



Construcciones de personajes televisivos en reality shows. Los usos de Twitter por parte de las audiencias y Gran Hermano 2022.

Malena Torres

Question/Cuestión, Nro.79, Vol.3, Diciembre 2024

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e>

Construcciones de personajes televisivos en reality shows. Los usos de Twitter por parte de las audiencias y Gran Hermano 2022.

Constructions of television characters in reality shows. The uses of Twitter by audiences and Big Brother 2022.

Malena Torres

Universidad Nacional de Quilmes

Argentina

malenatorres721@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-2521-6346>

Resumen

Gran Hermano es un programa de reality show basado en la convivencia y el aislamiento. Regresó a la televisión argentina en el año 2022 con su décima transmisión luego de 6 años sin nuevas ediciones. El producto fue bien recibido por las audiencias y logró una fuerte presencia en redes sociales como espacio de discusión y creación de contenido paralelo sobre los transmitido durante el programa.

Este trabajo tuvo como objetivo indagar sobre los usos y apropiaciones de las redes sociales por parte de las audiencias de Gran Hermano; y el rol de la dirección del reality show en la

producción de sentidos. Se buscó identificar la construcción de una narrativa alrededor de los/as participantes, por parte de la intervención de ambos actores.

Mediante un análisis del contenido de seis transmisiones seleccionadas y un relevamiento de tweets en simultáneo a estas últimas, este trabajo fue guiado por las siguientes preguntas: ¿qué rol cumplen las audiencias en la toma de decisiones de este reality show? ¿Qué relación tiene la interacción de las audiencias con la producción de sentidos por parte de la producción? ¿De qué manera se construye una narrativa que favorezca más o menos a algún u otro personaje?

Abstract

Big Brother is a reality show based on coexistence and isolation. It returned to Argentine television in 2022 with its tenth broadcast after 6 years without new editions. The product was well received by audiences and achieved a strong presence on social networks as a space for discussion and creation of parallel content about what was broadcast during the program.

This work aimed to investigate the uses and appropriations of social networks by Big Brother audiences; and the role of the direction of the reality show in the production of meanings. We sought to identify the construction of a narrative around the participants, through the intervention of both actors.

Through an analysis of the content of six selected broadcasts and a survey of tweets simultaneously with the latter, this work was guided by the following questions: What role do audiences play in the decision-making of this reality show? What relationship does the interaction of the audiences have with the production of meanings by the production? How is a narrative constructed that more or less favors one character or another?

Palabras clave: redes sociales; reality shows; audiencias.

Keywords: social media; reality shows; audiences.

Introducción

Desde hace más de tres décadas, las audiencias dejaron de conformarse con solo mirar la televisión y buscaron maneras de ingresar en ella. Fuera de la pantalla, desde sus casas, buscando una representación de personas comunes; o dentro de ella, siendo ellos mismos aquella representación. La televisión se adaptó a las demandas de su público y su poder dado a través del control remoto para cambiar de canal, que busca constantemente captar la atención del espectador. Según Umberto Eco y su conceptualización de la Neo Televisión, eso se logra planteando a la pantalla como un espejo de quien la mira, un espacio de auto reconocimiento. «Estoy aquí, yo soy yo y yo soy tú»(Eco, 1985: 83). Así, el ciudadano corriente se introduce en los programas de concursos, de citas, de cámaras ocultas. Eventualmente, el formato *reality show*(espectáculo de realidad) apareció en las pantallas como la máxima intervención de las audiencias en la programación televisiva.

En Argentina, la intromisión de los concursos de realidad surge a partir de la década del 2000. Gran Hermano, El Bar, Operación Triunfo le ofrecieron a la audiencia una representación de lo real que se contrastó con la situación del país en aquel momento. Así, el público encontraba un escape de la crisis económico-social en el reconocimiento con un otro, una persona común, que también podría obtener sus quince minutos de fama. Con el comienzo de la década del 2020 también surgió una nueva crisis a nivel mundial: la pandemia del Covid-19. La situación del aislamiento influyó en el alto interés y participación en los concursos llevados a cabo ese año por la cadena televisiva Telefé: Bake Off 2 y Masterchef Celebrity. El éxito de ambos certámenes desembocó en una transmisión sin interrupciones de múltiples ediciones de distintos realities; entre ellos: Masterchef Celebrity 2, La Voz Argentina 2, Bake Off 3, Masterchef Celebrity 3, La Voz Argentina 3 y la décima transmisión de Gran Hermano en octubre de 2022. Cada uno de los certámenes en su respectivo lapso de tiempo al aire contó con una activa participación en redes por parte de los seguidores, principalmente en aquellos que requerían el voto de los mismos.

Hasta el inicio de Gran Hermano a finales de 2022, los realities y concursos que comenzaron a partir del aislamiento estaban ligados de forma directa a la capacidad de los y las participantes de completar con éxito una tarea, sea cocinar o cantar sobre un escenario. En MasterChef o Bake Off la intervención de los televidentes se limitaba a los comentarios e interacciones en redes ya que no influyen en el desarrollo de los y las concursantes, que dependía exclusivamente de la decisión del jurado. En el caso de La Voz Argentina, los y las

participantes forman parte de equipos dirigidos por miembros del jurado, que tomarán las decisiones de eliminación según crean correspondiente. A partir de la segunda mitad del programa, la decisión sobre quién continúa en el concurso pasa a estar en manos del público. Aquí la competencia cambia su curso y la capacidad vocal de los y las concursantes pierde prioridad a la hora de votar por ellos ya que el público tiende a elegir por afinidad.

Francois Jost propone un concepto de una nueva etapa del populismo en la introducción del pueblo a las pantallas: «El público prefiere a malos cantantes que representan a su comunidad antes que buenos cantantes desprovistos de un lazo fuerte con aquellos a quienes representan»(2007: 136). En las cuatro ediciones de La Voz Argentina, los ganadores fueron en su totalidad varones, tres oriundos de provincias del interior del país, uno de Uruguay y todos provenientes de familias humildes.

El caso de Gran Hermano es diferente. La intromisión de la persona común a las pantallas pasa a ser representada por la idea de que cualquiera, sin importar su falta de talento, puede dar un salto a la fama cualesquiera sean sus cualidades, si es que tiene alguna. La televisión por fin prometía «al hombre sin cualidades ser el espectáculo»(Jost, 2007:134). La principal diferencia con otros realities está entonces en lo que convoca al público para comprometerse con un o una participante durante el certamen. En La Voz, por ejemplo, cada concursante ofrece a la comunidad una representación mediante su arte; en Gran Hermano, durante aproximadamente cuatro meses 18 desconocidos entre sí y para la sociedad conviven en un mismo hogar donde la representación es dada a partir de la televisación de situaciones *normales*, problemas que le suceden a toda persona en espacios de trabajo, estudio, convivencia. Así, lo que convoca al televidente a participar e interactuar con el reality es la espectacularización de la cotidianeidad.

Cecilia Rovito encuentra en las condiciones de producción de los reality shows,

«[...] la vigilancia total por medio de la instalación de más de sesenta cámaras que cubren todas las habitaciones e, inclusive, los espacios abiertos, la obediencia total al reglamento que elimina posibles “sorpresas” durante la emisión del ciclo, la participación voluntaria de un grupo de, principalmente, jóvenes y, la selección del más apto y la exclusión del resto, para que al final del “juego” el ganador solitario se alce con el premio-dinero, viaje, o contrato artístico»(2004: 9).

Las redes sociales virtuales aparecen como espacios de discusión que pueden funcionar como herramienta para la visualización de contenidos. David Morley y Roger Silverstone(2007) afirman que el proceso de ver o leer (después del momento inmediato de consumo) se entiende dentro de un amplio proceso de conversación y diálogo social a través del cual los materiales de los medios son digeridos. Con el uso de las redes sociales en simultáneo a la transmisión de un programa de televisión se genera una suerte de inteligencia colectiva(Jenkins; 2008) donde una comunidad se forma alrededor de intereses mutuos y buscan la conformación de nuevos conocimientos respecto al contenido discutido.

En el proceso de construcción de un personaje a partir del escenario televisivo se debe tener en cuenta la época y el sistema de valores prevalente en la sociedad donde se produce cada contenido(Duran; 2012:13). En la sociedad mediática que hoy habitamos la participación de los televidentes en esta construcción es fundamental para la producción de un reality show. El surgimiento de los nuevos medios facilitan la participación de las audiencias como una segunda intromisión de la persona común en las pantallas; se produce una *hibridación* entre lo nuevo(las redes sociales) y lo viejo(la televisión) ya que «[...] para los canales de televisión es de suma importancia seguir las conversaciones e interacciones que se generan en estas redes sociales, ya que mediante la participación activa de la audiencia les permite conocer los comentarios, gustos y preferencias»(Pozo Pera; 2018: 10). De esta forma, la producción del reality sabe ya quienes son los concursantes favoritos, de quien debe proporcionar más contenido en pantalla, qué conflictos dentro de la dinámica de los concursantes proporcionaron más niveles de debate entre los consumidores y quienes deberían ser los nominados para ser eliminados.

Es en ese punto de convergencia entre lo nuevo y lo viejo donde «el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles» (Jenkins; 2008: 14), que este trabajo se propuso estudiar la relación que tienen las audiencias de Gran Hermano 2022 con la producción del programa a partir de sus usos y apropiaciones de las redes sociales con respecto al tema.

Metodología

Para la realización de este trabajo, el enfoque metodológico abordado fue de carácter cualitativo y analítico. Según Gomez Orozco(1997), la investigación cualitativa es un proceso

de indagación y exploración de un objeto construido, al cual el investigador va accediendo mediante interpretaciones sucesivas.

En primer lugar se realizó un análisis de contenido del corpus seleccionado. El análisis de contenido es una «técnica de interpretación de textos, escritos, grabados [...] que se basa en la lectura como instrumento de recogida de información»(Abela, 2002: 2). Se realizó un visionado de aproximadamente doce horas repartidas en seis programas de Gran Hermano 2022 transmitidos en vivo por Telefé. Para el desarrollo del juego, cada día de la semana tiene una actividad determinada. La transmisión de los martes se basa en «La prueba del líder», una competencia de aptitudes físicas, mentales o de estrategia donde los jugadores y las jugadoras deben competir por el liderazgo semanal. Esto les otorga la inmunidad de ser eliminados esa semana y la posibilidad de salvar a alguien de ser eliminado/a. Los miércoles los y las participantes votan en vivo durante la transmisión televisiva por Telefé bajo el nombre de «Gala de Nominación». Allí, cada jugador o jugadora debe ir al confesionario a nominar a dos compañeros o compañeras: dos votos para el primero y un voto para el segundo. Una vez que realizaron la votación, se conforma una placa de nominados con aquellos que recibieron más votos, que suelen ser entre tres y siete jugadores o jugadoras. A partir de este momento los televidentes ya pueden comenzar a emitir su voto telefónico para que un o una participante abandone la casa. Los jueves dentro de la placa de nominados el o la líder de la semana deberá salvar a uno de sus compañeros o compañeras para que no tenga posibilidad de abandonar el certamen en la «Gala de Eliminación». Esta última gala se realiza los domingos, en la cual quienes sean salvados o salvadas(los o las que recibieron menos votos) van saliendo de la placa por turnos hasta que finalmente uno o una es eliminado/a de la casa por el voto del público. Finalmente, los lunes, martes y jueves Santiago del Moro es acompañado por panelistas seleccionados en un debate; y los miércoles y domingos(galas de nominación y eliminación respectivamente) se encuentran los familiares de los y las concursantes, y una parte de la audiencia en la tribuna.

Las emisiones seleccionadas para este corpus son: 17/10/2022(primer emisión), 23/10/2022(primer gala de eliminación), 2/11/2022(tercera gala de nominación), 13/11/2022(cuarta gala de eliminación), 19/03/2023(última gala de eliminación) y 27/03/2023(último programa, gala del ganador). A partir de este visionado se buscó describir los recortes que compartía la producción sobre el desarrollo del programa y cómo se

presentaban los conflictos y cada participante frente a la audiencia. La decisión de estudiar principalmente galas de nominación y eliminación aparece con el supuesto de que en aquellos programas es donde se observa mejor la participación de las audiencias: los domingos, de manera directa a través del voto telefónico; y los miércoles, de forma indirecta mediante sus intervenciones en las redes con la especulación de quien podría o debería ser el próximo eliminado. En ambos casos, la presencia de público en la tribuna y sus reacciones complementan esta participación.

Por otra parte, se llevó a cabo un relevamiento de tweets (posteos en la red social Twitter) producidos por la audiencia en simultáneo a las transmisiones seleccionadas. Para la selección de tweets, el recorte se dió a partir del uso de palabras clave y *hashtags* tales como: «#GH2022», «gran hermano» y el nombre de los y las participantes más involucrados/as en los recortes de los programas en vivo analizados. La búsqueda de tweets se filtró a partir de la herramienta de «búsqueda avanzada» en la cual se puede establecer un lapso de tiempo determinado, el país de origen de las publicaciones y las palabras claves, entre otras especificaciones. Con esto se buscó recopilar las reacciones y respuestas de la audiencia a la selección de los contenidos emitidos por Telefé. Se recopiló un conjunto total de aproximadamente 135 tweets, de los cuales se seleccionaron un promedio de 20 tweets por programa.

Dentro del corpus de tweets seleccionados, se pueden reconocer cuatro grupos: un conjunto que busca analizar el juego y las estrategias de los y las participantes para predecir o explicar el desarrollo del reality; un segundo que realiza valoraciones subjetivas sobre los jugadores y las jugadoras, alabando, criticando o mencionando su juego/personalidad/físico; un tercero que busca identificación en las situaciones y los y las participantes; y un último conjunto que compara lo que ocurre dentro de la casa con otros contenidos, como series, famosos o cuestiones sociales de nuestro país. Estos grupos pueden estar acompañados por contenidos multimedia, ejemplificando la situación descrita con imágenes y videos del programa, o con memes. Los memes son representaciones (en su mayoría visuales) de un momento, una situación o una idea conocida por un grupo, cuyo propósito es generar una reacción humorística. Según Carola E. Gómez y María E. García, en la comprensión de un meme es importante el contexto ya que este tipo de contenido web solo tiene sentido si se conoce de dónde proviene. La rápida propagación de los memes, debido a la inmediatez del internet,

ocasiona que «[...] muchos más usuarios quieren conocer de dónde vienen para poder formar parte del fenómeno»(2020: 30).

Finalmente, se realizó un análisis comparativo entre las interacciones de las audiencias en las emisiones del primer mes de transmisión de Gran Hermano, y las últimas dos emisiones seleccionadas. De esta forma, se buscó identificar si la percepción de un personaje por parte de las audiencias influyó en su desarrollo a través del programa, y cómo la presentación de los y las participantes por parte de la producción de Gran Hermano se adaptó al recibimiento de los espectadores activos en Twitter.

Análisis

La décima temporada de Gran Hermano fue estrenada el 17 de octubre de 2022. En el primer programa del *reality* y de este corpus, se presenta a los y las participantes y se muestra cómo ingresan a la casa. Por turnos, los y las concursantes van haciendo su aparición en el estudio para saludar a la gente en la tribuna y despedir a su familia. Luego, la audiencia observa cómo abandonan el espacio y son trasladados a la casa.

Este primer programa comienza con un montaje de los momentos y participantes más recordados/as de ediciones anteriores. Luego, se escuchan las voces en off de los y las concursantes que están por ingresar diciendo frases que luego serán parte de su presentación final. El conductor, Santiago del Moro, hace la presentación del programa festejando su regreso a las pantallas: «Este programa lo hacen ustedes votando desde casa. La casa de Gran Hermano es, a partir de hoy, de todos nosotros». Posteriormente, comienza el ingreso de los y las participantes.

Todas las presentaciones de los y las concursantes son individuales e incluyen datos como el nombre, la edad, de dónde son y a qué se dedican. Luego, cada participante continúa la presentación aportando otro tipo de información sobre sí mismos para llamar la atención. Entre algunos podemos reconocer que se dan:

- A través de su historia familiar: «Mi papá se separó para conformar una pareja con otro hombre. Mi mamá falleció», Juan Ignacio *Nacho* Castañares.

- A través de su mérito y esfuerzo: «Yo la viví, la luché, tengo calle, tengo barrio», Juan Reverdito.

- A través de su plan de juego: «Mi estrategia es jugar con los hombres, que se peleen entre ellos», Constanza Romero. «Si para ganar tengo que generar conflicto, lo voy a hacer», Agustín Guardis.

- A través de comentarios *polémicos*: «Fui adicta al sexo», Lucila Tora Villar. «Operarme las lolas me cambió la vida» , Daniela Célis.

De los y las 18 participantes que ingresan a la casa, se tomarán los tweets que reaccionan a las presentaciones de quienes llegaron a la final y de aquellos y aquellas que fueron relevantes en los siguientes programas a analizar.

Para Marcos Ginocchio, el eventual ganador del certamen, los tweets sobre su ingreso muestran opiniones positivas y también intentan predecir su desarrollo en el juego afirmando que «lo gana de cabeza» o que «será la revelación».



Figura 1: Cuatro tweets del 17/10/2022



Figura 2: Tweet del

Quien obtuvo el segundo lugar fue Nacho Castañares, cuyo ingreso a la casa también fue bien recibido generando opiniones positivas, principalmente alrededor de su aspecto físico.



Figura 3: Tweet del 17/10/2022



Figura 4: Tweet del 17/10/2022

En cuanto a Julieta Poggio, la tercera finalista, las reacciones son ambiguas. Hay comentarios positivos, en este caso comparándolo con otro contenido (Paola Argento de Casados con Hijos), y también hay comentarios señalando que ya es conocida en otros ámbitos y cuestionan su presencia en el reality.



Figura 5: Tweet del 17/10/2022



Figura 6: Tweet del 17/10/2022

Las siguientes presentaciones a tener en cuenta son las de: Romina Uhrig, Daniela Celis, Agustin Guardis, Walter *Alfa* Santiago, Lucila *Tora* Villar, Constanza Romero, Juan Reverdito, Mora Jabornisky, Tomas Holder. Los tweets seleccionados en cuanto a sus ingresos en el primer programa serán ordenados según los 4 tipos definidos anteriormente.

Análisis del juego

En este caso y al ser el primer programa, el posible análisis que la audiencia puede hacer es a partir de las primarias impresiones y movilizado por el deseo de que alguna acción específica ocurra. Un usuario asegura que «Es obvio que va a ganar Juan» debido a la historia de vida que comparte; otro afirma «que bueno que va a estar esto» por el ingreso del participante Tomás Holder, personalidad con previa presencia en redes.



Figura 7: Tweet del 17/10/2022



Figura 8: Tweet del 17/10/2022

Valoraciones subjetivas del juego/físico/personalidad

Al igual que con el análisis del juego y por ser el primer programa, las valoraciones y opiniones estarán fundadas en las presentaciones. La «vergüenza» que le genera Agustín a este usuario es a partir de la actitud que muestra al ingresar a la casa; el comentario sobre Walter Alfa es en

relación a su edad, ya que hasta ese momento era el participante con mayor edad en participar en Gran Hermano.



Figura 9: Tweet del 17/10/2022



Figura 10: Tweet del 17/10/2022

Búsqueda de identificación o comparación con los y las participantes

En estos tweets encontramos comentarios como «tiene mi edad» para comparar la situación de uno mismo con la de la jugadora en la pantalla; y «voy por el mismo camino» aprobando lo dicho por la participante ya que está de acuerdo con ella.



Figura 11: Tweet del 17/10/2022

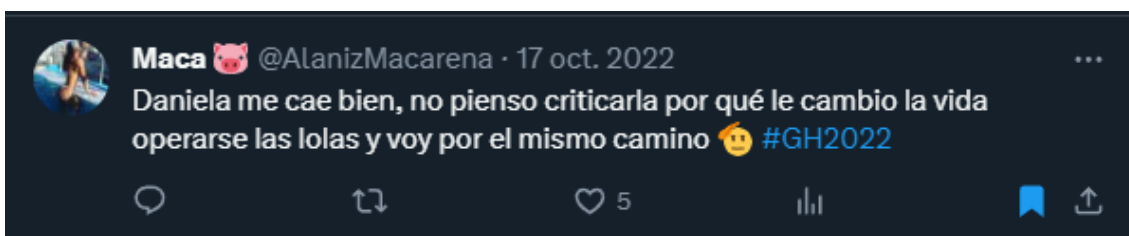


Figura 12: Tweet del 17/10/2022

Comparación y relación con otros contenidos/famosos

En este grupo, encontramos la comparación de la participante Lucila con una antigua participante de ediciones anteriores, Andrea Rincón (GH 2007), por el carácter parecido que muestra en su presentación. Por otro lado se menciona a Amalia Granata, ex participante de GH famosos en el año 2007 y posteriormente diputada provincial en 2019, como la antítesis de la participante Romina, quien fue diputada previo a su ingreso a la casa.



Figura 13: Tweet del 17/10/2022

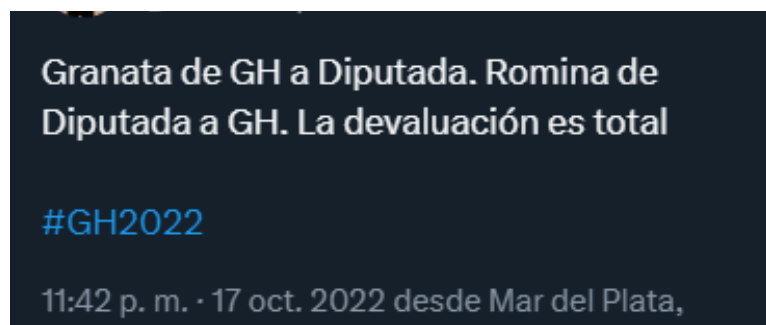


Figura 14: Tweet del 17/10/2022

Por último y para tener en consideración, los televidentes son conscientes de la presentación de personajes distintos por parte de la producción e intentan clasificarlos mediante distintos adjetivos que resuman su presentación en el programa como: la mamá, la adicta al sexo, el cordobés. También utilizan términos que refieren a otro producto de entretenimiento como «la

cassie correntina» haciendo referencia al parecido de la participante Constanza con un personaje de la serie estadounidense Euphoria.

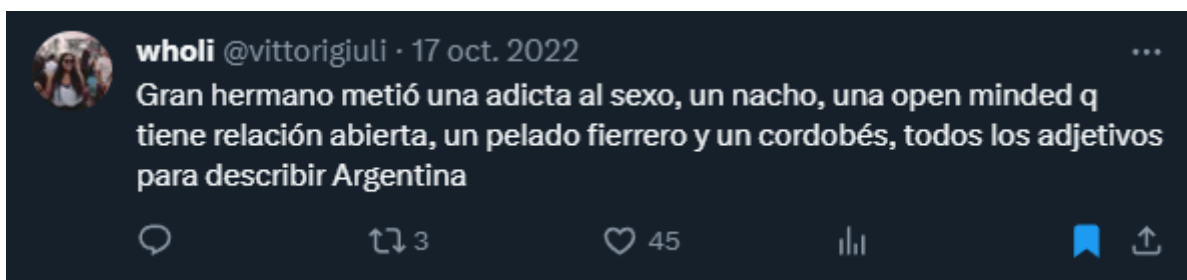


Figura 15: Tweet del 17/10/2022

El segundo programa que se tomó en este corpus fue el transmitido el 23 de octubre de 2022. Fue la primera gala de eliminación del certamen, donde la audiencia hizo uso del voto negativo por primera vez.

Los recortes y enlatados que se muestran en la transmisión tienen que ver con situaciones dadas a lo largo de los días previos al domingo, a partir de la expectativa de la eliminación. Aparece una división y enfrentamiento de grupos en la casa. Hay especulaciones entre los nominados (Agustín Guardis, Tomás Holder y Marcos Ginocchio) sobre quién los habrá votado y repercusiones sobre la salvación. Se presenta también la «cena de los nominados», un último momento que comparten quienes forman parte de la placa antes de que uno tenga que abandonar la casa al día siguiente. En esta cena, cada uno de los nominados comparte su opinión del juego: a Tomás le gusta la exposición y el «quilombo», Marcos afirma que no le gusta su juego «mala leche» y Agustín quiere tratar de convertirse en el mejor jugador de la casa. Luego se muestra una discusión entre Marcos y el participante Juan Reverdito, en la cual este último le asegura a Marcos que «el domingo se va».

En la transmisión en vivo Santiago del Moro tiene la tarea de anunciar a la audiencia y a los participantes quién se queda y quien abandona el reality. En primer lugar, quien se salva de la placa final es Marcos. Más tarde el conductor vuelve a ingresar a la pantalla de la casa para comunicar a los nominados y al público quien debe retirarse. El primer eliminado de Gran Hermano 2022 fue Tomás Holder con el 59% de los votos.

Análisis del juego

A partir del programa transmitido, los usuarios especulan sobre la discusión de Reverdito y Ginocchio comentando a favor del desarrollo de este último; algunos también consideran negativa la salida de Holder por sus posibles aportes al juego.



Figura 16: Tweet del 24/10/2022



Figura 17: Tweet del 23/10/2022

Relación y comparación con otros contenidos

Junto al consumo de Gran hermano, los usuarios lo comparan con lo que acontece en series que están al aire al mismo tiempo, como la reacción dual de la eliminación de un participante y la muerte de un personaje de House of the Dragon; o la comparación de «el tachero» (Juan Reverdito) con Dahmer, estrenada ese mismo año. También el reconocimiento de Twitter usado como herramienta para seguir el programa desde otro medio.



Figura 18: Tweet del 23/10/2022



Figura 19: Tweet del 24/10/2022



Figura 20: Tweet del 23/10/2022

Valoraciones subjetivas

En esta transmisión y los tweets que proponemos, las opiniones personales de los usuarios coinciden en la celebración por la salida de Tomás Holder y en el apoyo a los y las participantes que se enfrentaban a él, Marcos y Agustín. Un tweet menciona el «karma» y la «voz del pueblo» como herramientas que favorecen al juego.



Figura 21: Tweet del 23/10/2022



Figura 22: Tweet del 23/10/2022



Figura 23: Tweet del 23/10/2022

El tercer programa que forma parte de este corpus se emitió el 2 de noviembre de 2022 y fue la tercera gala de nominación.

Los recortes que se muestran en la transmisión tienen que ver con situaciones que ocurrieron en la casa en el transcurso del día. Entre ellos, el conductor va presentando una a una las nominaciones que realiza cada participante. La problemática principal que se desarrolla en esta transmisión es que se realizó la «espontánea», una nominación especial que añade más votos a los nominados, y en la casa suponen que la realizó el jugador Agustín. A partir de esto, se muestran clips de los y las participantes juzgando su juego o dudando de él, así como también especulando sobre quién más podría haberla realizado. Principalmente las actitudes negativas frente a Agustín provienen de las participantes Lucila *Tora* y Mora. También se exhiben recortes de una discusión entre los participantes Constanza y Walter *Alfa*, y de este con Lucila *Tora*. Como uno de los únicos enlatados positivos, se construye una narrativa amorosa entre los participantes Marcos y Julieta con recortes de sus interacciones durante el día. Al finalizar las nominaciones, se confirma que quien realiza la nominación espontánea es Constanza.

Al igual que en la gala de eliminación, el conductor debe ingresar en la pantalla de la casa para informar a los y las participantes sobre quienes están nominados. Quienes conforman esta placa son: Agustín, Walter, Mora, Juan y Daniela.

Los tweets recopilados para esta transmisión expresan en su mayoría valoraciones subjetivas sobre los y las participantes. Entre los más frecuentes, se encuentran reacciones positivas frente a la nominación de la participante Mora, por la posibilidad de votarla (es quien efectivamente termina siendo eliminada esa semana). También hay mensajes en defensa del participante Agustín luego de los recortes mostrados sobre el trato que tienen el resto de los y las participantes con él. Por último, aparecen reacciones negativas a la nominación de la participante Lucila *Tora*, quien decide votar al



participante Marcos.

Figura 24: Tweet del 2/11/2022



Figura 25: Tweet del 3/11/2022

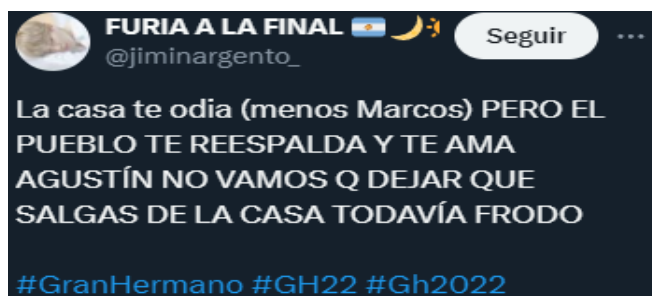


Figura 26: Tweet del 2/11/2022



Figura 27: Tweet del 2/11/2022



Figura 28: Tweet del 2/11/2022



Figura 29: Tweet del 2/11/2022

En menor medida, otros tweets que expresan valoraciones subjetivas tienen que ver con el apoyo a los participantes Julieta y Marcos como consecuencia de los recortes en cuanto a su posible «pareja».

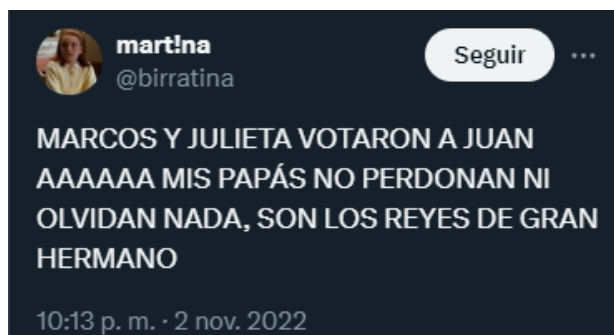


Figura 30: Tweet del 2/11/2022



Figura 31: Tweet del 2/11/2022

Por último, se encuentran tweets que aprueban el juego de la participante Constanza y también se pueden categorizar como un análisis del juego.

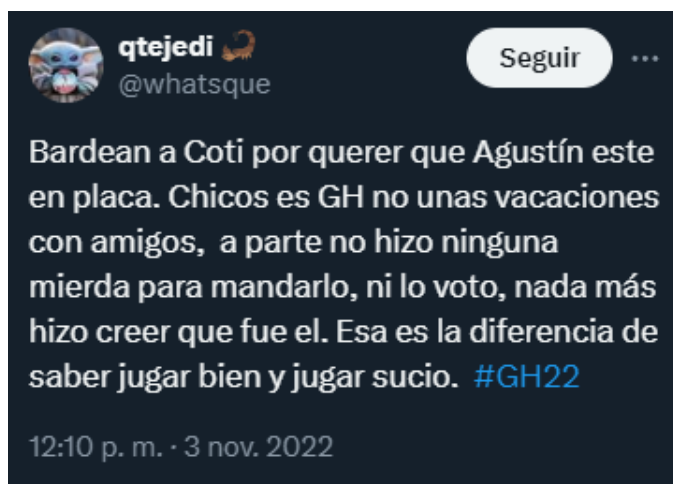
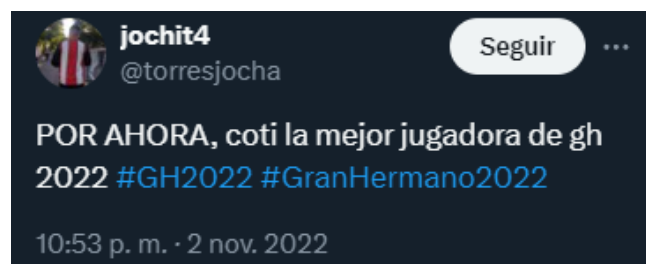


Figura 32: Tweet del 3/11/2022 del 2/11/2022



Figuras 33 y 34: Tweet del 3/11/2022 y del 2/11/2022

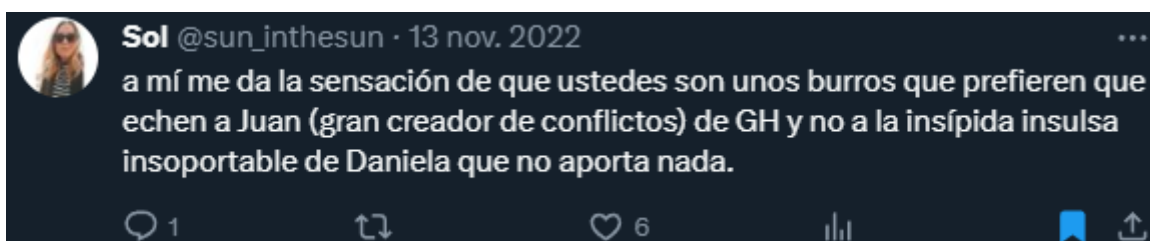
El cuarto programa seleccionado en el corpus es el transmitido el 13 de noviembre del 2022, y es la cuarta gala de eliminación. También es el último programa tomado dentro del primer mes de transmisión.

Como la gala de eliminación antes analizada, esta muestra recortes de las situaciones previas a la eliminación. Se muestra la cena de nominados, de la que forman parte Agustín Guardis, Walter *Alfa* Santiago, Juan Reverdito, Juan Ignacio *Nacho* Castañares y Daniela Celis. El participante *Alfa* se encuentra nominado como sanción por un comentario «fuera de lugar» que le hizo a la participante Constanza, por lo cual el resto de los y las concursantes consideran que es él quien abandonará la casa. En la cena la y los participantes comparten sus sentimientos previos a la eliminación, afirman que se sienten confiados. La jugadora Daniela pide al público que elijan a su jugador o persona favorita para defender en la gala.

En la transmisión en vivo, Santiago del Moro ingresa a la pantalla de la casa para anunciar el primer salvado de la placa de eliminación, Agustín Guardis. A continuación, se presenta un recorte mostrando a diferentes jugadores/as hablando del participante Juan y manifestando sus deseos de que sea él quien se vaya el domingo. También expresan su disconformidad por la proximidad que está teniendo Lucila *Tora* con él. A su vez, ella y Juan se posicionan en contra del resto de la casa y principalmente, en contra de *Alfa*. Luego, se anuncia que el siguiente participante en ser salvado de la placa es *Nacho*. Finalmente, la última salvada de la placa de eliminación es la participante Daniela, dejando así un «mano a mano» entre Juan y *Alfa*.

Antes de anunciar el eliminado, el conductor pregunta a los nominados cómo se sienten al respecto. Juan afirma que se queda tranquilo porque «todo se ve, todo se escucha» y que está seguro que se queda porque la gente «como sociedad la gente está echando a una persona que hizo bullying y que a una de las chicas la trató muy mal» haciendo referencia a la situación previamente mencionada con la participante Constanza. Por su parte, *Alfa* asegura que él no tiene ningún duelo personal con nadie, que la situación con Constanza fue «una broma» y que la gente sabe quien es. El eliminado de este programa termina siendo el participante Juan Reverdito. Luego de que abandona la casa, *Tora* y *Alfa* discuten nuevamente por el comentario a Constanza.

Al igual que para el programa analizado anteriormente, la mayoría de los tweets seleccionados para este son valorativos y expresan opiniones positivas o negativas de los y las participantes. Pero, entre ellos, es posible encontrar algunos que emitan un tipo de análisis sobre el juego. En los siguientes, se puede ver una reacción negativa en cuanto a la continuidad de Daniela en el juego argumentando que su personaje no aporta nada a la casa. Por otra parte, encontramos



una comparación entre los porcentajes de votación entre el más votado de la placa y el menos votado.

Figura 35: Tweet del 13/11/2022

Figura 36: Tweet del 14/11/2022

Luego, se presentan tweets con opiniones negativas frente al participante Juan, el eliminado, y la reacción que tuvo *Tora* luego de eso. Hacen referencia a las menciones que hicieron los y las concursantes de «la sociedad» que suponían que iba a votar a *Alfa*, reivindicando que fue la gente quien quiso que Juan abandonara la casa.



Figura 37: Tweet del 13/11/2022

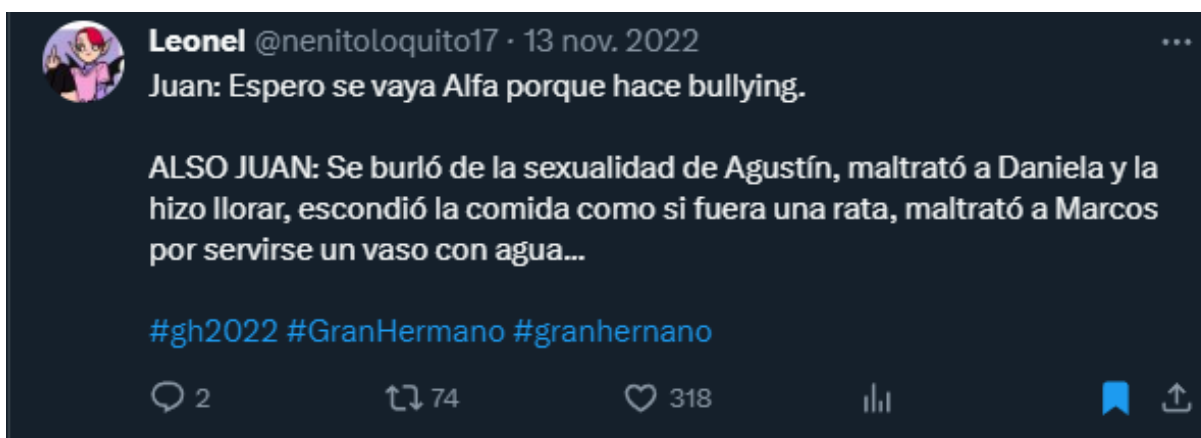


Figura 38: Tweet del 13/11/2022

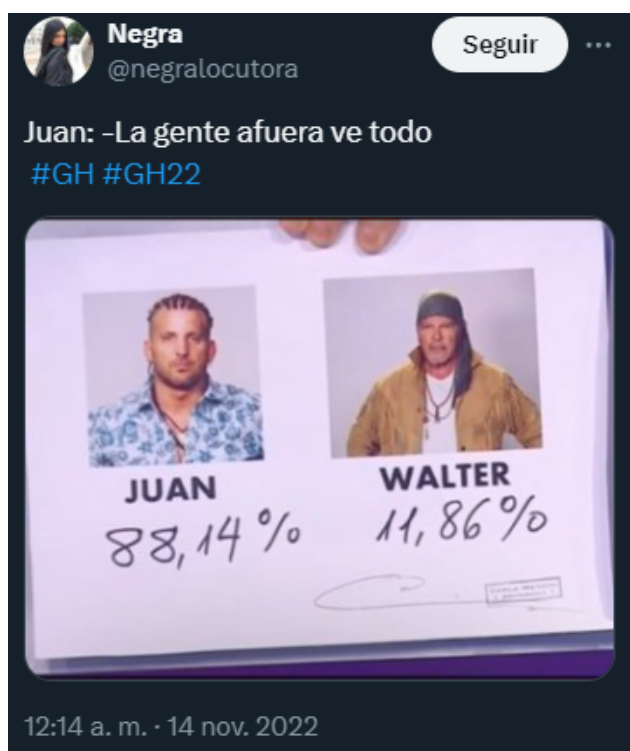


Figura 39: Tweet del 14/11/2022



Figura 40: Tweet del 13/11/2022

Por último, aparecen comentarios sobre el participante Marcos, pese a que en el programa en vivo no se haya compartido ningún recorte sobre él. Ambos tweets refieren a la posibilidad de que Marcos gane siendo un personaje que no aporta mucho al juego.



Figura 41: Tweet del 13/11/2022



Figura 42: Tweet del 13/11/2022

El siguiente programa a analizar ya forma parte del último mes de transmisión, emitido el 19 de marzo de 2023. Es la última gala de eliminación, es decir, la última instancia en la que la audiencia podrá hacer uso del voto telefónico negativo.

A diferencia de otras eliminaciones, el nominado y las nominadas de esta semana no llegaron a la placa mediante el voto de sus compañeros o compañeras sino que forman parte de ella luego de perder la prueba del líder. De esta forma, quien gana el liderazgo semanal y pasa directamente a la final es Marcos Ginocchio, y quienes están nominados con posibilidad de abandonar la casa son: Romina Uhrig, Julieta Poggio y Juan Ignacio *Nacho* Castañares. Esta transmisión no cuenta con tantos recortes como los anteriores, sino con más contenido en vivo desde la casa.

El conductor ingresa a la pantalla de la casa para anunciar la fecha de la final, el 27 de marzo, y les comparte a los y las concursantes la promoción publicitaria de la gala final con recortes de los jugadores y las jugadoras que participaron a lo largo del certamen. Es la primera vez que los participantes se ven a ellos mismos en la televisión. Luego, cada nominado cuenta con un minuto dentro del confesionario para hablar con «Gran Hermano» y argumentar por qué debería quedarse. Julieta pide al público que se acuerde de todo lo que ella hizo, que «vote con

el corazón, por jugador, por identificación»; Romina solo tiene «palabras de agradecimiento» para su familia, sus amigos y la audiencia; y *Nacho* pide quedarse porque lo conocieron «en todas sus formas» y siempre se mostró como es.

Al ser el líder de la semana, el participante Marcos tiene un «premio» que consta del ingreso de su hermano a la casa por unos minutos. La audiencia puede ver el reencuentro de ellos en vivo. Cuando termina la visita, se comparte el recorte de la cena de nominados en la que los tres participantes celebran todo lo vivido hasta ese momento.

La primera participante en ser salvada de la placa y pasar a la final junto a Marcos es Julieta. Quien termina siendo eliminada es la participante Romina, siendo *Nacho* el tercer finalista.

Acercándose a la final, todos los tweets recopilados expresan valoraciones subjetivas sobre los y las concursantes. En el caso de Marcos, encontramos comentarios sobre el reencuentro con su hermano. También encontramos quejas frente a la producción o el desarrollo del juego afirmando que es «obvio que es el ganador».



Figura 43: Tweet del 19/3/2023



Figura 44: Tweet del 19/3/2023



Figura 45: Tweet del 19/3/2023



Figura 46: Tweet del 20/3/2023

Sobre la participante Julieta, aparecen opiniones variadas sobre su victoria en la placa y su pase a la final. Algunos usuarios consideran «arreglado» por la producción, otros festejan su salvación.

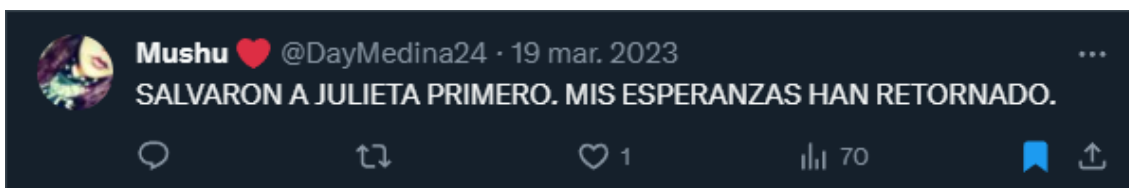


Figura 47: Tweet del 19/3/2023



Figura 48: Tweet del 19/3/2023

En la placa final entre Romina y *Nacho*, surgen comentarios a favor de este último y algunos eligen mencionar las acciones por fuera de la casa de los y las participantes. Se compara el lugar de donde viene *Nacho*, la profesión de su padre, y el pasado político que tuvo Romina. Se toman cuestiones «morales», como la honestidad de *Nacho* contra la corrupción de Romina.

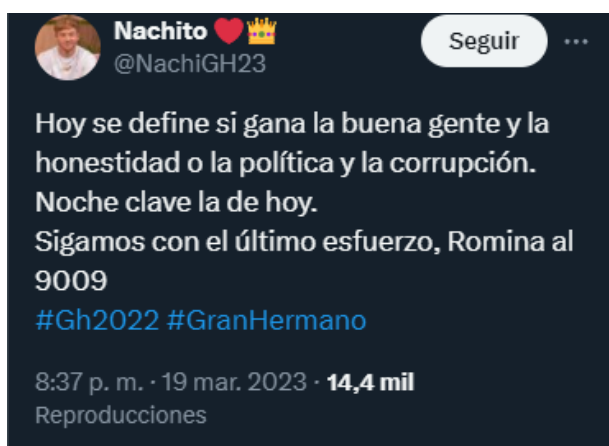


Figura 49: Tweet del 19/3/2023

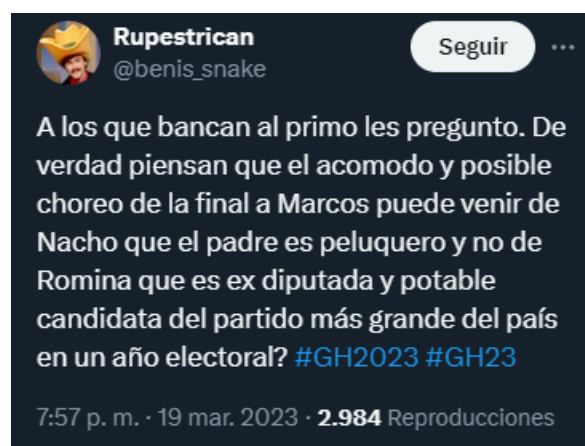


Figura 50: Tweet del 19/3/2023



Con la salida de Romina, los comentarios festejan su eliminación con la reiteración de su orientación política. Las críticas hacía ella tienen que ver con su desarrollo político y con la separación de las mascotas de la casa de Gran Hermano, comparando esta última situación con el «abandono» a sus hijas luego de entrar al concurso.

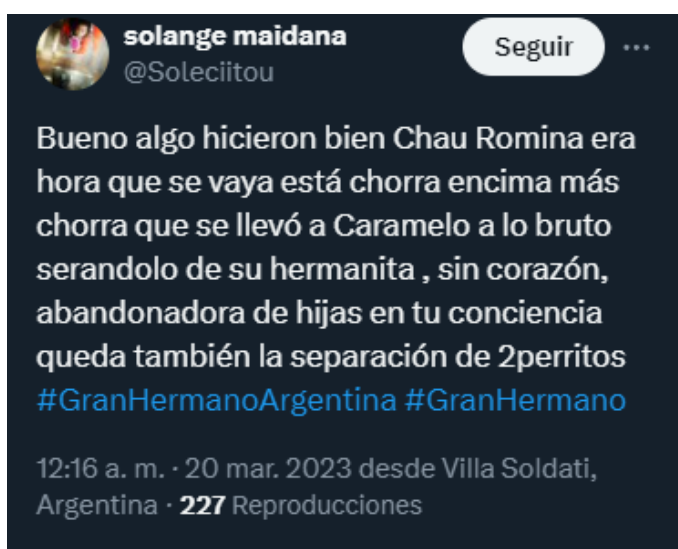
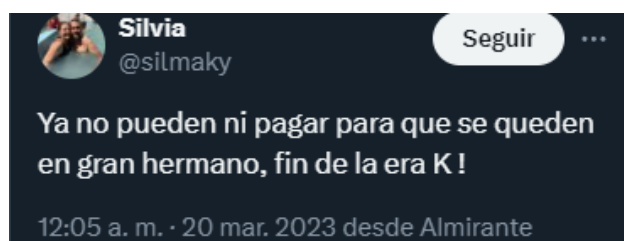
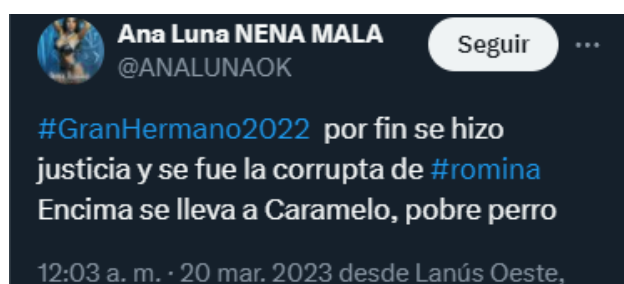


Figura 51: Tweet del 20/3/2023



Figuras 52 y 53: Tweets del 20/3/2023

Como fue anunciado en la transmisión previamente analizada, el programa final fue emitido el 27 de marzo de 2023. En este programa se anuncia el ganador o la ganadora del concurso a base de los votos positivos por parte de la audiencia. Los finalistas son Julieta Poggio, Juan Ignacio Castañares y Marcos Ginocchio.

La gala comienza con recortes de los jugadores y las jugadoras y voces en off que remiten a distintos momentos del certamen. Luego se muestra el estudio de grabación en el cual, como todas las galas, se encuentra la tribuna con gente de la audiencia pero en este caso, al ser la final, también hay gente esperando a los finalistas afuera. El programa no cuenta con la transmisión de recortes de lo que fue ocurriendo en la última semana en la casa, sino que se irán compartiendo distintos recortes de momentos de todo el concurso para apelar a la emoción y a la nostalgia de las audiencias.

Santiago del Moro se presenta e ingresa a la pantalla de la casa para saludar a la y los finalistas quienes irán saliendo de uno de la casa según lo anuncie el conductor. Después de comunicarse con ellos, se muestra un montaje que muestra cómo se construyó y funcionó la casa del lado de la producción. A continuación, el conductor vuelve a ingresar a la pantalla para comunicarle a los y las participantes el tercer puesto del concurso, la participante Julieta Poggio. Ella abandona la casa y se dirige al estudio donde es recibida por toda la gente que forma parte del público en vivo.

Dentro de los recortes, se muestra una recopilación de todas las eliminaciones que sucedieron en el certamen mostrando a todos los y las concursantes que participaron, así también como de los «mejores momentos». En la transmisión en vivo, *Gran Hermano* llama a cada finalista para ir al confesionario una última vez a «hablarle a su gente». Finalmente, Santiago del Moro anuncia que el ganador de la décima temporada de *Gran Hermano* Argentina es Marcos Ginocchio. Primero abandona la casa el segundo puesto, Juan Ignacio Nacho Castañares, y es recibido en el estudio. Por último, Marcos apaga las luces y abandona la casa regresando al estudio como ganador.

Los tweets seleccionados tienen que ver exclusivamente con las reacciones de la audiencia frente a la definición de los ganadores. En cuanto a la participante Julieta, se menciona el hecho de que es mujer como impedimento para ganar, catalogando a *Gran Hermano* como «machista».



Figura 54: Tweet del 27/3/2023

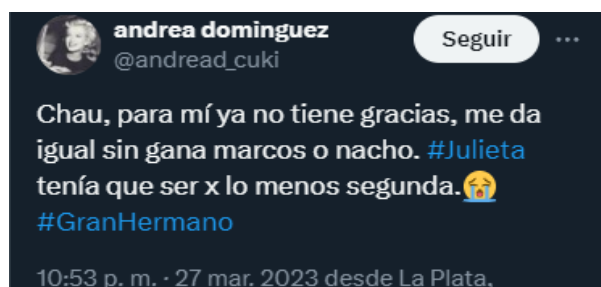


Figura 55: Tweet del 27/3/2023



Figura 56: Tweet del 27/3/2023

En relación al «mano a mano» entre ambos finalistas, algunos usuarios intentan analizar el juego explicando que el eventual ganador no había «hecho nada» en el certamen como para ser merecedor del primer lugar.

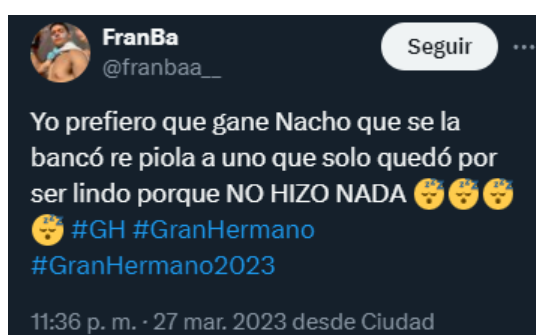


Figura 57: Tweet del 27/3/2023

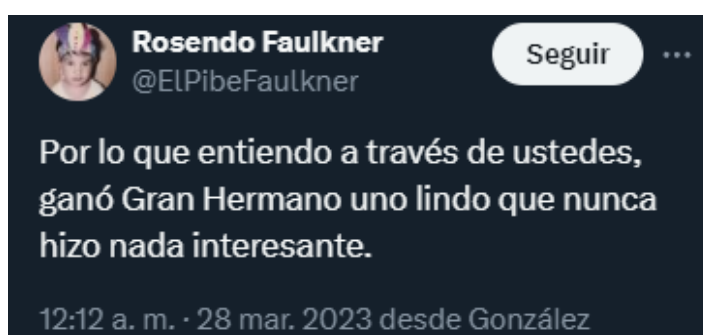


Figura 58: Tweet del 28/3/2023

Por último, se encuentran comentarios sobre la victoria de Marcos Ginocchio que refieren a sus valores y su personalidad. Se busca comprender su triunfo en el certamen como un reflejo de lo que quiere «la sociedad», que estaría priorizando «el respeto, la honestidad, la empatía» y cualidades que se relacionan con la moral personal. En dos ocasiones, una con un *meme* y otra con un tweet escrito, se compara a Marcos con Lionel Messi debido a su reciente victoria en el Mundial de Fútbol de Qatar 2022.



Figura 59: Tweet del 28/3/2023

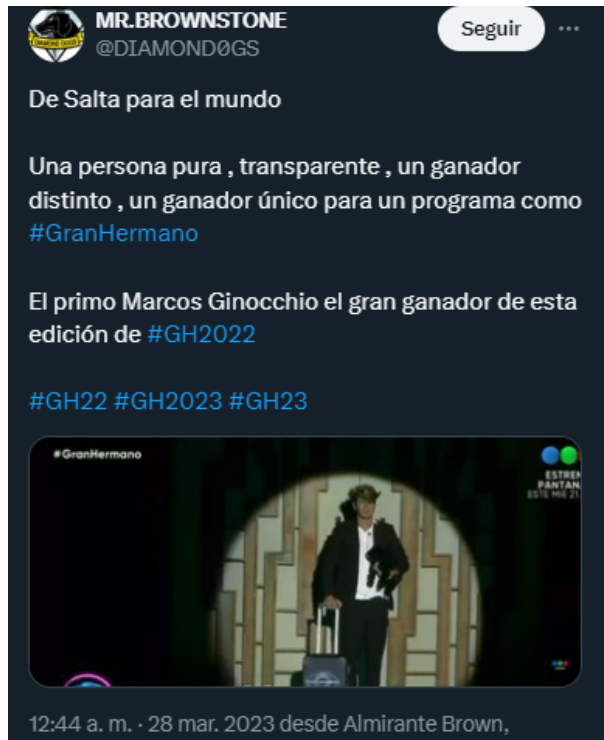
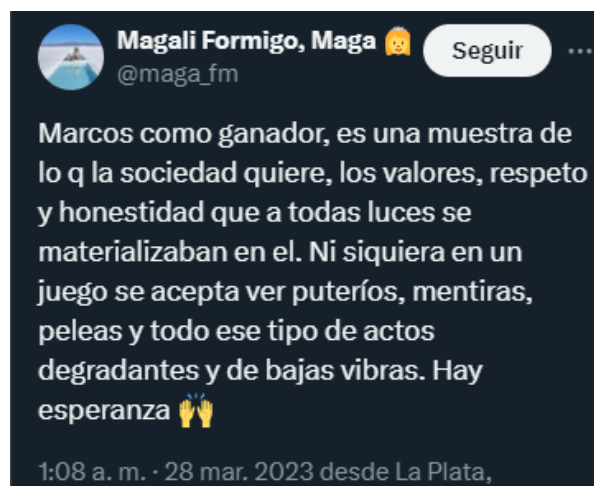


Figura 60: Tweet del 28/3/2023



Figura 61: Tweet del 28/3/2023



Figuras 62 y 63: Tweets del 28/3/2023

Conclusión

A lo largo de todo un certamen con la duración de Gran Hermano, las audiencias van cambiando sus opiniones sobre los jugadores y las jugadoras, así como también van variando aquellos que consideran sus favoritos, mientras que algunos se mantienen firmes. Los participantes Agustín Guardis y Walter Alfa Romero, por ejemplo, tuvieron en su mayoría reacciones negativas en su presentación del primer programa para luego ser defendidos por las audiencias semanas más tarde. En el caso inverso, Juan Reverdito recibió opiniones positivas debido a su historia de vida (padre joven, soltero) durante la presentación pero fue muy criticado

durante su desarrollo en la casa. Por otro lado, la razón de las críticas a la participante Romina Uhrig fue una constante durante todo el certamen: su orientación política.

El objetivo de este trabajo fue indagar sobre los usos que las audiencias le dieron a las redes sociales durante la transmisión del reality, así como también la posibilidad de la construcción de una narrativa. Podemos intentar reconocer una narrativa en el desarrollo de los tres finalistas. El ganador Marcos solo atravesó la primera y su única gala de nominación en todo el certamen y, luego de ser el primer salvado por las audiencias, sus compañeros y compañeras nunca lo volvieron a nominar. A su vez, los recortes compartidos en los programas seleccionados solo protagonizan a Marcos de manera positiva. De esta forma, dentro y fuera de la casa se mantuvo su imagen positiva debido a su personalidad, sus valores y su buena relación con todos los y las participantes. Como mencionamos en el análisis, fueron esas cualidades las que las audiencias celebraban en la final y durante todo el certamen. El participante *Nacho* obtuvo comentarios positivos en su ingreso y reacciones negativas las primeras semanas por el grupo con el que había elegido jugar: Tomás Holder y Juan Reverdito. Cuando estos jugadores fueron eliminados(en el primer mes de transmisión), *Nacho* recuperó su imagen positiva. La participante Julieta recibió opiniones contrariadas en su ingreso y se mantuvieron durante todo el programa debido a su presencia en redes previa al concurso, siendo catalogada como «acomodada por la producción». Por otro lado, recibía reacciones positivas debido a su forma de votar que coincidía con quienes los usuarios en Twitter consideraban que debían ser nominados. Además, compartía la imagen positiva con Marcos Ginocchio debido a la vinculación amorosa que la producción mostraba en los recortes de la transmisión en vivo.

Sin pretender ser reduccionista, estos ejemplos sirven a este trabajo como una primera impresión de una narrativa presente construida por parte de las audiencias y la producción del reality. Los tweets recopilados expresan los deseos que los usuarios tienen para con los y las participantes en el concurso: quien quieren que se vaya, que juegue más, que gane. En esta edición, la sensación de victoria que sentían los usuarios al anunciarse a Marcos Ginocchio como ganador fue acompañada por la búsqueda de una representación en este personaje que reflejara lo que «la sociedad» quería que se fomente entre ellos: la honestidad, empatía, sensibilidad y otras características que algunos tweets definieron a Marcos en la final. Por otro lado, la producción acompaña los deseos de las audiencias y a su vez intenta poner en su agenda otras problemáticas mediante los recortes y enlatados que aparecen durante la

transmisión. Como ejemplo, la tercera transmisión analizada (02/11/2023) presenta los recortes que muestran a los y las participantes en la casa «maltratando» al jugador Agustín, acompañados simultáneamente por los tweets en defensa del participante generando así un punto en común en el que se encuentran ambos actores principales de este trabajo: la producción y las audiencias.

A comparación de las primeras ediciones, Gran Hermano 2022 se lleva a cabo en un escenario distinto de consumo de contenidos. La convergencia cultural obliga a los consumidores a repensar sus relaciones con los medios y con la cultura popular (Jenkins, 2006). Se puede concluir que, teniendo en cuenta el corpus seleccionado de la décima temporada de Gran Hermano, es posible encontrar una continuidad en el desarrollo del concurso. Esta se construye a partir de las correspondencias de generación de sentido que se dan entre los televidentes haciendo uso de las redes sociales y la producción del reality show que decide qué mostrar en las pantallas.

BIBLIOGRAFÍA

- Abela, J. A. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*.
- Castro, C. (2002). La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 7(13).
- Castro, C. (2003). *Marcas multiculturales en Gran Hermano. Los casos Español y Portugués* (Tesis de doctorado). Recuperado de <https://hdl.handle.net/10803/4207>
- Duran, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Revista de estudios de juventud* 26. 13-29.
- Eco, U. (1992). *Estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Gomez, C. E., & García, M. E. (2020). La realidad mediatizada: los reality shows en la era de las redes sociales en Argentina. *La Escalera-Anuario de la Facultad de Arte*, (30), 17-37.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jost, F. (2012). *El culto de lo banal: De Duchamp a los reality shows*. Buenos Aires: Librería.
- Morley, D., & Silverstone, R. (2007). Comunicación y contexto. Perspectivas etnográficas sobre la audiencia de medios. *Estudios de Comunicación y Política*, (4), 69-87.

Orozco Gómez, G. (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara-México: IMDEC.

Pozo Pera, M. P. (2018). *Los reality shows: amor y odio en redes sociales* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1513>

Rovito, C. (2004). *Sonríe: Te estamos filmando: un análisis de los reality shows*. Buenos Aires: Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos.