérez Disalvo [@user43294869884]. (10 de diciembre de 2022). *LALALALALAAA ABUELAAAA*. [TikTok de Coscu](#)

la esquina del festejo la previa del partido entrevistando a los <<pibes de Luro>> para conocer acerca de la vida de Cristina y el origen de la canción.<sup>9</sup>

Este discurso supuso una complejización de la circulación porque se amplificó el conocimiento del caso al ascender al sistema de medios masivos. Es importante remarcar que no sólo aumentó la exposición, sino que además el público era otro: se sumaron aquellos enunciatarios que comenzaron a conocer a Cristina por medio del canal televisivo, quienes probablemente no eran los mismos que los espectadores de los medios digitales del primer día de la primera fase.

### **FASE 3: ¿La FIFA?**

En la tercera fase, el caso vuelve a experimentar un salto hipermediático pero esta vez desde medios masivos hacia el sistema de redes sociales y medios digitales. El 13 de diciembre, la selección Argentina logró clasificar a la final. En consecuencia, la cuenta oficial de la FIFA (D5) *tuiteó* una foto del equipo junto con la inscripción del *jingle*<sup>10</sup>. Actualmente, esta publicación posee más 114,2K (ciento catorce mil doscientos) *likes* y más de 7K (siete mil) *reposts*.

Creemos que este momento del caso es importante resaltarlo ya que el fenómeno toma demasiada trascendencia al ser retomado por una institución con alcance internacional. Cabe aclarar que es la institución organizadora y reguladora de los mundiales de fútbol, por lo que su *posteo* provoca que nuestro discurso objeto (D1) adquiera una relevancia aún mayor y esté al alcance de todos (o casi todos) los seguidores hispanohablantes de la copa del mundo.

### **SUBFASE 3: @abuela\_lalala**

La repercusión de la exposición de Cristina en los medios produjo que se activaran cuentas *fakes* sobre la persona de <<La Abuela>> en las redes sociales. Especialmente, en *Twitter* (X). Podríamos decir que este hecho impulsó a que el 14 de diciembre la enunciativa se creara su cuenta personal en *Instagram* (@abuela\_lalala) para compartir algunas de las entrevistas que le han hecho y mostrar sus deseos con los seguidores (D6). Esto contribuyó a

---

<sup>9</sup> Canal Todo Noticias. (9 de diciembre de 2022). "MUNDIAL VIRAL I La esquina de la abuela "LA, LA ,LA, LA, LA"" [Archivo de video] Emitido en el canal de televisión TN y subido a Youtube. [Entrevista de TN](#)

<sup>10</sup> Copa Mundial FIFA. [fifaworldcup\_es]. (13 de diciembre de 2022). "ABUELA LALALALALA" Twitter (X). [Tuit de la FIFA](#)

la formación de un colectivo de comunicación en torno a ella; es decir, una relación que se funda entre <<La Abuela>> y sus seguidores, quienes acuerdan con ella (Verón, 1987). Por lo tanto, es considerada como subfase ya que dentro del ámbito de las redes, se da un intercambio de circulación entre internautas amateurs apoyando a Cristina. Actualmente, la cuenta tiene más de 2K (dos mil) seguidores.

#### **FASE 4: Una invitada muy especial**

El 15 de diciembre, podemos ver otro salto intersistémico desde las redes sociales hacia los medios masivos conformando una cuarta fase. El canal La Nación+ invitó a <<La Abuela>> a participar en una comunicación telefónica con los periodistas Johnatan Viale y Eduardo Feinmann<sup>11</sup> (D7). Aquí ella se declaró una fiel oyente de ambos, tanto en radio como en televisión, y les hizo saber lo mucho que admiraba su trabajo. Se mostraba sorprendida con su trascendencia y agradecida por la invitación.

Si bien lo que constituye a este momento de la circulación como una fase diferente de la anterior es un salto intersistémico, la clave de ésta descansa en que luego dio lugar a un amplio debate en las redes sociales; es decir, el discurso (D7) circuló en dirección descendente. En un intento de cancelación, la imagen de la abuela cambió negativamente.

#### **FASE 5: ¡Canceladísima!**

La quinta fase del caso es una de las más relevantes. Como consecuencia de la ya mencionada entrevista telefónica (D7), se desprenden del 16 hasta el 18 de diciembre, diferentes reconocimientos de enunciadores amateurs. Es decir, los primeros intentos de cancelación a Cristina en la red social Twitter (X). Comenzaremos describiendo los discursos más importantes.

El 16 de diciembre, varios tweets comenzaron pronunciando que no debían seguir a una persona que acordaba con los ideales de tales periodistas, es decir, de derecha, por lo que llegaron a tratarla como *gorila*, entre otras cosas. Tal es el caso del *tuit* (D8) mencionado en la fase 4 correspondiente al usuario David Coen (@davycoen1). Con más de 1,7M (un millón setecientos mil) de visualizaciones, distintos individuos respondieron a favor de la cancelación

---

<sup>11</sup> Coen, D. [@davycoen1]. (16 de diciembre de 2022). *Resultó una vieja del @rt@ la abuela no abuela lalala. Canceladísima*. Twitter (X). [Entrevista a Cristina en LN+ recuperada a través de Twitter](#)

(R[D8]). Siendo así el reconocimiento de Machu (@MachuAdri)<sup>12</sup> con 49,5K (cuarenta y nueve mil) reproducciones y el de Matías A Zarate (@MatiasAZarate) con más de 2K (dos mil)<sup>13</sup>.

En su defensa, hubo comentarios que se encargaron de responder: por un lado, constituyendo un cuarto reconocimiento (R[D8]), Marcos Aramburu (@marcos\_aramburu), mostrando indignación por semejante acto, dejó en claro que no tenía sentido cancelar a Cristina por su forma de pensar ni mucho menos esperar que sea una mujer revolucionaria cuando solo es conocida por divertirse en un festejo<sup>14</sup>. Cabe agregar que Marcos Aramburu es co-conductor de “Tres estrellas” un programa de *streaming* en el canal de *YouTube/Twitch* “Gelatina”, así como escritor y partícipe de otros programas de radio como por ejemplo, “Ayúdame loco” en la radio Nacional Rock. Por lo tanto, su estatuto no es igual al del resto de los usuarios, sino que posee mayor llegada y legitimidad que ellos. Actualmente, el *tuit* cuenta con 344.3K (trescientas cuarenta y cuatro mil) reproducciones, más de 7K (siete mil) *likes* y 323 (trescientos veintitrés) *reposts*. Asimismo, hubo otros individuos que reconocieron la entrevista de Feinmann con <<La Abuela>> como un evento tragicómico, por lo que buscaron *tuitear* irónicamente al respecto (R[D8]). Por ejemplo, el comentario de Mateo Tedina (@discrepo) superó las 190K (ciento noventa mil) reproducciones y los 6K (seis mil) *Me Gusta* al mostrarse “indignado” con el hecho de que La Abuela no escuche *futurock* ni siga a la médica e influencer Sol Despeinada<sup>15</sup>. Del mismo modo, Químe y Herrera (@QuimeyHerrera01) entró al juego con el tema de la sexualidad<sup>16</sup>. Este quinto reconocimiento tiene 43,5K (cuarenta y tres mil) de reproducciones, 1.5K (mil quinientos) *likes* y 79 (setenta y nueve) *reposts*.

Sin embargo, la quinta fase de intento de cancelación tuvo su fracaso certero el 18 de diciembre con el *tuit* de Eduardo Feinmann (@edufeio) aludiendo a lo insólito que sería

---

<sup>12</sup> Machu [@MachuAdri]. (16 de diciembre de 2022). *Al final la abuela si quiere que vuelvan los milicos*. Twitter (X). [A favor de la cancelación](#)

<sup>13</sup> Matias A Zarate [@MatiasAZarate]. (16 de diciembre de 2022). *vieja chota, que deje de gastar oxigeno*. Twitter (X). [A favor de la cancelación](#)

<sup>14</sup> Marcos Aramburu [@marcos\_aramburu]. (16 de diciembre de 2022). *Dejen a la abuela la la la mirar a Feinman en paz. Por que necesitamos que una vieja que baila y revolea los brazos en una esquina sea una revolucionaria? Porque además... sus abuelos quienes son?*. Twitter (X). [Subestimación a la cancelación](#)

<sup>15</sup> Meto Tedina [@discrepo]. (16 de diciembre de 2022). *Cómo puede ser que la abuela no escuche futurock?!?!? ni siga a sol despeinada?!?!?* Twitter (X). [Ironía a la cancelación](#)

<sup>16</sup> Quimey Herrera [@QuimeyHerrera01]. (16 de diciembre de 2022). *e???? cómo que la abuela de 86 años no es lactovegana bipansexual no binaria con una mirada política progresista de izquierda???? estoy helado* Twitter (X). [Ironía a la cancelación](#)

cancelar a una persona por su forma de pensar y calificando a tales usuarios como “cabezas de pulpo”<sup>17</sup> (R[D8]).

Aun así, es importante este momento para comprender dos fenómenos que están relacionados y ocurren de forma simultánea. De acuerdo a lo expresado por Mario Carlón (2020 [2018]), sobre todo a partir de la emergencia de la web 2.0 y de las redes sociales mediáticas, la sociedad hipermediatizada contemporánea experimenta un creciente proceso de mediatización de todos los actores sociales (medios, instituciones, individuos y colectivos). A partir de que los enunciadores administran sus medios individuales y producen discursos específicos es que estalla la circulación del sentido, es decir, se produce una complejización de las interacciones a diferentes escalas y niveles. De esto se trata la especificidad de esta fase: a partir del 16 de diciembre se observa un nuevo estallido de reconocimientos en Internet, de discursos de enunciadores con diferentes estatutos pronunciándose sobre aquello que se fue perpetuando desde distintos sistemas mediáticos.

#### **SUBFASE 4: La Abuela International**

En el mismo día de inicio de la cancelación, el *Washington Post* le dedicó una nota al nuevo *jingle* argentino (D9)<sup>18</sup>. Teniendo en cuenta la magnitud y la historia de este diario, es decir, su popularidad (cambio de dirección en la comunicación) y su internacionalidad, así como el hecho de que pasa de circular en las redes sociales a una noticia en un medio masivo digital (cambio de escala), creemos que esta noticia produce un pico de alcance del discurso que estamos estudiando. En consecuencia, lo hemos graficado como una cuarta subfase dentro del sistema de medios con base en Internet.

#### **FASE 6: “Por el Mundo Mundial”**

En la fase seis se produce un ascenso en la escala de la mediatización ya que el discurso se posiciona, como en casos anteriores, en los Medios Masivos (Televisión). El 18 de diciembre, previo a disputarse la final de la copa entre Argentina-Francia, la reconocida cantante y actriz Lali Espósito es invitada a participar del sexto programa de *Por el Mundo*

---

<sup>17</sup>Eduardo, F. [@edufeio]. (18 de diciembre de 2022). *Puedo creer cualquier cosa de los cabeza de pulpo.* @ignacioortelli. Twitter (X). [Tuit de Eduardo Feinmann](#)

<sup>18</sup> Armus, T. (16 de diciembre de 2022). ‘¡Abuela la la la!’ Argentina’s viral dancing World Cup lucky charm. The Washington Post. [Nota en The Washington Post](#)

*Mundial*<sup>19</sup> emitido en la cadena de televisión *Telefe* con la conducción de Marley (D10). En tal emisión, podemos ver cómo la artista es convocada a cantar el himno argentino durante el partido. Con lo cual, la emisión muestra la gran previa y el nerviosismo por la gran entrada. Sin embargo, de acuerdo a nuestro caso, lo particular del programa es que hay varias menciones hacia <<La Abuela>> y el cántico. Específicamente, esto sucede en dos momentos: en el minuto 42:00 durante una excursión en camioneta 4X4 por el desierto en Qatar, los artistas hacen alusión al *jingle* de forma cómica ante el miedo de las maniobras; y por otro lado, en el minuto 53:50 previo a cantar el himno en el partido, traen nuevamente la canción de <<La Abuela>> para hacer de la situación algo divertido.

Nuevamente, lo interesante aquí es notar cómo la figura de la *abuela lalala* fue tomando forma y se sedimenta cada vez con más firmeza. Tal programa de TV fue publicado al día siguiente y hoy cuenta con más de 1M (un millón) de *visualizaciones*, 9K (nueve mil) *likes* y 500 (quinientos) *comentarios* (R[D10]). Esto quiere decir que, durante el día de transmisión, el alcance al público fue mucho mayor. Claramente, esto evidencia la instalación del *jingle* de manera masiva en los argentinos con relación al mundial.

## **FASE 7: Un monumento histórico**

El último salto hipermediático del caso, presenta un descenso en las redes sociales. El mismo día de la final pero horas más tarde, luego de que la selección Argentina se dispute como campeón mundial, se realizó desde Qatar una transmisión en vivo por el canal de Twitch<sup>20</sup> de la AFA (D11) donde observamos a los campeones junto a influencers como *Coscu*, *Luquitas Rodríguez* y *Momo* cantando el *jingle* adaptado al apodo del ex futbolista Kun Agüero quien también era partícipe de la celebración.

Esta misma transmisión fue proyectada durante el resto del día en una gran pantalla en la Av. 9 de Julio frente al Obelisco de Buenos Aires. Mientras tanto, miles de argentinos se acercaban a dicho monumento para festejar junto con la selección la victoria. De esta forma, podemos deducir que el fenómeno de Cristina concluye su momento de la mejor manera. Una

---

<sup>19</sup> Programa 06: Marley y Lali en la final del Mundial de Qatar (18 de diciembre de 2022) - Por el Mundo Mundial. [Video de Marley y Lali](#)

<sup>20</sup> Canal AFA Estudio. (18 de diciembre del 2022). *AFA Estudio Mundial Último Capítulo desde Qatar / ARGENTINA, CAMPEÓN DEL MUNDO*. [Archivo de video] Emitido en Twitch y subido a YouTube. [Transmisión en vivo AFA](#)

canción nacida espontáneamente en un barrio común y corriente era en ese momento escuchada en numerosos canales internacionales mediante el grito de la gente.

## **SUBFASE 5: Para una causa social**

En correlación con la fase, nos parece pertinente agregar una quinta y última subfase para terminar nuestro análisis debido a que el fenómeno siguió teniendo gran repercusión durante todo el mes de manera intrasistémica. El 18 de diciembre, la cuenta oficial de Instagram de Abuelas de Plaza de Mayo (@abuelasdifusión)<sup>21</sup> *posteo* un video<sup>22</sup> cantando *Muchachos, ahora nos volvimos a ilusionar* del artista *La Mosca Tsé-Tsé* (D12). En el festejo, participaba el equipo conformante de la Asociación junto con la presidenta y activista de derechos humanos Estela de Carlotto.

Es por esta razón, que en el pie de la publicación comentaron la alegría por la selección Argentina junto a su *abuela la la la*, es decir, Estela, aludiendo a que: “La única lucha que se pierde, es la que se abandona”. Actualmente, el video cuenta con más de 130K (ciento treinta mil) de reproducciones, 12,6K (doce mil) de *likes* y 160 (ciento sesenta) comentarios.

Siguiendo la misma temática, el 22 de diciembre, la Asociación comunicó la restitución del nieto 131 en su cuenta de *Twitter* (X)<sup>23</sup>. Como condiciones de reconocimiento, individuos amateurs hicieron circular ilustraciones con respecto al tema que le llegaron a la institución. En forma de agradecimiento, la cuenta de @abuelasdifusión publicó algunas de ellas para demostrar la felicidad colectiva. Lo especial de este hecho es que una de las imágenes contaba con la inscripción del *jingle* (D12). Actualmente, las estadísticas del post son 143,8K (ciento cuarenta y tres mil) reproducciones, 4K (cuatro mil) *likes* y 646 (seiscientos cuarenta y seis) *reposts*.

---

<sup>21</sup> Esta organización civil se fundó en 1977 con la finalidad de localizar y restituir a las legítimas familias de todos los bebés y niños apropiados durante la última dictadura militar en Argentina (1976-1983). Hasta el día de hoy, siguen en búsqueda de nietos desaparecidos con un fuerte activismo en todas sus redes sociales.

<sup>22</sup> Abuelas de Plaza de Mayo. [abuelasdifusion]. (18 de diciembre de 2022). *Vamos @afaseleccion vamos @leomessi Gracias por la Copa y por la alegría. Acá estamos con nuestra Abuela la la la, alentando a la selección de fútbol nacional, en el asado de fin de año, porque sabemos que la única lucha que se pierde, es la que se abandona.* Instagram. [Posteo de Instagram Abuelas de Plaza de Mayo](#)

<sup>23</sup> Abuelas de Plaza de Mayo [abuelasdifusion]. (24 de diciembre de 2022). *Con cada restitución de un nieto o nieta, nos llegan hermosas ilustraciones que dan cuenta de que la felicidad es colectiva #Nieto131 #NosVolvemosAllusionar.* Twitter (X). [Tuit Abuelas de Plaza de Mayo](#)



Agregar esta subfase ayuda a comprender cómo el fenómeno empieza a desplazarse en otras temáticas. Es decir, no se cierra en lo cómico y en el hecho del mundial. Por el contrario, es utilizado para apelar a una causa social que atraviesa a todo el país desde hace mucho tiempo.

## **Nivel Micro**

### **FASE 1: El primer festejo**

El discurso inicial fue producido y reproducido mediante el sistema de medios con base en internet (D1). El enunciador @octaruggero y sus amigos son considerados en nuestro análisis piezas claves para la posterior conformación de tres colectivos en relación con Cristina como la Abuela del Mundial. Damos cuenta de lo dicho, retomando a Manuel Castells en *Redes de indignación y esperanza* (2012), donde el autor describe este nuevo espacio híbrido entre las redes sociales y el espacio urbano ocupado.

En esta primera fase, los discursos al estar publicados en medios digitales, se encuentran por sobre sus lectores, por lo que tiene mayormente una dirección descendente. A excepción de los casos de Infobae y Meganoticias que constituyen reconocimientos ascendentes. Al igual que el *post* de *TyC Sports* (D3) al abrir paso a nuestra primera subfase.

#### **SUBFASE 1: “Mi país”**

En la primera subfase, tomamos un video de Facebook de la cuenta de *Tyc Sports* (D3). En el pie de la publicación, se muestra un orgullo hacia el país y la victoria. Claramente, va dirigido al colectivo conformado en torno al Mundial.

La publicación tiene direcciones descendentes al ser producida por un enunciador con jerarquía. Es decir, cuenta con mayor influencia en redes sociales, frente a sus seguidores -enunciadores *amateurs*-.

#### **SUBFASE 2: De la esquina de Luro a cada rincón del país**

La segunda subfase nos ayuda a confirmar con más profundidad el éxito recibido en los primeros *tiktoks* y el fenómeno de Cristina al publicarse nuevamente un tercer video de @octaruggero festejando junto a ella, sus amigos y hasta medios de televisión para capturar el momento (D3). En cierto sentido, se convirtió en una cábala.

Esta publicación comparte reconocimientos tanto descendentes (comentarios) como ascendentes de influencers con estatuto cantando el *jingle* (R[D3]).

## **FASE 2: El boom**

En la segunda fase se puede observar el primer salto hipermediático a los medios masivos a partir de la entrevista que le realiza el canal de noticias TN del Grupo Clarín a los vecinos que festejaban con Cristina en los famosos *tiktoks* (D4). En esta entrevista, aunque la protagonista no es quien habla, conocemos más acerca de su vida y de cómo surgió el cántico hacía ella.

Los conductores de TN abrieron la nota diciendo “a pedido de ustedes”, reconociendo la gran relevancia que ya tomaba La Abuela a partir de su primer paso por las redes sociales, y presentándola en los medios masivos. Esta aparición en el sistema de medios masivos es importante en tanto se sigue reforzando la imagen de la abuela como cualquier vecina mayor, pero con la posibilidad de volverse conocida por nuevos enunciatarios que no utilizan frecuentemente el sistema de las redes sociales.

## **FASE 3: ¿La FIFA?**

En la tercera fase, el caso experimenta un salto hipermediático descendiendo de medios masivos hacia redes sociales mediáticas y medios digitales. El salto sucede ya que el 13 de diciembre, la institución FIFA, desde su cuenta de Twitter, retoma el *jingle* con una foto de la Selección Argentina festejando el pase a la final del mundial (D5). Es descendente ya que se produce por una institución con un estatus mayor al de sus seguidores.

A partir de esta fase, nuestro discurso objeto (D1) obtiene más relevancia y pasa a estar al alcance de los 2.9 Millones de seguidores de la cuenta oficial de la FIFA.

## **SUBFASE 3: @abuela\_lalala**

En esta subfase, los sobrinos de La Abuela crean un usuario de instagram (D6) para, como dice su biografía: “el recuerdo de la abuela lalala”. Allí La Abuela utiliza el estatus conferido para desmentir a las cuentas *fakes* que hacían uso de su voz e imagen.

Además, comparte con sus seguidores algunos detrás de escena y fragmentos de entrevistas, manteniendo una misma escala comunicacional.

## **FASE 4: Una invitada muy especial**

En esta cuarta fase reconocimos la génesis del cambio del carácter positivo de La Abuela como enunciadora y su transición hacia una valoración ambivalente y negativa. Esto se debe a que en dicha fase, se produce un salto intersistémico de las redes sociales a los medios masivos, luego de que Cristina haya tenido una entrevista para el canal LaNación+ junto con los periodistas Johnatan Viale y Eduardo Feinmann (D7). En su discurso ya no sólo remitió a la temática del mundial, y del particular fenómeno en el cual se convirtió luego de los festejos viralizados en su esquina, sino que, además, hizo explícita su posición política frente a una audiencia muy politizada (característica de nuestro país) en la cuál se valora dicho criterio. Su declaración en un medio masivo de gran alcance como es LaNación+ resulta de amplia relevancia debido al impacto que generó lo enunciado y su alcance no sólo a los televidentes y audiencia del mismo canal, sino su futura repercusión frente a tal posicionamiento en el debate generado en las redes sociales, puntualmente en Twitter (X). Es decir, su discurso circuló en dirección descendente y dio paso a la siguiente fase de cancelación.

## **FASE 5: ¡Canceladísima!**

En esta fase inicia el intento de cancelación a La Abuela que se origina con la entrevista que da Cristina en LN+ (MM) con Eduardo Feinmann (D7). El inicio de circulación de esta entrevista a través del *tuit* de David Coen (D8) dio origen a un período de diferentes reconocimientos (R[D8]) desde el 16 al 18 de diciembre, en la aplicación Twitter; muchos criticando a la abuela y otros defendiéndola. Quienes intentaban cancelarla, la tildaban de “gorila” y criticaban que haya hecho público su apoyo a Feinmann. Por otro lado, quienes la defendían apelaban a calmar las aguas con el argumento de que es lógico que una señora grande piense de forma más conservadora. Más allá de que distintos enunciadores amateurs estuvieron vinculados en la circulación, también influencers, el pico de la mediatización se dio cuando Feinmann (individuo profesional) dio su postura en twitter para respaldar a la abuela. De esto se trata la especificidad de esta fase: a partir del 16 de diciembre se observa un nuevo estallido de reconocimientos en Internet con dirección descendente dado que la entrevista se produce en medios masivos.

## **SUBFASE 4: La Abuela International**

En esta subfase se produce un cambio de escala en la mediatización del caso dado que la noticia de la abuela es retomada por el Washington Post (D9) en su versión online (MMD)

generando un pico de alcance mediático internacional. A su vez, produce nuevas circulaciones en redes sociales que interactúan con el caso.

Cabe agregar que este reconocido medio internacional de alta jerarquía le confiere a Cristina, y a todo el fenómeno en torno a ella, mayor alcance y relevancia.

## **FASE 6: Por el Mundo Mundial**

La sexta fase comienza en los momentos previos a la gran final mundialista del 18 de diciembre, donde se enfrentarían Argentina y Francia. En este contexto es emitido uno de los tantos capítulos de *Por el Mundo Mundial* a través de la cadena de televisión *Telefé* (D10), conducido por el famoso conductor de Argentina Marley y su invitada especial, la exitosa cantante Lali Esposito. Lo puntual de aquel capítulo con lo que respecta a nuestro caso de investigación es que se menciona reiteradas veces a <<La Abuela>> y al cántico por el cual es tan reconocida. Estas menciones representan un salto hipermediático ascendiendo de las redes sociales mediáticas y medios digitales a los medios masivos (televisión). Considerando el estatuto de los enunciadores, podemos decir que ambos acumulan millones de seguidores en sus cuentas de redes sociales y son figuras icónicas y reconocidas de Argentina. El medio por el cual emiten el programa es la televisión, por lo cual podemos contar con que hubo una gran audiencia mirando la transmisión. A su vez, el contenido fue re-subido a la cuenta de YouTube de Telefe, la cual cuenta con más de 6.000.000 (seis millones) de suscriptores. Este video acumula alrededor de 1.100.000 (un millón cien mil) reproducciones en la plataforma.

## **FASE 7: Un monumento histórico**

Como ha sido mencionado anteriormente, la séptima fase se constituye como tal gracias al *streaming* de *Coscu*, *Luquitas Rodríguez* y *Momo* (entre otros) a través del canal de Twitch de la AFA (D11), el cual implica un cambio de escala en la circulación del sentido ya que el discurso (D1) pasa del sistema de medios masivos al sistema de redes sociales con base en Internet. En esta transmisión en vivo los *influencers* se muestran muy contentos de tener a su lado a los campeones del mundo, por lo que cantan el *jingle* con ellos y lo adaptan a los nombres de sus compañeros. Cabe destacar que estos conductores tienen miles de seguidores en sus redes sociales y sus contenidos suelen ser tanto humorísticos, como de deportes. Sin embargo, lo que resulta llamativo es que quien transmite es la Asociación de Fútbol Argentino (AFA); es decir, una institución muy reconocida a nivel nacional y considerablemente presente en las redes sociales. En este sentido, la cuenta de @afaestudio en Twitch tiene 89.768 (ochenta y

nueve mil setecientos sesenta y ocho) seguidores, y su video re-subido a YouTube tiene 337.269 (trescientas treinta y siete mil doscientas sesenta y nueve) vistas.

A su vez, la transmisión fue proyectada en el Obelisco, mientras los hinchas recibían alegremente a los jugadores. En este caso, se podría reconocer un colectivo de identificación (Verón, 1987) conformado por todos los hinchas argentinos que se reunieron en el espacio público con el fin de festejar y no sabían ni conocían el *stream*, y por aquellos que eran seguidores de la AFA en sus redes sociales o de estos *influencers*.

## **SUBFASE 5: Para una causa social**

Esta quinta subfase es provocada por el video publicado en la cuenta oficial de Instagram de Abuelas de Plaza de Mayo (D12) en relación a la canción “Muchachos” cantada durante el mundial, con un comentario debajo haciendo referencia a Estela de Carlotto como su *abuela la la la*. A este *posteo* se suma la publicación en la cuenta de Twitter (X) de @abuelasdifusion con una fotografía en relación al cántico para celebrar la recuperación del nieto 131 (D12). Ambas intervenciones de esta organización se dan en el sistema de redes con base en internet, por lo tanto el discurso circula de forma horizontal con respecto a los anteriores. No obstante, cabe destacar que quien enuncia es la Asociación Civil Abuelas de Plaza de Mayo, la cual es trascendental en tanto la defensa de los Derechos Humanos en Argentina. Es importante agregar que, además de ser protagonistas de la historia de nuestro país, cuentan con 344.000 (trescientos cuarenta y cuatro mil) seguidores en Instagram y 335.500 (trescientos treinta y cinco mil) seguidores en Twitter (X), lo cual nos brinda la evidencia de su llegada y relevancia, y en consecuencia, de la propagación del *jingle* en el sistema de redes con base en internet.

## **Nivel Espacial**

En el siguiente apartado analizaremos los enunciadores del caso de la *Abuela lalala* basándonos en la clasificación que propone Mario Carlon (2017), privilegiando la dimensión temporal de la circulación.

### ● MEDIOS:

- Medios Masivos (MM): Todo Noticias, La Nación +, Telefe.
- Medios Masivos Digitales (MMD): The Washington Post, La Nación, TyC Sports.
- Medios Colectivos (MC): @abuelasdifusion

- COLECTIVOS:

- Colectivo mediático (CM): seguidores de <<La Abuela>> (@ignacioortelli @lia\_ba23 @discrepo\_ @QuimeyHerrera01 @marcos\_aramburu)

- INDIVIDUOS:

Individuos Profesionales (INDP):

- Eduardo Feinmann
- Coscu
- Marcos Aramburu

Individuos Amateur (IA):

- Haters de <<La Abuela>> (@mouriish @davycoen1 @MatiasAZarate @MachuAdri)
- @octaruggero

- INSTITUCIONES:

- FIFA a través de su cuenta de twitter @fifaworldcup\_es
- AFA a través de su canal de twitch @afaestudio

El momento clave que elegimos para desarrollar los gráficos espaciales corresponde a la **Fase 5: “¡Canceladísima!”**. En este punto, <<La Abuela>> se hace presente en el programa LN+ con Eduardo Feinmann y Jonatan Viale (D7), lo cual constituye un antes y un después en el posicionamiento de los principales enunciadores mediáticos. En otras palabras, consideramos importante este momento ya que marca un momento bisagra en la forma en la que el público percibe a Cristina. Para llevar adelante esta tarea distinguimos, siguiendo a Verón: medios (M), instituciones (I), colectivos (C) e individuos (IND). A partir de estas categorías, subdividimos medios en medios masivos (MM) y medios masivos digitales (MMD); diferenciamos, entre los colectivos, los colectivos sociales (CS) y los colectivos mediatizados (CM); en el de los individuos diferenciamos individuos profesionales (INDP) y amateurs (IA).

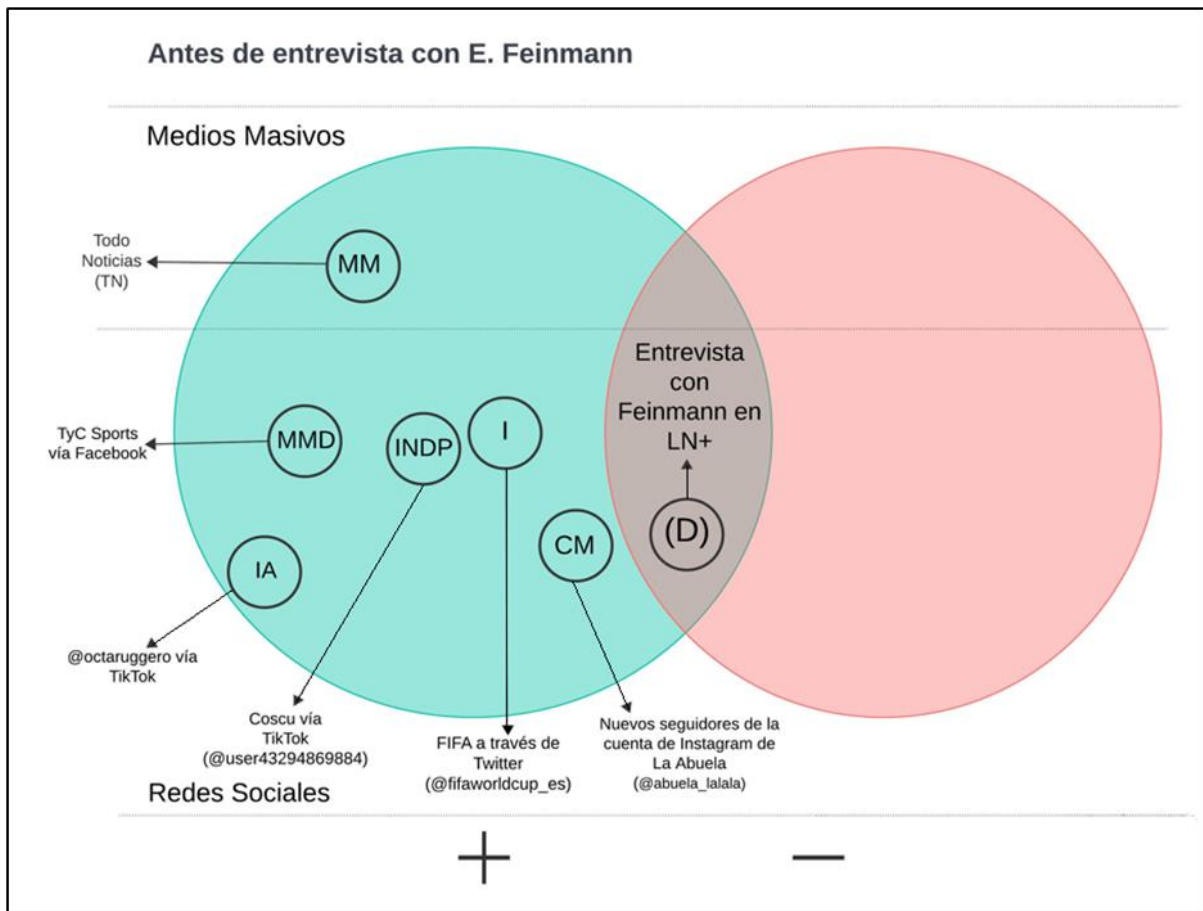


Figura 1

En el primer gráfico (*Figura 1*) podemos observar la situación de reconocimiento positivo de la que gozaba la abuela: en el TikTok de @octaruggero (D1) (IA), el video de Facebook de Tyc Sports (D2) (MMD) y en el canal de noticias TN (D4) (MM) era reconocida y aclamada de forma absolutamente positiva por el público. En este marco, el Streamer “Coscu” (INDP) dedicó un TikTok desde Qatar cantando el ya famoso “abuela lalala” (R[D1]). Teniendo en cuenta esta serie de valoraciones, podemos afirmar que hasta entonces la imagen de Cristina fue positiva en su totalidad y no contaba con ningún *hater*; era mostrada y percibida como una simpática abuela que podía ser la de cualquier argentino en el contexto de la copa del mundo.

El 15 de diciembre de 2022 Cristina tuvo una entrevista con Eduardo Feinmann y Johnatan Viale en el medio masivo La Nación<sup>24</sup> (D7). Este encuentro produce un quiebre en el

<sup>24</sup> Coen, D. [@davycoen1]. (16 de diciembre de 2022). *Resultó una vieja del @rt@ la abuela no abuela lalala. Canceladísima*. Twitter (X). [Entrevista a Cristina en LN+ recuperada a través de Twitter](#)

caso de estudio que trae aparejado un cambio en la circulación a partir de que Cristina manifestara su apoyo y fanatismo hacia los conductores conocidos por sus ideales políticos conservadores, de derecha y reaccionarios.

## Después de la entrevista con Eduardo Feinmann en LN+ (Gráfico 2)

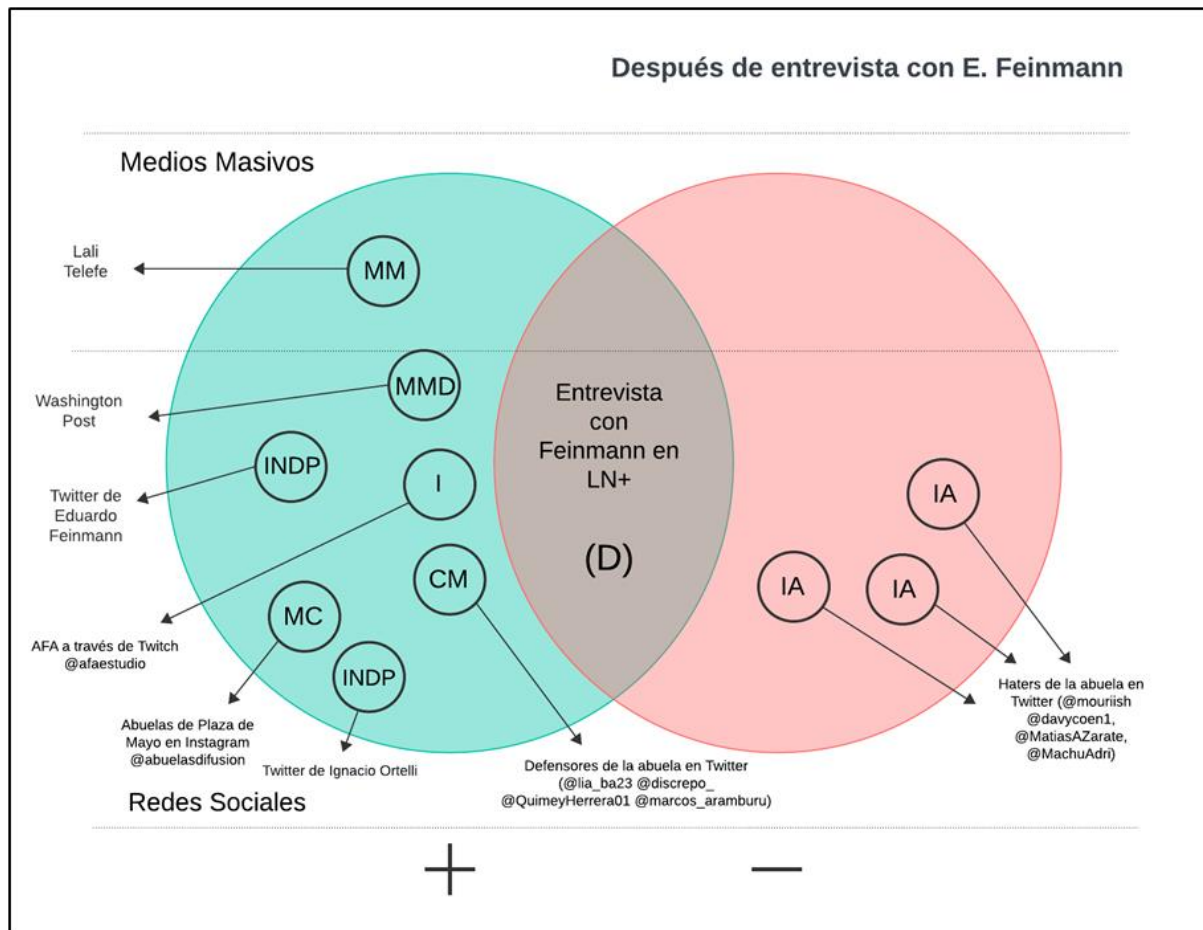


Figura 2

A raíz de esta declaración, se generó una gran repercusión en redes sociales ya que muchos usuarios acusaban a <<La Abuela>> de tener un posicionamiento “gorilongui”<sup>25</sup>, es decir, de derecha. Hemos conceptualizado este hecho como un intento de cancelación. En respuesta a estas opiniones surgieron otras en defensa de Cristina, por lo tanto, en contra de su cancelación.

Clasificamos como valoración negativa el intento de cancelación que surge a raíz de que el usuario @davycoen1 sube un recorte de un fragmento de la entrevista a Twitter y

<sup>25</sup> Fran [@mouriish]. (18 de diciembre de 2022). *ay nooo, resultó ser una vieja gorilongi, q pajaaa*. Twitter (X) [A favor de la cancelación](#)



comenta: “resultó Resultó una vieja del orto la abuela no abuela lalala. canceladísima” (D8), generando una repercusión de 1.7 millones de reproducciones<sup>26</sup>. A su vez, hay otros individuos amateurs que se suman a la crítica con comentarios (R[D8]) como el de @MatiasAZarate: “vieja chota, que deje de gastar oxígeno”<sup>27</sup>; o el de @MachuAdri: “Al final la abuela si quiere que vuelvan los milicos. Cancelada”<sup>28</sup>.

Conceptualizamos como valoración positiva el apoyo por parte del colectivo mediático que surge a partir de las críticas de los individuos amateurs (IA) mencionados anteriormente. Este nuevo colectivo estaba integrado por los fans de Cristina, quienes la respaldaban y defendían a Cristina subestimando las acusaciones de sus detractores por considerarlas inoportunas y superficiales. Aquellos usuarios individuos parte de éste colectivo mediático (CM) que declararon en Twitter su apoyo (R[D8]). Por ejemplo, @lia\_ba23 publicó “mirá si voy a cancelar a la abuela porque con 70 años idolatra a Feinmann”<sup>29</sup>, otro caso es el de @discrepo\_ quien dijo “¿cómo puede ser que la abuela no escuche futurock?!?! ni siga a sol despeinada?!?!”<sup>30</sup>. Otro caso muy particular y que da cuenta de la circulación de nuestro discurso objeto (D1) es el *tuit* de @QuimeyHerrera01: “e???? cómo que la abuela de 86 años no es lactovegana bipansexual no binaria con una mirada política progresista de izquierda???? estoy helado”<sup>31</sup>. Esta publicación es una cita del *tuit* de @davycoen1 que hemos clasificado como valoración negativa, es decir, como un intento de cancelación a <<La Abuela>>. Por lo tanto, da cuenta de la circulación de estos discursos y de cómo surgen las valoraciones positivas (R[D8]): en respuesta a las críticas y a modo de defensa. Por último, otro *tuit* que cita el de @davycoen1 es el de @marcos\_aramburu: “dejen Dejen a la abuela la la la mirar a Feinmann en paz. ¿Por qué necesitamos que una vieja que baila y revolea los brazos en una esquina sea

---

<sup>26</sup>Coen, D. [@davycoen1]. (16 de diciembre de 2022). *Resultó una vieja del @rt@ la abuela no abuela lalala. Canceladísima*. Twitter (X). [A favor de la cancelación](#)

<sup>27</sup>Matias A Zarate [@MatiasAZarate]. (16 de diciembre de 2022). *vieja chota, que deje de gastar oxígeno*. Twitter (X). [A favor de la cancelación](#)

<sup>28</sup>Machu [@MachuAdri]. (16 de diciembre de 2022). *Al final la abuela si quiere que vuelvan los milicos. Cancelada*. Twitter (X). [A favor de la cancelación](#)

<sup>29</sup>Li [@li\_ba23]. (18 de diciembre de 2022). *Mirá si voy a cancelar a la abuela porque con 70 años idolatra a Feinmann*. Twitter (X). [En contra de la cancelación](#)

<sup>30</sup>Metó Tedina [@discrepo]. (16 de diciembre de 2022). *Cómo puede ser que la abuela no escuche futurock?!?! ni siga a sol despeinada?!?!* Twitter (X). [Ironía a la cancelación](#)

<sup>31</sup>Quimey Herrera [@QuimeyHerrera01]. (16 de diciembre de 2022). *e???? cómo que la abuela de 86 años no es lactovegana bipansexual no binaria con una mirada política progresista de izquierda???? estoy helado* Twitter (X). [Ironía a la cancelación](#)

una revolucionaria? porque además...sus abuelos quienes son?”<sup>32</sup>. Como ha sido mencionado anteriormente el estatuto de Marcos Aramburu (INDP) difiere del resto de los usuarios.

A partir de la oleada de *tuits* en contra de Cristina, Feinmann (individuo profesional) citó un *tuit* de @ignacioortelli (periodista de Clarín.com) que dice “¿Podés creer que hay deforestados que a 15 horas de la final analizan si cancelar o no a la abuela la la la porque es fan de @JonatanViale y @edufeio?” y concluyó “Puedo creer cualquier cosa de los cabeza de pulpo”<sup>33</sup> (R[D8]). Hemos ubicado a ambos individuos profesionales (INDP), tanto a Eduardo Feinmann como a Ignacio Ortelli, en el lado positivo del gráfico ya que consideramos que han mostrado explícitamente su apoyo a <<La Abuela>> en estos *tuits*.

Después de la entrevista que generó polémica, el discurso continuó circulando e incrementó de todos modos su alcance y valoración positiva. Al día siguiente *The Washington Post* publicó una nota sobre el fenómeno de <<La Abuela>>, más precisamente sobre la mística y el fanatismo que ocasionaron sus festejos<sup>34</sup> (D9).

El 18 de diciembre, Lali Espósito reconoció e hizo un mini *cover* del *hit* previo a cantar el Himno Nacional Argentino en la final del mundial de Qatar 2022. Esto fue transmitido por el Medio Masivo (MM) Telefe en el programa *Por el Mundo Mundial*<sup>35</sup> (D10).

Luego de haber sido coronados campeones del mundo, AFA estudios (institución), vía el medio digital (MD) Twitch transmitió en vivo el festejo de los jugadores de la selección nacional como el Kun Agüero, “el huevo” Acuña, Lautaro Martínez, Germán Pezzella, entre otros, acompañados por figuras públicas como Coscu, Luquitas Rodríguez y Germán Beder haciendo sus propias versiones del cántico<sup>36</sup> (D11).

---

<sup>32</sup>Marcos Aramburu [@marcos\_aramburu]. (16 de diciembre de 2022). *Dejen a la abuela la la la mirar a Feinman en paz. Por que necesitamos que una vieja que baila y revolea los brazos en una esquina sea una revolucionaria? Porque además... sus abuelos quienes son?*. Twitter (X). [Subestimación a la cancelación](#)

<sup>33</sup>Eduardo, F. [@edufeio]. (18 de diciembre de 2022). *Puedo creer cualquier cosa de los cabeza de pulpo. @ignacioortelli*. Twitter (X). [Tuit de Eduardo Feinmann](#)

<sup>34</sup>Armus, T. (16 de diciembre de 2022). *‘¡Abuela la la la!’ Argentina’s viral dancing World Cup lucky charm*. *The Washington Post*. [Nota Washington Post](#)

<sup>35</sup>Programa 06: Marley y Lali en la final del Mundial de Qatar (18 de diciembre de 2022) - Por el Mundo Mundial. [Video de Marley y Lali](#)

<sup>36</sup>Canal AFA Estudio. (18 de diciembre del 2022). *AFA Estudio Mundial Último Capítulo desde Qatar / ARGENTINA, CAMPEÓN DEL MUNDO*. [Archivo de video] Emitido en Twitch y resubido a YouTube. [Transmisión en vivo AFA](#)

A su vez el 18 de diciembre, @abuelasdifusion a través de Instagram, publicó un video alusivo al triunfo de la selección en el que se ve a Estela de Carlotto rodeada de la gente de su organización disfrutando de un festejo de fin de año<sup>37</sup> (D12). Aquí se observa a gran parte de la agrupación coreando la canción de La Mosca. En la descripción agregaron: “Acá estamos con nuestra abuela lalala”. Pocos días después, el 22 de diciembre, fue noticia la restitución del nieto 131 y los usuarios generaron un nuevo reconocimiento relacionando el festejo de Cristina con la lucha social de las abuelas que nos interpela como país hace 40 años<sup>38</sup> (D12).

## Conclusiones

El período analizado permite observar el surgimiento del *jingle* en las redes sociales (D1) y su propagación, no sólo en el sistema de medios con base en internet, sino también en el sistema de medios masivos. De todos modos, la mayor cantidad de reconocimientos se producen en redes sociales. En este sentido, el primer discurso (D1) es un video espontáneo de TikTok subido por un usuario (@octaruggero) que hasta el momento no contaba con muchos seguidores. Sin embargo, y gracias a la sociedad hipermediatizada, su contenido llegó a muchos más internautas, así como a los medios masivos de comunicación. Este retrato de un momento de felicidad y diversión fascinó al resto de los hinchas, e incluso fue incorporado por la selección Argentina de Fútbol como uno de sus cánticos predilectos ya que presentaba la posibilidad de adaptarlo al nombre de cualquiera de ellos. El *streaming* de la AFA (D11) da cuenta de todo el recorrido del discurso objeto ya que es allí en donde se evidencia que los últimos campeones del mundo conocieron el fenómeno y lo incorporaron.

En esta misma línea, resulta interesante analizar la transformación de los enunciadores entre el primer discurso de la primera fase (D1) y el último discurso que produce un cambio de escala (D11). El primer video (D1) fue generado por un usuario que no se dedicaba a trabajar en las redes sociales ni era conocido por alguna labor o contenido risible previamente propagado. A su vez, la situación que elige registrar es genuina; se muestra con sus amigos y una señora mayor cantando y festejando en una esquina de su barrio. Ya en la séptima fase, la transmisión en vivo a través del canal de Twitch de la AFA (D11) provoca un cambio de escala

---

<sup>37</sup> Abuelas de Plaza de Mayo. [@abuelasdifusion]. (18 de diciembre de 2022). *Vamos @afaseleccion vamos @leomessi Gracias por la Copa y por la alegría. Acá estamos con nuestra Abuela la la la, alentando a la selección de fútbol nacional, en el asado de fin de año, porque sabemos que la única lucha que se pierde, es la que se abandona.* Instagram. [Posteo de Instagram Abuelas de Plaza de Mayo](#)

<sup>38</sup> Abuelas de Plaza de Mayo [@abuelasdifusion]. (24 de diciembre de 2022). *Con cada restitución de un nieto o nieta, nos llegan hermosas ilustraciones que dan cuenta de que la felicidad es colectiva #Nieto131 #NosVolvemosAIlusionar.* Twitter. [Tuit Abuelas de Plaza de Mayo](#)

y en la circulación con respecto a la sexta fase. La aparición de los jugadores cantando el *jingle* a su manera, ilustra de forma muy clara la propagación del discurso objeto ya que, en definitiva, la canción fue creada por Cristina y con motivo de aquella victoria contra Polonia. Resulta fundamental mencionar que el enunciador de este discurso (D11) es la Asociación de Fútbol Argentino (AFA). En este sentido, este *jingle* alegre y espontáneo penetra en un organismo reconocido y respetado a nivel nacional e internacional.

En lo que respecta al discurso en ambos sistemas de medios, es posible identificar ciertas diferencias. En cuanto al marco en el que se inserta el discurso, en redes sociales existe un código entre usuarios que permite la comprensión de cualquiera de ellos al ver una publicación que hace referencia al video de @octaruggero (D1); ya sea una canción con la misma melodía, pero con otra letra, o el registro de un grupo de individuos cantando el *jingle* cuando ven a una señora mayor que no es Cristina. Sin embargo, en los medios masivos suele haber una explicación previa a cualquier contenido vinculado con el discurso objeto con el objetivo de que la audiencia entienda quién es Cristina y cómo surgió el fenómeno. En cuanto a los enunciadores, los usuarios de las redes sociales, en su mayoría, no eran profesionales de los medios (Octa Ruggero) y muy pocos de ellos eran figuras públicas (Luquitas Rodríguez, Coscu) o instituciones (AFA, Abuelas de Plaza de Mayo). En el caso de los medios masivos, los enunciadores fueron siempre figuras famosas, tal es el caso de Feinmann, Marley y Johnatan Viale. Si bien en tres oportunidades se han observado movimientos ascendentes en la circulación del discurso (del sistema de redes con base en internet al sistema de medios masivos), la gran mayoría de reconocimientos se han producido en el sistema de redes sociales. Es por esto que cada movimiento ascendente, luego se corresponde con uno descendente (de los medios masivos al sistema de redes sociales con base en internet). Un claro ejemplo de esto se da en la cuarta fase cuando Cristina es entrevistada en LaNación+ (D7), y culmina en la quinta fase cuando es criticada y comienzan los intentos de cancelación con el tweet de David Coen (D8).

Por último, cabe mencionar la capacidad de acercamiento entre argentinos que tuvo el *jingle* por dos motivos. En primer lugar, se crean, por lo menos, tres tipos de colectivos en torno al discurso objeto: de comunicación, de identificación y social. Un colectivo de comunicación (Verón, 1987), en tanto el video es publicado en Tiktok y genera reconocimientos en redes sociales. Un colectivo de identificación (Verón, 1987), conformado por hinchas de la Selección Argentina. Un colectivo social (Castells, 2012) en el espacio público que podemos observar en los videos de los argentinos cantando el *jingle*. Por lo tanto, este proceso de agrupamiento entre hinchas comienza de forma horizontal y termina ocupando

el espacio público. En segundo lugar, <<los pibes de Luro>> le dicen “abuela” a Cristina porque consideran que es una persona mayor. Sin embargo, se podría afirmar que lo que motiva el cántico es la gracia y la ternura que provoca ver a una persona de su edad con ánimos de saltar y cantar para festejar la victoria de un partido de la Copa del Mundo. De hecho, no es casual que elijan denominarla “abuela” ya que es un concepto que implica cuidado, amor y dulzura. Aunque, paradójicamente, Cristina no tiene nietos, sus vecinos cumplieron esa función en cada celebración. Cabe mencionar que las críticas que recibió la protagonista en Twitter (X) resultan inofensivas y hasta risibles, lo que refuerza lo descrito anteriormente acerca de los colectivos que se generaron y el concepto de abuela.

Vemos entonces como el caso es una muestra clara de que cualquier individuo puede convertirse en enunciador hipermediático, a partir de que en la contemporaneidad convive el sistema de medios masivos con el sistema de medios con base en Internet y la telefonía. Se modifica la distancia entre producción y reconocimiento característica de cuando el mando lo tenía pura y exclusivamente el sistema de medios masivos, en donde en la producción se encontraban las instituciones mediáticas y en el reconocimiento, los receptores. A raíz del advenimiento de esta sociedad hipermediatizada se multiplican a su vez las direcciones comunicacionales, sumándose la dirección ascendente (desde individuos y colectivos mediatizados hacia los medios masivos) y la horizontal (entre pares). Lo más interesante es pensar cómo nuestra protagonista de análisis ha sido testigo en la sociedad de cada transición. De no ser por estos cambios hoy no conoceríamos a la figura de Cristina, una señora de 76 años de Villa Luro que vive en la memoria colectiva gracias a un video de TikTok festejando simpáticamente con sus vecinos en el marco del mundial de fútbol de Qatar 2022.

## Anexo

Abuelas de Plaza de Mayo. [@abuelasdifusion]. (18 de diciembre de 2022). *Vamos @afaseleccion vamos @leomessi Gracias por la Copa y por la alegría. Acá estamos con nuestra Abuela la la la, alentando a la selección de fútbol nacion*

*al, en el asado de fin de año, porque sabemos que la única lucha que se pierde, es la que se abandona.* Instagram. [Posteo de Instagram Abuelas de Plaza de Mayo](#)

Abuelas de Plaza de Mayo [@abuelasdifusion]. (24 de diciembre de 2022). *Con cada restitución de un nieto o nieta, nos llegan hermosas ilustraciones que dan cuenta de que la felicidad es colectiva #Nieto131 #NosVolvemosAllusionar.* Twitter (X). [Tuit Abuelas de Plaza de Mayo](#)

Armus, T. (16 de diciembre de 2022). *‘¡Abuela la la la!’ Argentina’s viral dancing World Cup lucky charm.* The Washington Post. [Nota Washington Post](#)

Canal AFA Estudio. (18 de diciembre del 2022). *AFA Estudio Mundial Último Capítulo desde Qatar / ARGENTINA, CAMPEÓN DEL MUNDO.* [Archivo de video] Emitido en Twitch y resubido a YouTube. [Transmisión en vivo AFA](#)

Canal Mega Noticias. (4 de diciembre de 2022). *"Abuela la la": La viral celebración de adulta mayor tras el triunfo de Argentina #shorts.* [Archivo de video] [Video de Mega Noticias](#)

Canal Sara Goin. (16 de agosto de 2023). *Video análisis “abuela la la la”.* [Archivo de video]. Youtube. [Video que incluye el corpus](#)

Coen, D. [@davycoen1]. (16 de diciembre de 2022). *Resultó una vieja del @rt@ la abuela no abuela lalala. Canceladísima.* Twitter (X). [Entrevista a Cristina en LN+ recuperada a través de Twitter](#)

Copa Mundial FIFA [@fifaworldcup\_es]. (13 de diciembre de 2022). *ABUELA LALALALALA.* Twitter (X). [Tuit Copa Mundial FIFA](#)

Eduardo, F. [@edufeio]. (18 de diciembre de 2022). *Puedo creer cualquier cosa de los cabeza de pulpo. @ignacioortelli.* Twitter (X) [Tuit de Eduardo Feinmann](#)

Fran [@mouriish]. (18 de diciembre de 2022). *ay nooo, resultó ser una vieja gorilongi, q pajaaa.* Twitter (X) [Tuit en contra de la abuela](#)

Gaitán, E. (4 de diciembre de 2022). *“Abuela la la la”: se encontraron con una vecina, festejaron en plena calle y el cantito se viralizó.* Infobae. [Nota de Infobae](#)

Juan Microagencia [@microagencia]. (18 de diciembre de 2022). *La abuela era el meme de "imagínate que diría tu abuelo - que vuelvan los milicos"* [Meme de la cancelación](#)

Machu [@MachuAdri]. (16 de diciembre de 2022). *Al final la abuela si quiere que vuelvan los milicos.* Twitter (X). [A favor de la cancelación](#)

Marcos Aramburu [@marcos\_aramburu]. (16 de diciembre de 2022). *Dejen a la abuela la la la mirar a Feinman en paz. Por que necesitamos que una vieja que baila y revolea los brazos en una esquina sea una revolucionaria? Porque además... sus abuelos quienes son?*. Twitter (X). [Subestimación a la cancelación](#)

Martín Pérez Disalvo [@user43294869884]. (10 de diciembre de 2022). *LALALALALAAA ABUELAAAA*. [TikTok de Coscu](#)

Matias A Zarate [@MatiasAZarate]. (16 de diciembre de 2022). *vieja chota, que deje de gastar oxígeno*. Twitter (X). [A favor de la cancelación](#)

Meto Tedina [@discrepo]. (16 de diciembre de 2022). *Cómo puede ser que la abuela no escuche futurock?!?!? ni siga a sol despeinada!?!?!?* Twitter (X). [Ironía a la cancelación](#)

Octa Ruggero [@octaruggero]. (18 de diciembre de 2022)]. *CAMPEONES DEL MUNDO CARAJO #qatar2022 #seleccionargentina #abuelalala #mundial #worldcup*. TikTok. [Último TikTok de octaruggero sobre el mundial](#)

Octa Ruggero [@octaruggero]. (30 de noviembre de 2022). *GANA ARGENTINA, TE JUNTAS CON LOS PIBES Y PASA UNA ABUELA*. TikTok. [Primer TikTok de Octa Ruggero](#)

Octa Ruggero [@octaruggero]. (3 de diciembre de 2022). *NOS VOLVIMOS A ENCONTRAR CON LA ABUELA #mundial #viral #parati #seleccionargentina #tiktok #argentina*. TikTok. [Video de Octa Ruggero 3 de diciembre](#)

Octa Ruggero [@octaruggero]. (9 de diciembre de 2022). *2 FINALES MÁS, ARGENTINA DE MI VIDA. SIEMPRE VAMOS A ESTAR*. TikTok. [Video de Octa Ruggero 9 de diciembre](#)

Pet Shop Boys. (22 de abril de 2009). *Pet Shop Boys - Go West (Official Video) [HD REMASTERED]*. YouTube. [Go West](#)

Programa 06: Marley y Lali en la final del Mundial de Qatar (18 de diciembre de 2022) - Por el Mundo Mundial. [Video de Marley y Lali](#)

Quimey Herrera [@QuimeyHerrera01]. (16 de diciembre de 2022). *e???? cómo que la abuela de 86 años no es lactovegana bipansexual no binaria con una mirada política progresista de izquierda???? estoy helado* Twitter (X). [Ironía a la cancelación](#)

Todo Noticias. (13 de diciembre de 2022). *Argentina está en la final: la abuela más viral repitió el festejo con los hinchas y ya es cábala*. [Nota TN](#)

TyC Sports. [TyCSports]. (4 de diciembre de 2022). *Argentina 2-0 Polonia: "Abuelaaaa la la la la la" Argentina 2-1 Australia: "Abuelaaaa la la la la la"*. MI PAÍS. Facebook. [Video de TyC Sports](#)

## Referencias Bibliográficas

Carlón, Mario (2020 [2014]). “Deconstruyendo Chicas bondi. Público/privado/íntimo y el conflicto entre el derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea”, en *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: NEU. (págs. 29-64).

Carlón, Mario (2021, en prensa), ¿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.). Buenos Aires: FELS.

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.

Castells, Manuel (2012), “Obertura: conectar las mentes, crear significados, contestar el poder” y “Cambiar el mundo en la sociedad red”, en *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales de la era de Internet*. Madrid: Alianza.

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

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