

# INFORME FINAL DEL TRABAJO PRÁCTICO

## “NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DISCURSIVA”

**¡AGUANTE TAIEERES, AGUANTE TAIEERES!**



---

( Fuente: producción propia)

### **Integrantes:**

**Laura Lird, Sofia Caminos, Sol Medina, Ramiro Gómez,  
Ezequiel Ayala, Candela Álvarez Luján, Tatiana Mazzocchi.**

**Comisión 22- Josefina De Mattei**

**Semiótica de Redes- Carlón**

**2024**

## Introducción

Que en la Argentina existe un gran fanatismo por el fútbol que se manifiesta no solo dentro de la cancha, sino también fuera de ellas no es novedad. Cada fin de semana las distintas hinchadas ofrecen un espectáculo lleno de colores, cantos y alegría para alentar a su equipo.

En el presente proyecto de investigación hemos seleccionado para nuestro análisis el caso “**Aguante taaiieres**” que no solo demuestra la pasión con la que se vive y se siente el fútbol en nuestro país, sino que también pone en evidencia las nuevas formas de circulación del discurso que caracteriza a la sociedad contemporánea hipermediatizada en la que estamos insertos y que se sustenta en la digitalización, la convergencia mediática y su constante interacción.

A lo largo del trabajo podemos observar que existen vínculos permanentes en la producción discursiva entre los medios masivos, las redes sociales y el underground, por este motivo elegimos un caso de circulación contemporánea, que en un corto lapso de tiempo logró atravesar los tres sistemas de medios antes aludidos.

## Nivel de observación diacrónico

El caso objeto de nuestro análisis tiene como protagonista a Francisco Velardes, un nene de siete años hincha del club Talleres de Córdoba, cuyo video se propagó luego de haber salido unos breves segundos en el programa *Paso a Paso* que se emite por el canal TyC Sports.

Unos días antes del clásico de Talleres y Belgrano de Córdoba, los hinchas de ambos equipos de fútbol organizaron un banderazo, durante la cobertura del evento el programa *Paso a Paso* realizó distintas entrevistas a los hinchas de cada equipo, que estaban participando de la previa del clásico. En un momento aparece Fran donde arenga “**¡Nunca ganan! ¡Nosotros sí ganamos el sábado! ¡Aguante taaiieres!**”, esta fue recortada y compartida por el canal TyC Sports a través de sus redes sociales (X y TikTok) e inmediatamente el video con el grito de Fran comenzó a circular a gran velocidad.

El trabajo de investigación intentará demostrar los cambios de sentido que se produjeron en la circulación del discurso. El caso elegido tiene su origen en los medios de comunicación tradicional, sin embargo, en un breve periodo de tiempo el fragmento del video

comenzó a circular por distintas redes sociales basadas en internet y en redes telefónicas (X, Tik Tok, Instagram, YouTube, WhatsApp), es decir que atravesó los tres sistemas de medios característicos de la sociedad hipermediatizada definida por Carlón, produciendo un cambio en la escala de la mediatización y complejizando la comunicación.

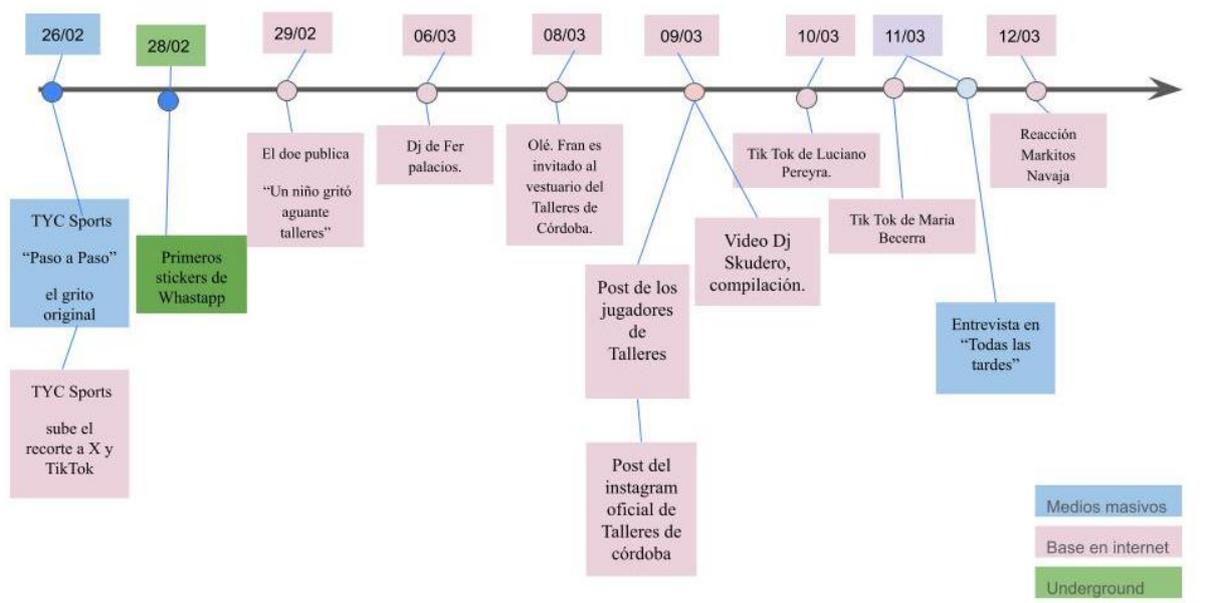
La repercusión generada en redes sociales luego del grito desaforado provocó que los directivos de la institución cordobesa invitaran a Fran a visitar el club para conocer a los jugadores que integran el plantel de la T. Francisco generó un verdadero fenómeno social, su video fue compartido por miles de usuarios en las redes sociales, varios artistas y deportistas replicaron el grito de “**Aguante taieeres!**” y también fue invitado a distintos programas de televisión donde lo entrevistaron como si fuera una celebridad. Luego de ver a Fran en algunas entrevistas muy desgastado y con ojeras, algunos usuarios de las redes sociales comenzaron a manifestar preocupación por la salud del menor y la sobreexposición que se estaba haciendo del nene de siete años, aunque el recorrido de Fran pareciera no tener fin nuestra investigación llegará hasta el momento en el que el grito se convirtió en marca.

El trabajo de investigación consta de ocho fases y siete subfases que saltan desde los medios de comunicación tradicionales hacia las redes sociales que tiene como base internet y el underground.

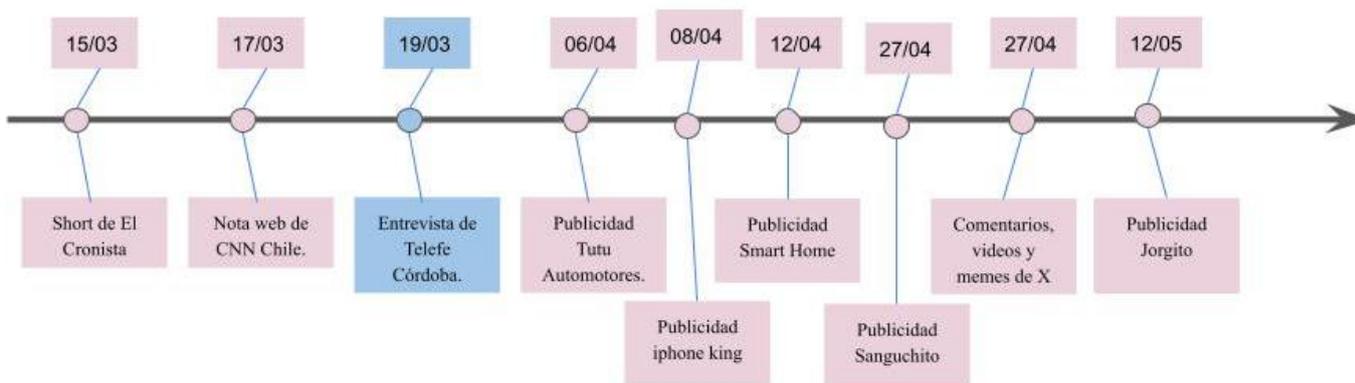
*Video del corpus:*

[https://www.canva.com/design/DAGEaewoXVE/Av1thZM\\_ZpWJicbvnel3dg/edit?utm\\_content=DAGEaewoXVE&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGEaewoXVE/Av1thZM_ZpWJicbvnel3dg/edit?utm_content=DAGEaewoXVE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

**Línea de tiempo de la circulación del discurso**

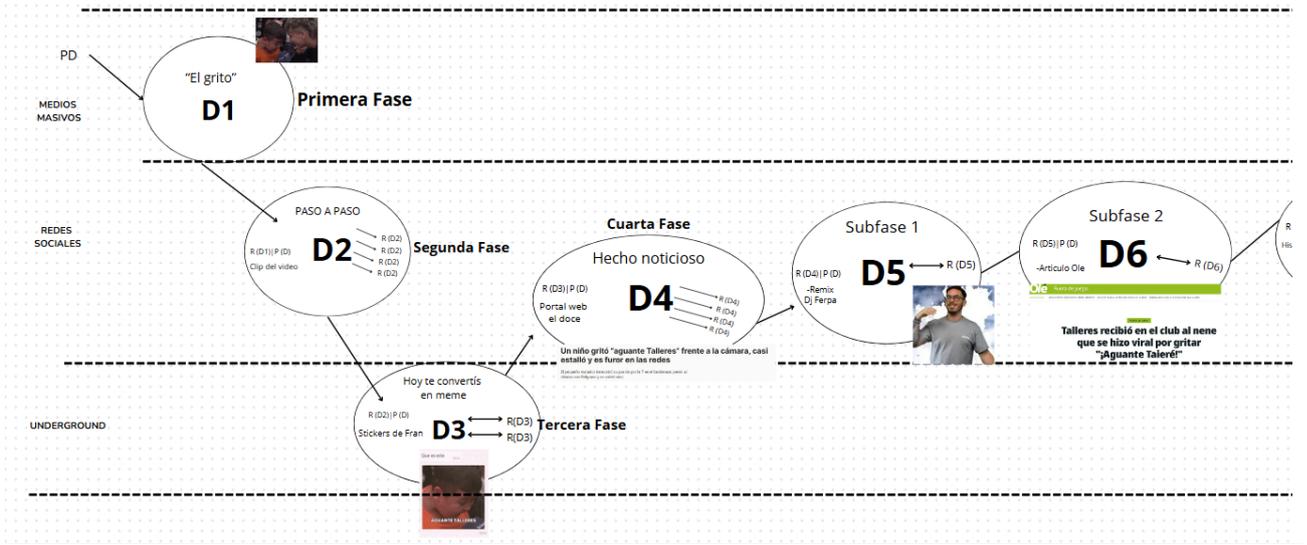


**(Imagen 1)**

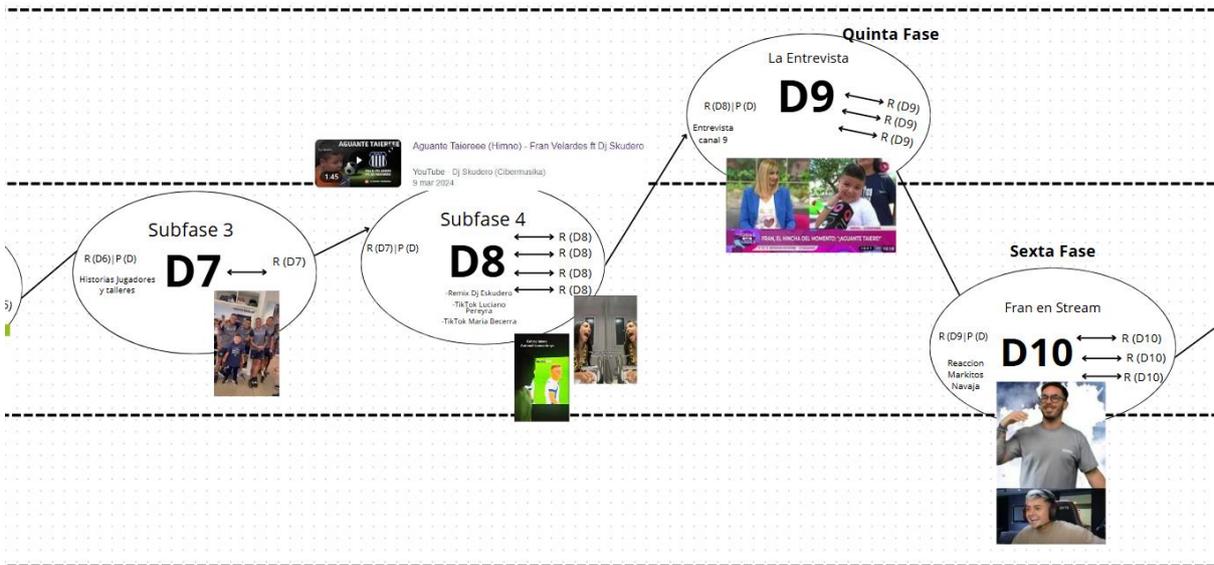


**(Imagen 2)**

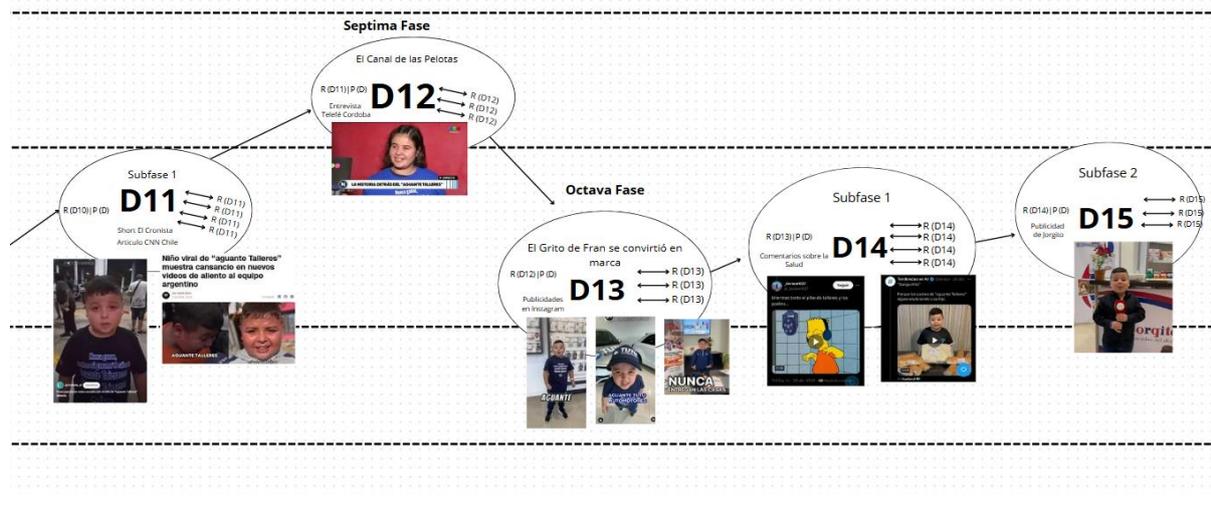
**Gráfico de circulación**



(Gráfico de circulación: Imagen 3)



(Gráfico de circulación: Imagen 4)



(Gráfico de circulación: Imagen 5)

### Primera fase: "El grito"

El caso tiene su origen en los medios masivos de comunicación, surge en el programa de televisión *Paso a paso* que se emite en el canal TyC Sports (D1). El domingo 26 de febrero de 2024 el programa puso al aire distintas entrevistas realizadas en el banderazo organizado por los hinchas en la previa del clásico entre Talleres y Belgrano de Córdoba.

Durante la cobertura de dicho evento pudimos ver y escuchar las arengas y las chicanas que se propinaron los hinchas de ambos equipos y antes de finalizar el informe aparece de manera breve Francisco Velardes con su grito **"Nunca ganan"**. **"Nosotros sí ganamos el sábado. ¡Aguante taieeres, aguante taieeres!"**<sup>1</sup>

Las condiciones de producción que podemos reconocer de la primera fase son las distintas entrevistas hechas por programas de periodismo deportivo en la previa de los partidos, como por ejemplo: hace cuatro años un periodista deportivo hace una entrevista a un niño hincha de Boca donde grita "Aguante River" equivocándose y corrigiendo a los minutos "Aguante Boca", mientras el notero se ríe por la confusión<sup>2</sup>. Otra condición de producción es el video del nene que, también en TyC Sports, grita "Rifamos la consola y no tenemos ni entrada... ¡Pero esto es

<sup>1</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=Sx0rGDpODKM&ab\\_channel=Tomas1905](https://www.youtube.com/watch?v=Sx0rGDpODKM&ab_channel=Tomas1905)

<sup>2</sup> <https://youtu.be/B9wcn-kIMAQ?si=nxI7ibxFcEF9i-j>

Boca loco!”<sup>3</sup>, discurso que también fue muy propagado. Estos discursos circulan por los Medios Masivos de comunicación, por este motivo la circulación de nuestro discurso objeto es en principio de carácter descendente, de “arriba hacia abajo”.

Lo novedoso surge a partir de las siguientes fases y diez subfases donde se produce un cambio de escala en la mediatización.

### **Segunda fase: “Paso a Paso”**

Luego de la emisión del programa *Paso a Paso*, como consecuencia de la convergencia digital, es el mismo canal TyC Sports quien el 26 de febrero de 2024, comparte en sus redes sociales (X y Tik Tok) el video con el fragmento<sup>4</sup> de “el grito” de Fran (D2), **“Nunca ganan. Nosotros sí ganamos el sábado. ¡Aguante talleres, aguante talleres!”**. A partir de ese momento se produce un cambio en la circulación discursiva, el discurso desciende de los medios masivos a los medios con base en internet, para luego ser apropiado por parte de los usuarios de esas redes sociales convirtiendo el grito de Fran en meme.

El video de Tik Tok compartido por el canal TyC Sports generó 16.4 K de comentarios, entre ellos podemos destacar el de @Luis Rubra “Aguante talleres vs Esto es boca”. Este fue subido al canal de YouTube de TyC Sport obtuvo 62 K de “me gusta” y un millón quinientas mil visualizaciones.

### **Tercera fase: “Hoy te convertís en meme”**

El primer sticker (D3) que encontramos es del 28 de febrero, se trata de un recorte del video con la imagen de Fran con el cuello inclinado hacia abajo y la boca abierta que muestra la parte más efusiva del grito.

El video con el grito de Fran continúa su marcha, luego de propagarse en las redes sociales con una circulación descendente comenzaron a aparecer los primeros stickers y memes en el underground, es decir en conversaciones privadas de WhatsApp. En la actualidad existen distintas aplicaciones para crear stickers<sup>5</sup>. Por eso es habitual que sean los propios usuarios

<sup>3</sup> <https://youtube.com/shorts/HyPUGUkc-xY?si=1BAZ59fF4JDdv3xI>

<sup>4</sup>

[https://www.tiktok.com/@tycsports/video/7339891659007593733?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7206804105103328774](https://www.tiktok.com/@tycsports/video/7339891659007593733?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7206804105103328774)

<sup>5</sup> [https://www.tiktok.com/@santii\\_9/video/7344917223338773766](https://www.tiktok.com/@santii_9/video/7344917223338773766)

quienes los generan y luego comparten de manera privada a través de las conversaciones de WhatsApp.

#### **Cuarta fase: “Hecho noticioso”**

El medio “El doce” sube el 29 de febrero de 2024 una noticia titulada “*Un niño gritó “aguante Talleres” frente a la cámara, casi estalló y es furor en las redes*” (D4).<sup>6</sup>

La circulación en este momento es ascendente ya que la noticia del grito de Fran es tomada por los portales mediáticos de internet debido a la rápida propagación del video en las redes sociales.

#### **Subfase 1: “Fran Remix”**

Nadie quiere quedar al margen del fenómeno que se está generando, el 6 de marzo el DJ Fer Palacios, quien cuenta con 2.3M de suscriptores en YouTube, sube un remix propio<sup>7</sup> (D5) del video de Fran, convirtiendo ahora el grito del niño en una canción. La circulación vuelve a predominar en forma horizontal en las redes sociales mediáticas ya que los usuarios comienzan a diversificar el uso del grito.

En esta nueva etapa de la circulación del discurso se la denomina subfase debido a que, según Mario Carlón, se va consolidando un fenómeno que ya se había iniciado en las redes sociales (Carlón, 2016). La generación de un colectivo de comunicación por un proceso descendente dentro de las redes sociales.

#### **Subfase 2: “La voz del estadio”**

En esta instancia se da un aumento de la propagabilidad del discurso, el diario digital Olé<sup>8</sup> (D6) se hace eco de las repercusiones generadas en las redes sociales y el underground del grito de Fran y publica una nota el 8 de marzo donde cuenta que con motivo de la propagación del video las autoridades del club decidieron invitar al pequeño a un entrenamiento

<sup>6</sup> <https://eldoce.tv/deportes/2024/02/29/un-nino-grito-aguante-talleres-frente-a-la-camara-casi-estallo-y-es-furor-en-las-redes/>

<sup>7</sup>

<https://www.tiktok.com/@comunidadferpa/video/7343352654510198021?q=remix%20aguante%20tallres&t=1717720478148>

<sup>8</sup> [https://www.ole.com.ar/fuera-de-juego/talleres-recibio-club-nene-ganan-ganamos-aguante-talleres\\_0\\_vYQbMjMyj7.html](https://www.ole.com.ar/fuera-de-juego/talleres-recibio-club-nene-ganan-ganamos-aguante-talleres_0_vYQbMjMyj7.html)

para conocer a los jugadores de su equipo. Ese mismo día los jugadores invitaron a Fran a presenciar el próximo partido de Talleres de Córdoba ante Atlético de Tucumán y además le comunicaron que iba a ingresar al vestuario con los jugadores y salir a la cancha con ellos. Para finalizar le informaron que iba a gritar su famoso “**aguante Talleres**” por la voz del estadio.

Esto sigue siendo una subfase debido a que no asciende nuevamente a los medios masivos ya que todo sucede dentro del mundo de internet, es decir dentro del mismo sistema mediático.

### **Subfase 3: “El hincha del momento”**

En la visita de Fran al vestuario el 9 de marzo, los jugadores de la T grabaron con sus celulares y compartieron imágenes con el “niño talleres” en sus redes sociales. Incluso algunos de los futbolistas se animaron a replicar el famoso grito. Jugadores como Federico Girotti y Ramiro Ruiz, subieron historias junto a Fran a sus cuentas de Instagram y la cuenta oficial del club le dedicó un posteo especial, el cual decía “Un día que Fran nunca se va a olvidar y nosotros tampoco”<sup>9</sup> (D7)

### **Subfase 4: “No debí haber dicho eso”**

Entre el 9 y el 12 de marzo se produce el conjunto discursivo (D8) que se conforma por videos de personas reconocidas con cierto estatuto, compartidos a través de sus medios individuales. Este conjunto discursivo contiene tres publicaciones, la de Dj Skudero a través de Instagram y las de Maria Becerra y Luciano Pereyra en TikTok.

El 9 de marzo la cuenta Dj Skudero en Instagram subió un video compilación de fragmentos de Fran al ritmo del remix de su grito<sup>10</sup>.

Distintos artistas muy reconocidos entre ellos Luciano Pereyra<sup>11</sup> y Maria Becerra<sup>12</sup>, suben a sus perfiles de TikTok el 10 y 12 de marzo respectivamente, videos de ellos mismos haciendo el grito característico de “aguante talleres”. Al cantante Luciano se lo puede ver y escuchar imitando a Fran Velardes mientras está mirando un partido de fútbol. A Maria

<sup>9</sup> <https://www.instagram.com/tallerescbaoficial/reel/C4Q0KYFpJc/>

<sup>10</sup> [https://www.instagram.com/reel/C4UIDCcL9Ca/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA](https://www.instagram.com/reel/C4UIDCcL9Ca/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA)

<sup>11</sup> <https://www.tiktok.com/@lucianopereyraoficial/video/7344868844881579270?lang=es>

<sup>12</sup> [https://www.tiktok.com/@mariabecerra\\_22/video/7345590331162905899](https://www.tiktok.com/@mariabecerra_22/video/7345590331162905899)

Becerra, se la puede ver frente a un espejo haciendo playback con el audio original y gestos de arenga. El video aludido cosechó más de un millón doscientos mil me gustas.

Los comentarios recibidos comienzan a marcar la circulación de sentido en el análisis, ya que dejan de hacer referencia a su fanatismo por el fútbol y el club talleres y comienzan a ser en torno a su salud, ya que al niño se lo ve cansado, ojeroso y sin ganas de hacer su grito. Algunos de los comentarios son @paul.encinas10 “Tengo menos ganas de trabajar que los papás de la criatura está”, @seba\_909 “Cuídenle las cuerdas vocales al pibe, está afónico ya...”, @emanuelmedina\_ “dejen que el nene vaya a jugar un ratito a la plaza”, @evan\_kdc “esta ree quemado”, @elcapi.47 “te digo la verdad pobre pibe pero el tema esta buenísimo”.

### **Quinta fase: “La Entrevista”**

El 11 de marzo se da una circulación ascendente-vertical, cuando Francisco es entrevistado por la conductora de televisión Karin Cohen quien está al frente del programa “Todas las tardes”<sup>13</sup> que se emite en Canal 9 (D9). La periodista especialista en espectáculos, Lola Cordero, presenta a Fran como “un gran, gran fan del club Talleres de Córdoba”.

La circulación vuelve a ascender desde las redes basadas en internet a los medios de comunicación tradicionales. “Todas las tardes” es un programa de actualidad, espectáculos y redes sociales, al contarse la historia de Fran a través de un medio no especializado en deportes, el grito del niño (el cual lo hacen reiterar en la entrevista) alcanza una audiencia distinta y de mayor alcance. Cada vez son más los usuarios que se sienten identificados con la pasión de Fran por el fútbol.

Podemos observar cómo interactúan permanentemente los tres sistemas de medios entre sí.

### **Sexta fase : “Fran en Stream”**

El 12 de marzo, el streamer Markito Navaja, quien cuenta con 1.9 M seguidores en Twitch dedicó una parte de su programa para reaccionar a videos de TikTok que utilizan la canción remixada<sup>14</sup> “Aguante taiieeres” del DJ Fer Palacios con el grito de Fran. Esta sección del vivo fue recortado y subido como Short (D10)<sup>15</sup> a YouTube, donde Navaja cuenta con 500

<sup>13</sup>

[https://www.youtube.com/watch?v=GaG4Ch52csg&t=178s&ab\\_channel=MarcaInformativaC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=GaG4Ch52csg&t=178s&ab_channel=MarcaInformativaC%C3%B3rdoba)

<sup>14</sup> <https://youtube.com/shorts/7rN--mkQvfE?si=B8M6B7IzoKrZSGeE>

<sup>15</sup> <https://youtube.com/shorts/bx2ec5DwFQU?si=-rpg2qzDTi8ufPiH>

mil suscriptores. El video obtuvo 54 mil visualizaciones, 3.7 mil likes y 38 comentarios. Entre los comentarios se encuentran @facugarza1955 “Esta muy buenoooo”, @julian888 “aguante taiere”, @nataliasalinas1899 “como se pone a bailar jaja”, @lucas28 “re cheto el remix de aguante talleres, muy bueno”.

En esta instancia se produce un nuevo salto en la circulación del discurso desciende nuevamente, desde los medios tradicionales a las principales redes sociales con base en internet.

### **Subfase 1 “¿Alguien puede pensar en el niño?”**

Entre el 15 y 17 de marzo se produce el conjunto discursivo (D11) que se conforma por dos notas de portales de medios con base en internet. En ambas notas se hace alusión a la preocupación por la salud de Fran.

El 15 de marzo, el diario *El Cronista*<sup>16</sup> subió un Short a Youtube titulado “Preocupación en redes sociales por el niño de “Aguante Talleres”” comentando sobre la salud de Fran, destacando el notable cansancio del menor, quien estaba con ojeras y altamente desganado. El video mencionado cuenta con 227 mil visualizaciones, 4,6 mil me gustas y 178 comentarios, entre ellos @mascocolque3706 “ni el padre de Luis Miguel explotó tanto a su hijo” @alexanderhl “está más explotado que avión con árabes” @fedexv “el niño: estoy cansado jefe” @intenehuen “está a un aguante taiere de hacerse de belgrano”.

El 17 de Marzo, el medio CNN de Chile<sup>17</sup>, publicó una nota web comentando y advirtiendo, al igual que El Cronista, sobre el estado físico de Fran, el cual parece estar deteriorándose progresivamente con evidentes ojeras y debilidad para realizar su icónico grito. Si bien la circulación se mantiene horizontal en esta fase, al ser un medio internacional adquiere mayor relevancia y alcance por fuera del país.

### **Séptima Fase: “El canal de las pelotas”**

El 19 de marzo el noticiero de Telefé Córdoba<sup>18</sup> se sumó a los distintos medios que entrevistaron al nene de siete años (D12) haciendo crecer su figura en los medios masivos.

<sup>16</sup> <https://youtube.com/shorts/kmlOXJEAN9E?si=xHHwb5fybFyVXQ-L>

<sup>17</sup> <https://twitter.com/i/status/1769369659432734791>

<sup>18</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=I\\_nX0-jn1uA&t=110s&abr\\_channel=TelefeC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=I_nX0-jn1uA&t=110s&abr_channel=TelefeC%C3%B3rdoba)

El fenómeno social que produjo el grito espontáneo de Fran continúa generando repercusiones en los medios, pero cada vez se ve al chico más desanimado y sin ganas de recrear la famosa frase, la cual le piden en cada entrevista.

### **Octava Fase: “El grito de Fran se convirtió en marca”**

Entre el 6 y el 27 de abril se produce el conjunto discursivo (D13) que se conforma por publicidades de emprendimientos en las cuales contrataron a Fran como cara de la marca.

El 6 de abril, la pyme “Tutu Automotores” sube a su cuenta de Instagram un video publicitario en el cual se ve a Fran en la concesionaria con autos de fondo, quien se coloca una gorra con el logo de la marca y grita “Nunca abren los sábados, nosotros si abrimos los sábados, aguante Tutu automotores, aguante Tutu automotores”<sup>19</sup>.

La circulación de sentido vuelve a ser descendente-vertical, ya que pasa nuevamente de medios masivos a redes sociales con base en internet. En este caso observamos otro cambio en la circulación del sentido del discurso objeto ya que Fran pasa de ser el niño tierno fan de talleres a un discurso en venta del cual se quieren apropiarse las marcas.

Como todo discurso de gran propagación, las marcas no quieren perderse la oportunidad de generar contenido que se acople a la moda del momento. Como venimos observando el grito de Fran pareciera no tener límites y ser inagotable. Es por esto que pymes y emprendimientos comienzan a contratar al pequeño hincha de Talleres de Córdoba para recrear aquel grito de aliento hacia su equipo de fútbol, pero sustituyéndolo por el nombre de las respectivas marcas: “Aguante iPhone kiiiiiiiiiiiiing”<sup>20</sup> el 8 de abril, “Nunca entregan, nosotros si entregamos, aguante Smart Home”<sup>21</sup> el 12 de abril.

Destacamos que el 27 de abril la publicidad del emprendimiento “San.guchitos1525” causó revuelo en la red social X. En el video se puede ver a Fran detrás de sandwiches de miga y pebetes gritando “Los mejores sándwiches son de Sanguchito, aguante Sanguchito”<sup>22</sup>.

### **Sub fase 1: “Lo primero es la salud”**

La publicidad de San.guchito1525, despertó en muchos usuarios la preocupación por la salud de Fran. Lo que generó el 28/04 un trending topic en la red social X llamado “sanguchito”, debido a la enorme cantidad de publicaciones de los individuos amateurs al respecto,

<sup>19</sup> <https://www.instagram.com/reel/C5bGrijqTzi/?igsh=MXFrdzR1cWg3dXgyNg==>

<sup>20</sup> <https://www.instagram.com/reel/C5hNdQkrxwg/?igsh=M2pkMmI3bDlvNWJs>

<sup>21</sup> <https://www.instagram.com/reel/C5rC6dnxPvE/?igsh=MWJmNWs5MGU4dWlZOA==>

<sup>22</sup> <https://www.instagram.com/reel/C6RkySWxotK/?igsh=MW5ucTcweJ1cmI3cg==>

agrupamos estos en el conjunto discursivo (D14). Las manifestaciones fueron diversas, están quienes comentaron @clarachidimma “Este pendejo se va a terminar haciendo de Belgrano por culpa de los viejos”; @deloelmo “Saquenle la tenencia”; @Marcperez1\_ “Lo unico bueno es que va a morfar lindo”; @Gugaplaza “Es divino!! Dejen de joder y vayan a comprar sanguichitos”; @SangreAquariana “Lo explotan segun vos pero yo veo que le mandaron comida para una semana, fijate”; @EldoradoIO “Lo peor que le paso en la vida es que ganara Talleres”. Otros compartieron videos como el de: @Valvnunez20 en el cual comenta “los padres:” y se observa a un hombre contando muchos billetes<sup>23</sup>, también @Porperonia publicó un video en el que se observa a Guido Kaska y dice “Los padres cuando son citados a audiencia judicial solicitado por las ONGs de derechos del niño:”<sup>24</sup>. Otros publican memes al respecto haciendo referencia a Bart Simpson en el capítulo en el que le piden que repita constantemente la frase “Yo no fui” que se había hecho famosa en un programa de tele al que acudió. Algunos de los usuarios que compartieron esa índole de meme fue @MatiasSchrank comentandolo “ese este” y compartiendo una imagen del capítulo<sup>25</sup>, @Dgofrusciante<sup>26</sup>, @\_Javier027 quien comparte un fragmento del episodio y comenta “Mientras tanto el pibe de talleres y los padres...”<sup>27</sup>, @luchoR78 quien comenta “-anda di lo tuyo nene cordobés” y una imagen del episodio<sup>28</sup>.

### **Subfase 2: “Jorgito y Fran son grandes amigos”**

El 12 de mayo la reconocida marca de alfajores “Jorgito” sube un video publicitario a su cuenta de instagram sobre la apertura de su nueva fábrica en Córdoba. En el reel aparece Fran sosteniendo un micrófono con el logo de la empresa y rodeado de productos de la marca, en el cual gritó “Los demás alfajores no tienen chocolate, no tienen nada, aguante Jorgito, aguante taierree” (D15)<sup>29</sup>.

En este caso se refleja un gran salto de estatus en las pautas publicitarias que hace el hincha de Talleres, ya que Jorgito es una empresa con más de 60 años en el mercado, que se distribuye a lo largo del país.

<sup>23</sup> <https://x.com/valvnunez20/status/1784659866113413368?s=48&t=UMU-3I9bLnjr3ZP539x47A>

<sup>24</sup> <https://x.com/porperonia/status/1784816410301956159?s=48&t=UMU-3I9bLnjr3ZP539x47A>

<sup>25</sup> <https://x.com/matiasschrank/status/1784660817666838949?s=48&t=UMU-3I9bLnjr3ZP539x47A>

<sup>26</sup> [x.com](https://x.com/)

<sup>27</sup> [https://x.com/\\_javier027/status/1784765453983731869?s=48&t=UMU-3I9bLnjr3ZP539x47A](https://x.com/_javier027/status/1784765453983731869?s=48&t=UMU-3I9bLnjr3ZP539x47A)

<sup>28</sup> <https://twitter.com/LuchoR78/status/1784697784546775401>

<sup>29</sup> <https://www.instagram.com/reel/C64zgNitUCG/>

El video cuenta con 4.2 Millones de visitas, 153 mil me gusta y 488 mil comentarios de distinta índole, por un lado mostrando entusiasmo por los alfajores @santiiiic “soy de Buenos Aires pero vivo en Cordoba, estuve esperando esto hace años” @cabutt\_lu “vamos Jorgito, te estuve esperando desde 2021”, y por el otro continuando con la preocupación por el niño y el repudio a la sobreexposición @josegttor “denle un respiro al nene jaja” @davidgr25 “no a la explotación infantil” @tomy.bogado “dejen de explotar a ese nene por favor” @akmarcelo “estoy cansado jefe”

### **Conclusión**

El período analizado en esta investigación nos permite observar el surgimiento del grito de Fran “Aguante taieeres” en los medios masivos de comunicación y su propagación a través de las redes sociales basadas en internet y el underground. Por sus propias lógicas la mayor parte de reconocimiento se da en redes sociales y el underground mediante la participación de los usuarios. El primer discurso (D1) es un video que se emite en el programa Paso a paso, sin embargo como consecuencia de la sociedad hipermediatizada su contenido llegó a más personas por medio de las redes sociales. El grito de Fran inmediatamente generó la apropiación por parte de los usuarios, quienes se sintieron identificados con la pasión por el fútbol y comenzaron a compartirlo e incluso imitarlo. Sin embargo a lo largo de la investigación nos encontramos con que no todo es color de rosas, en la última etapa de nuestro trabajo comienzan a aparecer discursos (D) con críticas muy duras por la sobreexposición del nene, aunque también el grito de Fran fue apropiado por distintas marcas quienes contrataron al menor para publicitar sus productos.

En este sentido, nos parece importante destacar la transformación que se produjo por parte de los internautas entre el primer discurso (D1) donde todo era identificación y risas y el penúltimo (D13) y último discurso (D15) en donde conviven la apropiación del grito de Fran por parte de distintas marcas y las críticas por la salud del niño.

En el primer video (D1) podemos ver y escuchar a Fran con un grito espontáneo frente a las cámaras, pero es a partir de la siguiente fase (D2) cuando su video cambia de circulación, (desde los medios masivos hacia las redes) y adquiere mayor repercusión y propagabilidad produciendo una modificación en la escala comunicacional.

En lo que respecta a los discursos que se emiten en los tres sistemas de medios, podemos observar ciertas diferencias. El primer discurso (D1) surge en un medio tradicional, se trata de

un compilado de entrevistas a distintos hinchas de fútbol en la previa a un partido que no generó mayores repercusiones, sino que es a partir del momento en el que el fragmento con el grito de Fran se inserta en las redes sociales donde los usuarios lo hacen circular si demasiadas explicaciones. En cambio en la fase (D9) cuando es entrevistado por un medio masivo de comunicación, quienes lo presentan les cuentan a los/as televidentes los motivos por los cuales le están realizando una nota a Francisco Velardes, un nene de 7 años desconocido para el gran público. También notamos diferencias en cómo se presentan los discursos en los distintos sistemas de medios. Las publicidades que se emiten en los medios tradicionales tiene determinadas pautas que no se observa en las publicidades que circulan en las redes sociales; ejemplo los productos destinados a adultos/as mayores en general están protagonizadas por adultxs, en el caso de Fran vemos cómo las marcas de concesionarias de autos y celulares se apropiaron de su discurso para promocionar sus productos.

La presencia de menores de edad en los medios de comunicación no es nueva, lo novedoso que se presenta con los discursos que se emiten en las redes sociales es su mayor propagabilidad y reconocimientos por parte de los usuarios. En la era Posmoderna donde las instituciones mediáticas tenían un gran poder las discusiones se presentaban dentro del mismo sistema de medios, programas de radio, televisión y prensa se hacían eco de una noticia pero en general no había mucha participación de los oyente/espectadores/lectores.

A lo largo de la investigación observamos movimientos descendentes, ascendentes y horizontales en la circulación del discurso (del sistema de medios masivos al sistema de redes basadas en internet y el underground), la mayoría de reconocimiento se produjo en las redes sociales.

El caso “Aguante taieeres” nos muestra que cualquier individuo puede convertirse en un enunciador hipermediático, aun sin buscarlo, a partir de la convivencia de los tres sistemas de medios. En la sociedad contemporánea sin dudas se produjo un verdadero cambio de época, acortándose las distancias entre producción y reconocimiento, si la cotejamos con la era anterior donde la producción solo estaba a cargo de las instituciones mediáticas y el reconocimiento en los receptores.

Para finalizar, el caso objeto de investigación nos permite graficar de manera contundente lo que significa estar dentro de una sociedad hipermediatizada, seguramente Francisco Veleardes, el nene de 7 años que un día fue a la cancha a alentar a su equipo desconoce los conceptos teóricos vistos a la largo de la cursada, sin embargo está

experimentando en su propia vida los cambios producidos con la llegada de internet y la digitalización de los discursos.

### **Otros casos similares**

El caso de “aguante taieeres” y lo que sucede con Francisco Verlardes no es una situación aislada, sino que podemos identificar varios casos similares, en los que menores de edad tienen una presencia cada vez más fuerte en distintos medios masivos o redes sociales. Entre ellos, podemos mencionar el programa *Luzu Kids*<sup>30</sup>, en el que grupos de niños hablan sobre diversos temas en distintas emisiones. Al igual que el caso de Fran, algunos fragmentos de las secciones son publicados en plataformas, propagados y comentados por usuarios amateurs. Dentro del medio de streaming *Luzu*, también se encuentra Juliet Czupiak<sup>31</sup>, “la mini periodista”, que comenzó su carrera en su propia cuenta de Instagram realizando entrevistas a celebridades y luego fue contratada por el medio mencionado previamente, al igual que Francisco, debido a la rápida propagación, ha sido retomada por medios masivos tales como diarios con portales web y medios de televisión.

A raíz del análisis del caso de Fran nos preguntamos ¿Qué tan genuino es luego de tanta exposición? ¿Cuánto es la exposición a la que debería enfrentarse un niño? ¿Hasta qué punto es un juego? ¿Dónde está el límite para considerarlo trabajo infantil? ¿Afecta en su entorno ser conocido como un meme? Las personas que se manifiestan preocupadas por la salud de Fran ¿Por qué no hacen algo al respecto? ¿Les importa en serio? ¿Cuánto afecta a la familia Valdes acusarlos de “explotación infantil”? ¿Somos plenamente conscientes de la repercusión que tenemos en las redes?

---

<sup>30</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=Te7XzKesVIs&ab\\_channel=LUZUTV](https://www.youtube.com/watch?v=Te7XzKesVIs&ab_channel=LUZUTV)

<sup>31</sup> <https://www.instagram.com/nicoocchiato/reel/C6e7gnPucZl/>

## NOSOTROS AL COMENZAR EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



## NOSOTROS AL TERMINAR



## **BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA**

[https://www.youtube.com/watch?v=Sx0rGDpODKM&t=8s&ab\\_channel=Tomas1905](https://www.youtube.com/watch?v=Sx0rGDpODKM&t=8s&ab_channel=Tomas1905)

[https://www.ole.com.ar/fuera-de-juego/talleres-recibio-club-nene-ganan-ganamos-aguante-talleres\\_0\\_vYQbMjMyj7.html](https://www.ole.com.ar/fuera-de-juego/talleres-recibio-club-nene-ganan-ganamos-aguante-talleres_0_vYQbMjMyj7.html)

[https://www.tiktok.com/@victoriadalliera/video/7343837391976697094?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7111893317352359429](https://www.tiktok.com/@victoriadalliera/video/7343837391976697094?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7111893317352359429)

[https://www.tiktok.com/@luismisubero/video/7343824605313764650?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7111893317352359429](https://www.tiktok.com/@luismisubero/video/7343824605313764650?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7111893317352359429)

<https://youtube.com/shorts/7rN--mkQvfE?si=B8M6B7IzoKrZSGeE>

<https://youtube.com/shorts/bx2ec5DwFQU?si=cuRUprsv5Qn229Z2>

[https://www.youtube.com/watch?v=GaG4Ch52csg&t=178s&ab\\_channel=MarcaInformativaC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=GaG4Ch52csg&t=178s&ab_channel=MarcaInformativaC%C3%B3rdoba)

[https://www.tiktok.com/@santii\\_9\\_/video/7344917223338773766](https://www.tiktok.com/@santii_9_/video/7344917223338773766)

[https://www.tiktok.com/@mariabecerra\\_22/video/7345590331162905899](https://www.tiktok.com/@mariabecerra_22/video/7345590331162905899)

<https://www.tiktok.com/@lucianopereyraoficial/video/7344868844881579270?lang=es>

<https://youtube.com/shorts/kmlOXJEAN9E?si=xHHwb5fybFyVXQ-L>

<https://twitter.com/i/status/1769369659432734791>

[https://www.youtube.com/watch?v=I\\_nX0-jn1uA&t=110s&ab\\_channel=TelefeC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=I_nX0-jn1uA&t=110s&ab_channel=TelefeC%C3%B3rdoba)

<https://www.instagram.com/reel/C5rC6dnxPvE/?igsh=MWJmNWs5MGU4dWlzOA==>

<https://www.instagram.com/reel/C5hNdQkrxwg/?igsh=M2pkMmI3bDlvNWJs>

<https://www.instagram.com/reel/C5bGrjquTzi/?igsh=MXFrdzR1cWg3dXgyNg==>

Carlón, Mario (2016). "Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón", en "Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada". San Luis: NEU.