



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

**Materia: Semiótica de Redes**

**Cátedra: Carlón**

**Comisión: 24**

**Docente: Josefina De Mattei**

**Grupo: 3**

**Estudiantes: Mercedes Andrada**

**Francisco Asturiano**

**Elena Estrella Wollrad**

**Sabrina Curci**

**Tomás Crescentini**

**Período Lectivo: Noviembre 2023 (2do Cuatrimestre)**

## ***Presentación***

El programa televisivo de Telefe “Gran Hermano” Argentina 2022 consiste en un *reality show* donde cierta cantidad de personas son puestas en convivencia durante un determinado período de tiempo en una casa, sin reloj, ni teléfono, ni radio, ni televisión, eliminándose entre sí a través de juegos y votación del público. Este fenómeno mediático acapara tanto los comentarios de la sociedad como las agendas de algunos medios importantes. Programas *satélites* son creados para generar contenidos sobre un programa central o *planeta*<sup>1</sup>. Ahora bien, los participantes son filmados las 24 horas del día, por lo que se ve expuesta tanto la personalidad de cada uno de ellos como así también su accionar ante un público que los evalúa en profundidad. Lo atractivo de este programa sucede en vivo sin cortes, y nunca se sabe que puede llegar a ocurrir dentro de la casa. Se trata de un lugar armado por la producción, una mezcla de un set de sitcom con estudio de televisión donde los espectadores están constantemente pendientes de ver peleas, alianzas y romances.

El chiste es que los participantes van a ser votados y eliminados –de a uno y en cuenta regresiva– cada siete días. Lo provocante de esto es que son los mismos integrantes de la casa quienes deciden los nominados para la placa de eliminación, y una vez conocidos los candidatos, el público toma la decisión final, a través de un mensaje telefónico.

Gran Hermano constituye el formato televisivo más paradigmático de la transmisión de eventos en directo que *“poseen legitimidad social en tanto su resolución se supone imprevisible”* (Carlón, 2004: 72)<sup>2</sup>, esto significa que la atracción hacia un programa como este se debe, en gran parte, al protagonismo que el telespectador adopta. Se involucra en el juego, al igual que los participantes, siendo parte de todo el evento.

El reality de origen holandés, replicado en más de 70 países, volvió a la pantalla argentina para una nueva edición y se convirtió en el programa más visto del año 2022. Analizaremos a continuación el caso particular de un participante de Gran Hermano, Agustín Guardis. El joven platense de 25 años se presenta buscando ganarse el interés y el apoyo de la audiencia prometiendo un buen entretenimiento a cambio de que esta lo ayude a ganar la competencia. *“Soy Agustín Guardis, tengo 25 años y soy de la ciudad de La Plata. Soy analista político y además trabajo en una cancha de Fútbol 5. Ideológicamente me considero un anarquista, alguien que va en contra del orden establecido. Voy a convertirme en el mejor*

---

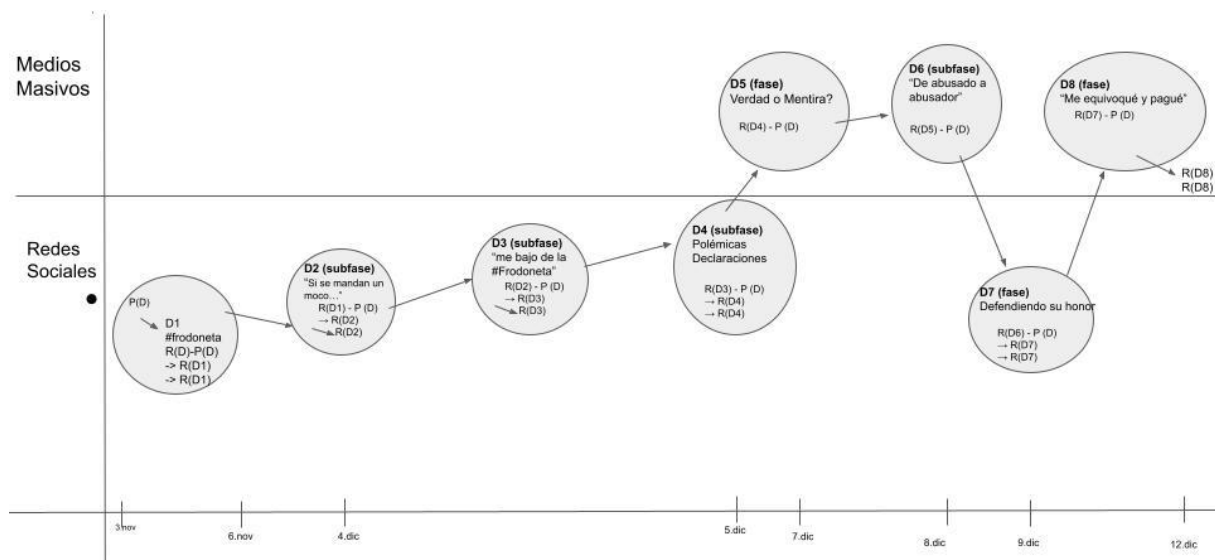
<sup>1</sup> Carlón, Mario (2016 [2012]). *“Repensando los debates anglosajón y latinoamericano sobre el fin de la televisión”*, en Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre el post-cine, la post-tv y YouTube. Buenos Aires: La Crujía.

<sup>2</sup> Carlón, Mario (2004). *“Sujetos telespectadores y memoria social”*, en Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos. Buenos Aires: La Crujía.

jugador de la historia de Gran Hermano. Sí para ganar tengo que generar conflicto lo voy a hacer. Jugar con las personas es mi juego favorito”. Ésta fue la carta de presentación del joven al momento de ingresar a la casa.

Rápidamente, se convirtió en uno de los participantes más excéntricos y llamativos de la edición. Guardis destacó entre muchos a través de su personaje de “estratega”, con el cual incluso logró que el público comenzara a empatizar y apoyar fuertemente. Generó especialmente mucho furor en Twitter (ahora X) dándose así el fenómeno de la #Frodoneta, refiriéndose al colectivo que se generó en su apoyo.

### Nivel de observación diacrónico



### Nivel de observación de fases

#### 1) Fase 1: “#Frodoneta” (3 y 6 de noviembre 2022)

La primera fase de nuestro caso identifica el origen de la circulación. El caso de la #frodoneta surge en las redes sociales y continua de forma horizontal.

Las condiciones de producción de la primera fase, es decir, aquellos discursos que originan al discurso extraído (dícese de frases hechas, estereotipos, saberes compartidos etc.)<sup>3</sup>, provienen de un fenómeno que se dio alrededor de la selección argentina durante la Copa América en 2021. El famoso hashtag #Scaloneta, haciendo referencia al director técnico de la selección Lionel Scaloni, nace tras el partido contra Ecuador en cuartos de final de ese mismo campeonato. El dicho “subirse a algo” o la “Scaloneta” en referencia a una camioneta, alude al

<sup>3</sup> Verón, Eliseo (1987). “El sentido como producción discursiva”, en La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa.

apoyo de parte de los fans hacia un movimiento o una persona en particular. Lo cierto es que la #Scaloneta dejó su huella desde aquel campeonato, y siguió siendo tendencia en el mundial de Qatar en 2022. Un evento que ocurrió a la vez del estreno de la última edición de Gran Hermano. Es por eso, que el colectivo de fans de Agustín Guardis, rápidamente se sumó a esta tendencia y creó su propia “#Frodoneta”, evidenciando su fuerte apoyo y fanatismo por el participante. También es importante mencionar de donde proviene su apodo tan particular y característico. Su personaje en la televisión argentina es conocido por muchos, no como Agustín Guardis, sino como Frodo. Luego de su aparición en los primeros episodios de Gran Hermano, los fans remarcaron su parecido físico a la figura ficticia Frodo Bolsón, de la película “El señor de los anillos”.

Esto generó muchos efectos como por ejemplo una serie extensa de tuits en su apoyo. El público, a través de Twitter creó memes, envió mensajes de apoyo y utilizó su hashtag #frodoneta alrededor de las fechas 3 de noviembre hasta 6 de noviembre. De a poco se fue formando una comunidad que lo acompañaba. Un ejemplo del contenido amateur que circuló es un tuit del usuario @alezasndrojr posicionándose a favor de Agustín, con el mensaje: *“todos nosotros subidos en la frodoneta estamos así: ¡AGUANTE AGUSTIN/FRODO, VIEJAAAA!”*, junto a una foto de lo que aparenta ser un tren repleto de personas, haciendo referencia a todo el colectivo de seguidores que “se subía a la #Frodoneta”. Este tuit recibió, aproximadamente, 102 retuits y 977 likes. *“TODOS MÁS QUE NUNCA UNIDOS EN LA FRODONETA A DEMOSTRAR QUE A FRODO LO BANCA LA GENTE EEEE #GH22 #GH2022”* es un tuit generado por el usuario amateur @loumylight\_, acompañado de una foto del actor Guillermo Francella con una camiseta con la cara de Frodo. Este tuit recibió 59 retuits y 379 likes.

Efectivamente, fueron varios los famosos que se subieron a ella. Algunos de los artistas que mostraron su apoyo fueron: el streamer Coscu que publicó *“Mensaje de duko: -Peda - Subite a la Frodoneta”* donde menciona al cantante Duki haciendo alusión que él también se debía subir a la Frodoneta; otro fue el productor musical Bizarrap que puso *“Subite a la Frodoneta”*; la cantante Emilia Mernes dijo *“dale Frodoooooooooo”*; el exfutbolista Sergio “Kün” Agüero *“Ese Frodo, ese es mi ídolo”* dijo en un stream; e incluso un mensaje desde la cuenta oficial de Twitter (X) del equipo de fútbol inglés Leeds United *“¡¡Todos subidos a la Frodoneta!! Así se festeja”*, acompañado del hashtag #GranHermano22. El aumento de seguidores de Frodo fue descomunal y se preveía su victoria. Contando con los mensajes y el apoyo de no solo los televidentes amateurs, sino también de los famosos, todo pareciera que Frodo se perfilaba como uno de los jugadores con más chances de llegar a la final de Gran Hermano 2022.

### 2) Subfase 1: “Si se mandan un moco...” (4 de diciembre 2022)

Se vio, en la plataforma de streaming Pluto TV, un medio digital, como Agustín hablaba con sus compañeros del reality show sobre las fotos de desnudos que recibía de mujeres y como las guardaba en un Drive a la espera de exponerlas si las autoras de esas mismas fotos hacían o decían algo que lo deje mal parado.

Fue una declaración controversial emitida a todo el mundo a través de una transmisión en vivo y de acceso público. En consecuencia, perdió el apoyo de la mayor parte de sus fans y se ganó el odio de la audiencia, deviniendo en un contundente aumento de los votos del público en contra de él para que abandone la casa; sus posibilidades de permanecer y ganar el juego se reducían velozmente.

### 3) Subfase 2: “Me bajo de la #Frodoneta” (Entre 3 y 5 de diciembre 2022)

En esta subfase, la red social Twitter (X) se convirtió en una plataforma de denuncia por la cual los internautas se mostraron indignados y furiosos por las declaraciones de Frodo, decidiendo bajarse inmediatamente de la #frodoneta. Entre los internautas de los que analizamos los discursos se encuentran algunos amateurs, y otros que poseen más seguidores y, por lo tanto, tienen un mayor alcance. Por ejemplo, los dos primeros:

- @therealbuni posteo el 3 de diciembre a las 20:41hs un tweet que expresaba: *“Frodo tiro que tiene un drive con todas las nudes de sus ex por “si se mandan algún moco. Falleció la frodoneta”*, junto a un video donde Agustín Guardis conversa con otros tres participantes hombres de Gran Hermano, y en que confiesa lo que hacía con las fotos privadas que le enviaban sus exes.
- *“La frodoneta hace 2 semanas / la frodoneta hoy”* escribió @matzorama adjuntando dos fotos de una camioneta, en la primera estando en perfectas condiciones, y en la otra destrozada, haciendo referencia a la situación desfavorable de la frodoneta luego de la cancelación de Guardis.
- @AgustínDomingos redactó un tweet similar el 4 de diciembre a las 23:07hs que decía *“El colectivo de la frodoneta:”* junto a una foto de un colectivo escolar también destrozado.
- *“Oficialmente me bajo de la frodoneta. Qué decepcionante resultó ser Agustín. Ya no es Frodo. Ahora es Ramsay Bolton. Psicópata.”* twiteó @gerescobm y lo acompañó con una foto de Agustín tachado y una foto del personaje de Game of Thrones que nombra, conocido por ser cruel y salvaje.

Ésta continúa siendo una subfase ya que el salto de una plataforma a otra sucede dentro del mismo tipo de medio, las redes sociales. Más allá de esta aclaración, cabe precisar que sí existe a partir de esta subfase un cambio en la circulación: el caso se torna mixto, con características propias de una circulación transversal<sup>4</sup>.

En la mediatización de un discurso, en este caso el comunicado que provoca la cancelación de Agustín Guardis en Gran Hermano, que se transmitió por el medio digital Pluto TV, se produce una circulación vertical descendente del medio masivo a una red social. Luego, dentro de la misma plataforma de Twitter (X), o incluso en relación con otras redes sociales, vemos una circulación horizontal. Finalmente volvemos a tener una transmisión vertical, en este caso, ascendente.

La circulación transversal implica que, a causa de los medios, durante la mediatización de un discurso, se transforma la relación entre los actores y las instituciones, y podemos ver una circulación de adentro hacia afuera o viceversa. En esta subfase empieza esta circulación transversal, que comienza de adentro hacia afuera, de una institución que es Gran Hermano, hacia un colectivo (un conjunto de actores internautas) que apoyaba a una persona pública y, por lo tanto, a la institución a la que pertenecía este, pero a partir de un hecho hipermediatizado modifica su relación.

Esta subfase tiene tanto una parte risible como también una denuncia social al hecho ocurrido. Las redes sociales se llenaron de memes sobre este acontecimiento y los usaron como un recurso para hostigar a la recientemente cancelada figura pública Agustín Guardis. La mayoría de las imágenes que la gente compartía en Instagram y Twitter eran de Frodo con la cara tachada, él sobre un colectivo hundiéndose o lo comparaban con villanos. Los internautas mostraron su descontento a través de esas publicaciones humorísticas.

#### 4) Subfase 3: “Polémicas declaraciones” (4 de diciembre 2022)

La opinión pública del “león de Gran Hermano” dio un giro de 180 grados. La cancelación de Agustín se volvió una noticia muy popular debido al alto rating que el programa tenía, y terminó siendo difundida por diarios digitales como La Nación, Los Andes, Perfil, TN e Infobae, entre otros. Estos medios mostraron las capturas de los tuits de los usuarios que repudiaban a Frodo y demostraban su descontento por sus declaraciones. Esto aumentó la

---

<sup>4</sup> 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.

distribución de tal acontecimiento, informando a los lectores que la “frodoneta” se estaba viniendo abajo.

##### 5) Fase 2: ¿Verdad o Mentira? (5 y 7 de diciembre de 2022)

La noticia de la cancelación del participante de Gran Hermano alcanzó los medios masivos, siendo transmitida por América TV en la emisión del lunes 5 del programa de espectáculos “Los Ángeles de la Mañana”, mejor conocido como “LAM”, conducido por Yanina Latorre (ese día reemplazó a Ángel de Brito, habitual conductor).

Esta nueva plataforma sumó a los televidentes como nuevos haters indignados de Frodo. Vía YouTube se expresaron distintos usuarios: @fkingtysn4658 comentó: *“El más fantasma de la historia de los GH”*; @gracielamodena3887 publicó: *“Este chico está muy enfermo”*; @michaelnicoletto1185 destacó: *“Inmerso en un delirio místico este pibe”*; y @Andre-bi3xw exclamó: *“Y si esta con un problema psicológico que lo evalúen y lo saquen para resguardarlo a él y a Julieta y demás chicas, es extorsionar, huele ropa interior de compañeras, etc etc etc, es un tanto pervertido.”*.

En el programa se explicó el contexto, se debatió la gravedad de lo dicho con los panelistas y se compartió el disgusto que toda la situación les generaba.

Aquí se produce un reconocimiento en descendente propio del sistema de medios, es decir, el relevamiento por parte de un medio masivo de un suceso ocurrido en los medios masivos digitales, provocando que nuevos espectadores o internautas se percaten del hecho, a la vez que se producen nuevos discursos acerca del tema en cuestión.

El miércoles 7 de diciembre, Daiana, la ex-novia de Frodo, salió a defenderlo en el programa de televisión “A la Barbarossa”, transmitido por Telefe y conducido por la actriz Georgina Barbarossa. Declaró que lo que el jugador había dicho era mentira y que ese supuesto Drive con fotos no existía: *“[...]quizás él lo hizo por miedo a que cuando salga pase al revés, que alguien que tenga fotos suyas y lo exponga. Yo lo sentí así”*. Fue un discurso de género protector: un intento de limpiar su nombre y devolver el apoyo de los usuarios que su exnovio perdió, pero los continuos comentarios de odio por parte de la audiencia demostraron el descontento que sentían por esta declaración, manifestaban que él mismo había confirmado la existencia de ese Drive y no había una razón para que él mienta sobre eso.

A raíz de la aparición en los medios de la exnovia de Frodo, y considerándola como una integrante de la familia Guardis, podemos indicar aquí que mientras el discurso continúa circulando vertical y horizontalmente, la circulación transversal adquiere una dirección de afuera hacia dentro: una institución, la familia de Frodo, promueve una acción hacia el discurso,

transformando la relación entre los actores (Agustín Guardis), las instituciones (Familia) y los medios (TV).

#### 6) Subfase 4: “De abusado a abusador” (8 de diciembre 2022)

En la emisión del martes 8 de diciembre de Gran Hermano, su conductor Santiago del Moro comentó sobre la cancelación de Frodo y dijo que “pasó de ser el abusado al abusador”. Minutos después se dio cuenta de la gravedad de tal declaración a lo que pidió disculpas y que por favor no malinterpreten lo que dijo.

Quiso resumir la situación que estaba pasando en una frase pero terminó yendo al extremo, aunque al final mucha gente estuvo de acuerdo con su comentario ya que veían a Agustín como un abusador, machista y violento. Por ejemplo:

- @Gonzalo\_\_Lms tuiteó: “*Agustín cuando vea que del Moro dijo “pasó de ser el abusado al abusador” #GranHermano*”, acompañando el tuit con una imagen de un sketch del programa de humor Peligro Sin Codificar, donde el conductor de un auto le dice al agente del control de alcoholemia “No me quemés”, aludiendo a quién le hace compañía en el vehículo, con esta leyenda escrita en la imagen.
- @girlweeb publicó: “DEL MORO DIJO QUE AGUSTIN PASÓ DE SER EL ABUSADO A SER EL ABUSADOR JSKAKAJSJ EL LUNES EN EL DEBATE VA A SER ASÍ”, junto a una imagen de la película Joker, donde el personaje principal apunta con un arma a un conductor de televisión.

La circulación transversal continúa y se complejiza, cobrando una nueva dirección: de adentro hacia afuera. Esto es debido a que el principal vocero del programa Gran Hermano se hace eco de lo ocurrido dentro y fuera de la casa, tanto acerca del accionar del participante como también del revuelo en las redes sociales y la cancelación de Frodo. Telefe, institución de origen, en conjunto con la producción del reality show, con del Moro como portavoz, tuvieron que tomar cartas en el asunto en pos de no incrementar la crítica negativa recibida y una potencial complicación legal, lo que transformó la relación entre el actor y la institución.

Aquí, además, culmina un efecto boomerang, es decir, un discurso que va de “adentro” hacia “afuera”, hacia “arriba” y hacia “adentro”. Entonces, el discurso sobre el drive de fotos sale de un miembro de la institución Gran Hermano, Frodo, hacia la audiencia (“adentro”) y es capturado y difundido en las redes sociales mediáticas, donde fue comentado e interactuado a través de tuits, posteos y memes por multiplicidad de internautas, además de ser recopilado y publicado como noticia en diversos medios masivos con base en Internet (“afuera”). Luego,



ocurre un salto hipermediático donde los medios masivos se hacen eco de lo expuesto en las redes sociales mediáticas y comienzan a discutir el tema, cobrando así otro vuelo mediático (“arriba”). Finalmente, la cuestión regresa a la institución Gran Hermano, donde esta vez es su conductor, Santiago del Moro, el que tiene que salir a aclarar la situación y dar la cara, buscando atenuar las potenciales consecuencias contra ellos y defendiendo la posición de la institución que representa (“adentro”).

### 7) Fase 3: “Defendiendo su honor” (9 de diciembre 2022)

A raíz de los comentarios de del Moro y de la cantidad de *hate* que recibió el ex participante de Gran Hermano, su familia salió a defenderlo. Escribieron a través de una *story* de Instagram que tal declaración no podía ser transmitida por la televisión y que nada implicaba que Agustín fuera un abusador, ya que había falta de pruebas. Dentro de lo dicho expresaron: “Expresamos nuestro repudio hacia dichos vertidos por el Sr. Santiago del Moro, que en la emisión pasada sostuvo que Agustín ‘pasó de ser abusado a ser abusador’. Es decir que nuestro hijo en primera instancia fue abusado dentro de la casa de Gran Hermano y desde la producción del programa no adoptaron temperamento alguno para analizar la situación y el participante que supuestamente abusó de él. Por lo dicho solicitamos que el Sr. Santiago del Moro se retracte públicamente de las acusaciones hacia Agustín y en adelante la producción del programa y/o panelista, eviten comentarios que lesionen directa o indirectamente su honor, de lo contrario se iniciaran las acciones legales correspondientes”.

La familia se encontraba emocionalmente afectada por las críticas y buscaban una declaración de disculpas por parte de los panelistas del programa. Esto generó reacciones dentro del público de Gran Hermano en Twitter, con algunos defendiendo a Agustín luego de los comentarios de Santiago Del Moro, y otros pidiendo su salida. Por ejemplo:

- @nachomivodka posteo el 10 de diciembre a la 01:04 hs: “La familia de Agustín metió ese comunicado para que la producción arrugue y no lo elimine. EXPLOTEMOS LAS LÍNEAS Y NO LES DEJEMOS OTRA OPCIÓN. AGUSTÍN AL 9009 #GranHermano #GH2022” El Agustín al 9009 hace referencia a los mensajes que se debían mandar para votar a favor de su expulsión de la casa.
- @CoraznBlue2 se expresó el 10 de diciembre a las 19:00 hs a favor de Agustín: “Fuerza a Agustín a su Familia y amigos lo q les están haciendo es horrible. Romina al 9009”. Los posteos en favor de Agustín en esta instancia tienen menos interacciones, en este caso ocho retweets y diecinueve me gusta.

Aquí continua la circulación transversal, ya que la familia de Agustín, o sea el actor en cuestión, se dirige hacia la institución Gran Hermano y su principal vocero, modificando la comunicación y relación entre estos dos.

8) Fase 4: “Me equivoqué y pagué, pero... ¿me dejan volver?” (12 y 13 de diciembre 2022)

El lunes 12 de diciembre, Agustín Guardis se sometió a un tradicional mano a mano con Santiago del Moro en el programa siguiente al de su salida de Gran Hermano, por la pantalla de Telefe. Frodo abandonó la casa con un 76% de los votos en la emisión del domingo 11. El exjugador pidió disculpas por crear esa “mentira”, el hecho de tener un Drive con fotos íntimas, expresando que fue un comentario desafortunado y que utilizó lo que dijo como una herramienta en el juego ya que su objetivo era salir de la casa. Su justificación pretendía aclarar el malentendido y reducir el repudio que generó, pero muchas personas siguieron desconfiando de él.

Por último, en la emisión del programa LAM del martes 13 de diciembre, transmitido por América TV, Agustín dio su última declaración por televisión sobre lo sucedido. Frodo se mostró arrepentido y pidió que no lo condenen por la “mentira” que dijo. Buscó recuperar la confianza de la gente para que pueda volver a entrar a la casa de Gran Hermano y seguir realizando jugadas entretenidas. Fue un argumento en formato de disculpa y promesa de que iba a cambiar y no volvería a decepcionar a sus fans, pero que no acabó funcionando ya que no regresó a la casa.

***Nivel de observación micro***

Fase 1. #Frodoneta (03/11/2022-06/11/2022): El caso analizado ya comienza con Agustín como un enunciador con importancia dentro de los medios masivos y digitales, ya que llevaba más de dos semanas (desde el 17/10/2022) en el programa con más rating de la televisión argentina. Podemos decir que ya era un personaje mediatizado. El cambio en el estatuto del enunciador ya estaba dado (no era un enunciador amateur). Lo que sí cambia ahora es la fragmentación de un público en colectivo, dentro de las redes sociales mediáticas (especialmente Twitter-X), que deviene en productor, sobre todo de contenidos risibles, con un fuerte apoyo a Agustín. El colectivo fue agrupado bajo el nombre Frodoneta, haciendo referencia al célebre término *Scaloneta* y al parecido del participante con el personaje Frodo, de El Señor de los Anillos. En el colectivo participaron individuos amateurs, individuos profesionales (Duki, Bizarrap, Agüero, Emilia Mernes) e instituciones. Consideramos que el contenido risible es de tono humorístico (según la distinción entre el humor y lo cómico de

Fratlicelli)<sup>5</sup> porque Agustín, a través de sus acciones y dichos en el programa, se prestaba a la generación de memes, que lo ayudaban a ganar popularidad. Es un “reírse con” más que “reírse de”.

Subfase 1. “Si se mandan un moco...” (04/12/2022): Dentro de las transmisiones 24/7 de la plataforma Pluto TV, Agustín menciona un Drive donde guardaba fotos de desnudos que recibía de mujeres. Esta conversación entre participantes hombres transcurrió en la madrugada, y giraba en torno a “nudes”, es decir, fotos íntimas. Frodo menciona las fotos guardadas en su Drive con un tono prepotente, orgulloso, sobrador y sin pudor.

Subfase 2. “Me bajo de la #Frodoneta” (03/12/2022-05/12/2022): Lo importante de esta subfase es el cambio en la enunciación del colectivo. En un principio, al enterarse del discurso de la subfase 1, la enunciación del colectivo se torna seria, abandonando el contenido risible. Luego se vuelve a la producción risible, solo que esta vez desde el lado cómico, burlándose de él y su “caída”. Como dijimos anteriormente, la producción de memes se transforma en una forma de hostigamiento a Agustín. En este momento se usa el “reírse de”. El colectivo se segmenta, con actores antes presentes que dejan de formar parte de la producción de contenido, ya sea a favor o en contra. Sobre todo los individuos profesionales o instituciones que antes formaron parte. Ante la imagen negativa de Agustín decidieron guardar silencio.

Subfase 3. “Polémicas declaraciones” (04/12/2022): Aquí es donde aparece un nuevo actor en juego, fuera de Agustín y el colectivo ahora segmentado. Estamos hablando de los medios con base en internet, como La Nación, Infobae o TN. Las notas publicadas mostraban los tuits (X) en contra de la Frodoneta, acompañando y propagando la visión negativa sobre el personaje.

Fase 2. “¿Verdad o Mentira?” (05/12/2022-07/12/2022): Se da un primer salto hipermediático dentro del caso analizado. Hay una variación ascendente, de las redes sociales mediáticas y los medios con base en internet a los medios masivos. Al colectivo originado en redes sociales, que ahora tenía una imagen negativa sobre él (como se podrá ver más adelante en el nivel espacial), se le suman los televidentes de LAM, algunos ajenos a las redes. La enunciación en este caso abandona lo risible (cómico) para volver a lo serio que caracterizó el

---

<sup>5</sup> Fraticelli, Damián (2021). “Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste)”, en La Trama de la Comunicación. Volumen 25 N°2, Páginas 115-129. Disponible en: <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/779>

primer momento de la cancelación. Dos días más tarde, aparece la ex novia de Agustín, un individuo amateur, que representa el primer enunciador que busca construir una imagen positiva de él después de su cancelación. Resulta interesante que una mujer saliese a defender o intentar justificar este tipo de comentarios y/o conductas que se caracterizan por ser violentas hacia ese género.

*Subfase 4. “De abusado a abusador” (08/12/2022):* Se aumenta la enunciación en contra de Agustín, en este caso con Santiago Del Moro dentro de medios masivos. Como la enunciación anterior, esta carece de contenido risible y está ligada a lo serio, un factor común dentro de medios masivos. A pesar de lo desafortunado del comentario, individuos amateurs lo defendieron. Esto se debe a la imagen negativa que se construyó alrededor de Agustín en las fases y subfases anteriores. Finalmente Del Moro, ahora como institución ya que es portavoz de Telefe, pide disculpas por el comentario.

*Fase 3. “Defendiendo su honor” (09/12/2022):* Aparece una nueva institución, esta vez dentro de las redes sociales, como lo es la familia de Agustín. Hay un cambio en la escala del sentido ya que un enunciado de los medios masivos (Del Moro) es tomado por la familia dentro de las redes sociales mediáticas (en este caso Instagram, que no había tenido tanto protagonismo hasta el momento). La enunciación es a favor de Agustín, manteniendo lo serio sobre lo risible.

*Fase 4. “Me equivoqué y pagué, pero... ¿me dejan volver?” (12/12/2022-13/12/2022):* Luego de su salida de la casa, Agustín aparece en medios masivos para una entrevista con Del Moro. Lo que hasta este momento había sido casi siempre el objeto del enunciado (Agustín, con la excepción de la subfase 1), se presenta ahora como enunciador, lógicamente a favor de su imagen. Se presentó arrepentido y apenado por la situación que generó. En su discurso se dirigió a sus fans, rogándoles que no lo abandonen y que continúen apoyándolo, prometiéndoles más estrategias y más juegos.

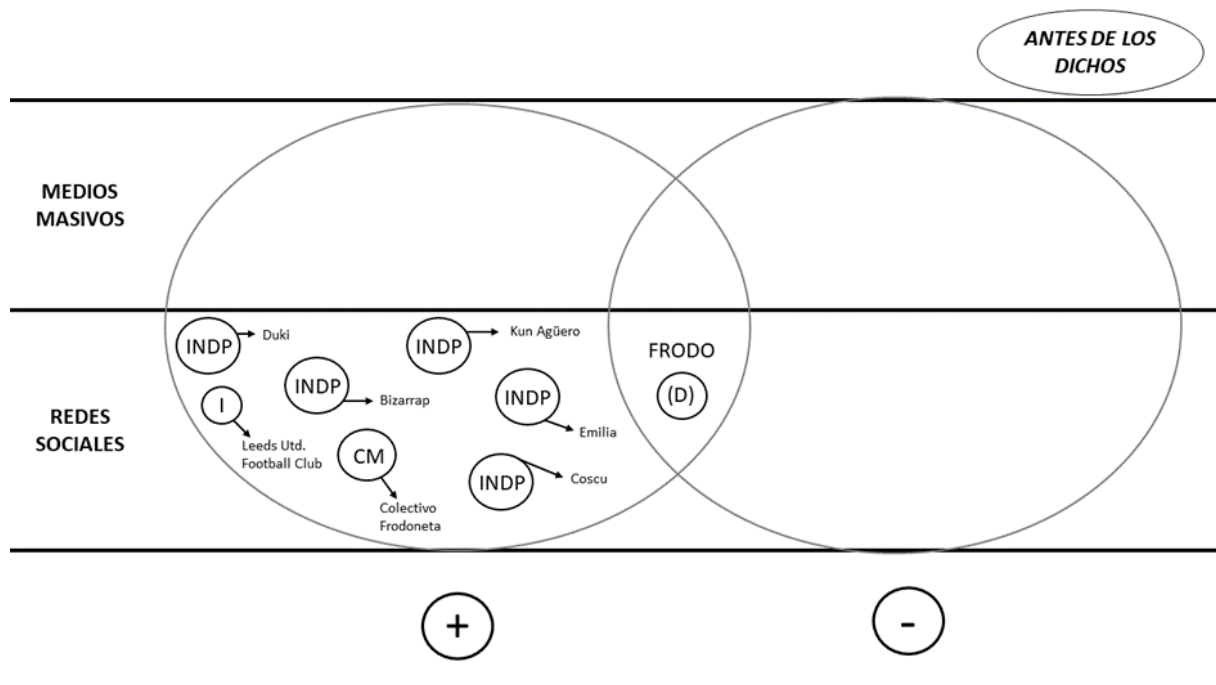
### ***Nivel de Observación Espacial***

En este apartado, se analizará los cambios en la valoración que hubo en el movimiento/colectivo de la #frodoneta, antes y después de la cancelación pública de Agustín Guardis, mejor conocido como “Frodo”<sup>6</sup>.

#### ***Gráfico 1:***

---

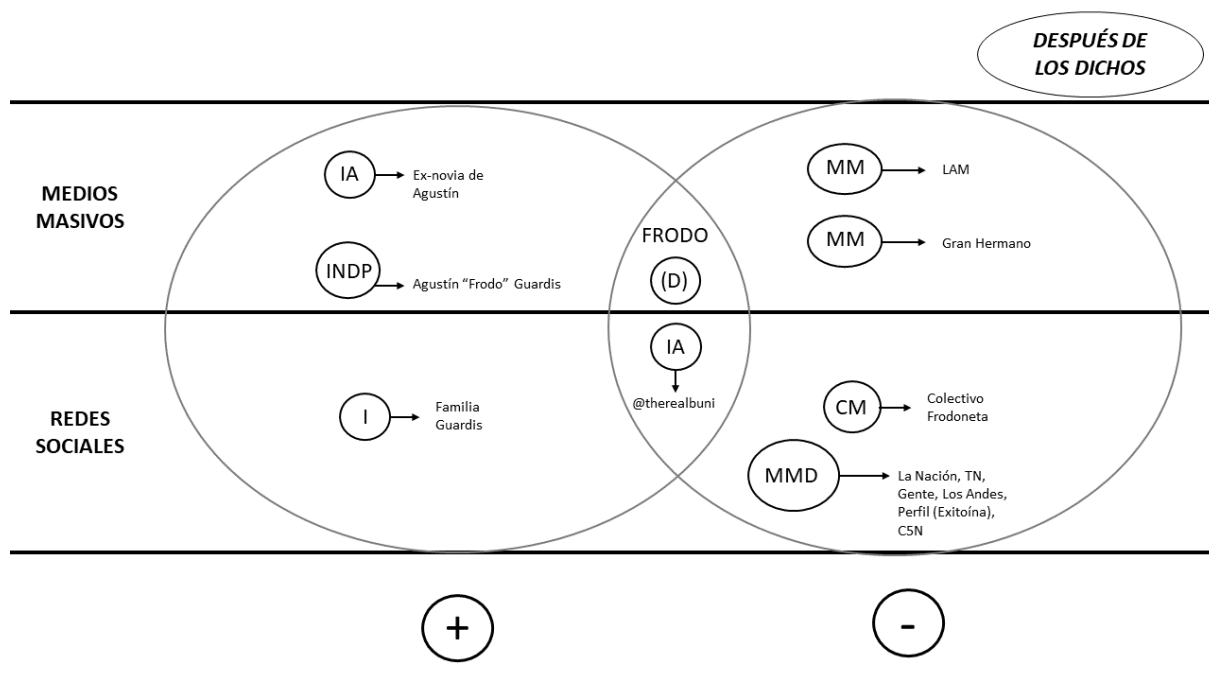
<sup>6</sup> Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. & Rovner, R. (2017). Documento Teórico Metodológico (TP. DOC) [Archivo PDF]. <https://semioticaeredes-carlon.com/wp-content/uploads/2016/03/TP-DOC-2017-CATEDRACARLON-UBA.pdf>



Antes de la cancelación del participante de Gran Hermano (ver *Gráfico 1*), no hubo casi medios masivos ni digitales que se proclamasen en contra de “Frodo”. Principalmente, encontramos mensajes positivos desde Enunciadores Individuales Profesionales tales como Duki, Sergio “Kun” Agüero, Emilia, Coscu y Bizarrap, que utilizaron sus redes para demostrar su apoyo hacia “Frodo” a través del Hashtag #Frodoneta y el dicho “subirse a la #Frodoneta”. Además de los Individuos Profesionales, también hubo un gran apoyo por parte del colectivo mediático #Frodoneta, en el cual Individuos Amateurs (internautas) publican desde sus propias cuentas el hashtag #Frodoneta alentando a su participante favorito del programa. También un comentario de tinte positivo por parte de una Institución, el Club de fútbol inglés Leeds United Association Football Club, lo que da una pauta de la de masividad y trascendencia del fenómeno Gran Hermano y de, por supuesto, la Frodoneta.

Por ejemplo: *Coscu* “Mensaje de duko: -Peda -Subite a la Frodoneta” donde menciona a Duki haciendo alusión que él también se subió a la Frodoneta; *Bizarrap* “Subite a la Frodoneta”; *Emilia Mernes* “dale Frodoooooooooo”; *Sergio “Kün” Agüero* “Ese Frodo, ese es mi ídolo”, sostuvo en un stream. Desde la cuenta oficial de Twitter (X) del equipo de fútbol inglés *Leeds United*, se posteo “¡¡Todos subidos a la Frodoneta!! Así se festeja”, acompañado del hashtag #GranHermano22.

Gráfico 2:



El gráfico siguiente (ver *Gráfico 2*) muestra el movimiento alrededor de la #Frodoneta, luego de su cancelación. Después de que se viralice el clip de Agustín Guardis exponiendo que en su carpeta de Drive guardaba fotos íntimas de otras personas, el panorama de admiración de parte de su comunidad de seguidores cambió.

Por un lado, tenemos a las redes sociales, donde se valora al participante principalmente de forma negativa, ya que la denuncia de la carpeta de Drive surge a partir de un tuit de un Individuo Amateur (internauta) vía Twitter con el usuario @therealbuni. En seguida el Colectivo Mediático que apoyaba a la #Frodoneta se posiciona en contra de Agustín Guardis. Por ejemplo: *“Oficialmente me bajo de la frodoneta. Qué decepcionante resultó ser Agustín. Ya no es Frodo. Ahora es Ramsay Bolton. Psicópata.”* twiteó @gerescobm y lo acompañó con una foto de Agustín tachado y una foto del personaje de Game of Thrones que nombra, conocido por ser cruel y salvaje; *“OFICIALMENTE ME BAJO DE LA FRODONETA. El hombre tácticas terminó siendo un pajero de mrd. AGUSTIN AL 9009 #GH #GH2022”*, twiteó @ezzetaborda; *“AMIGO, q enfermito lo que dijo Agustín sobre los nudes guardados, el chabón está re loco, me bajo de la frodoneta y me arrepiento d bancar un chabón así.”*, twiteó también una usuaria, @tiaragmnezz\_; éstos son algunos ejemplos del cambio de postura de algunos miembros del Colectivo Frodoneta.

Encontramos luego a los Medios Masivos que se oponen al discurso y poseen una valoración negativa. Aquí tenemos a el canal de televisión L.A.M, e incluso también el mismo programa a donde pertenece el clip, Gran Hermano de TELEFE, que aparecen mediante una declaración de su conductor Santiago del Moro, donde se posicionan en contra de Agustín Guardis y lo

denuncian públicamente a través de sus canales. También se suman los Medios Masivos Digitales, tales como Perfil, C5N, TN, Gente, Los Andes, La Nación, entre otros, que difunden la cancelación a través de sus redes.

Por otro lado, vemos que la cancelación hacia “Frodo” no sólo tuvo una valoración negativa, sino que también hubo individuos que salieron a defenderlo o hablar a favor de él. Posicionamos a la exnovia de Agustín como Individuo Amateur a favor del participante, ya que aparece públicamente hablando y justificándolo en el programa de televisión “*A la Barbarossa*”, en la emisión del miércoles 7 de diciembre de 2022 por Telefe. En él, sostiene que “[...]quizás él lo hizo por miedo a que cuando salga pase al revés, que alguien que tenga fotos suyas y lo exponga. Yo lo sentí así”.

También encontramos a la Familia de Agustín Guardis, una institución, los cuales usan sus propias redes para defenderlo frente a todos sus seguidores. “Negamos que Agustín haya cometido algún tipo de abuso, dentro y fuera del juego (...)”, exclama una de las partes del comunicado expuesto vía la red social Instagram, días después de los dichos.

Por último, posicionamos al mismo Agustín Guardis como Individuo Profesional, ya que sale a defenderse a sí mismo en un canal de televisión, Telefe, en la emisión posterior a su salida del programa Gran Hermano, en un mano a mano con el conductor del ciclo Santiago del Moro. “(...) No es algo lindo, un comentario totalmente desafortunado. Yo utilicé esa herramienta en el juego, pero fue una herramienta equívoca (...) Es mentira, no existe. Lo único que tengo en mi drive son papers, proyectos de investigación inconclusos, letras de canciones que nunca voy a publicar...”

### ***Conclusiones***

Durante el análisis de este caso llegamos a varias conclusiones. Por un lado se evidencia la importancia y trascendencia social y cultural que tienen los diferentes medios hoy en día. Lo más característico de este caso es el fenómeno de las redes sociales, el poder y control que tienen, como en poco tiempo transformaron a Agustín Guardis, y por lo tanto a la Frodoneta, en una tendencia, y con la misma rapidez lo sepultaron. Nosotros como generación estamos atravesados por la cultura de la cancelación, esto es cómo a partir de diferentes hechos que son mal vistos socialmente, una persona pública es condenada en las redes sociales con mucha rapidez. En estos casos igualmente se genera un debate entre diferentes opiniones a partir de lo sucedido, y esto tiene muchas consecuencias para la persona mediática cancelada, como la pérdida de empleo, la degradación de su reputación pública, la pérdida de amistades y familiares, y un impacto negativo en su salud mental.

Aunque el principal factor es la participación de Guardis en Gran Hermano, sin la intervención de las redes sociales, este caso no hubiera sido tan relevante. Los medios contemporáneos demuestran su superficialidad, por ejemplo en el hecho de que hoy en día los ciclos de vida de muchos colectivos son más cortos, ya que para los actores que lo conforman, al hacerlo a partir de un usuario, es más fácil tanto unirse, como separarse.<sup>7</sup>

Este caso no se trata de una cancelación por un caso aislado, sino que lo sucedido interpela a un colectivo muy activo e importante, el del feminismo. Lo sucedido se trata de un caso de abuso e incluso podría haber llegado a tener problemas legales. La difusión de fotos sin el consentimiento de la persona es un problema grave y que se suma a los millones de casos que existen de la violencia digital, y también hacia la mujer.

Lo que consideramos como otra novedad de nuestros tiempos, así como lo es el rápido ascenso y caída de figuras mediáticas posibilitado por las redes sociales, es la brecha cada vez menor que existe entre un acontecimiento “serio”, o que toca temas sensibles, y su devenir en producciones risibles. Creemos que antes de las redes sociales el tiempo que se dejaba pasar para que el contenido risible sea aceptado, era mayor que el de ahora.

---

<sup>7</sup> Verón, Eliseo (2013). “*Ciclos de vida*”, en *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Gedisa.