

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.



Tipo de trabajo: Trabajo Final de Licenciatura.

“Relación entre la cultura de la cancelación en X y la narrativa transmedia a partir de la décima edición del programa televisivo Gran Hermano Argentina”.

**Alumno:** Julián Agustín Torancio.

**Tutora:** Yamila Gomez.

**Directora de carrera:** Erica Walter.

**Fecha:** 28 de mayo de 2024

## Índice

<b>Introducción.</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo 1: Cultura de la cancelación.</b>	<b>8</b>
1.1. Historia y evolución del fenómeno.	8
1.1.1. Relevancia de las redes sociales.	12
1.1.2. X (Twitter) y su relación con la cultura de la cancelación.	22
1.2. Impacto de la cultura de la cancelación en la libertad de expresión y el debate público.	25
<b>Capítulo 2: Narrativa transmedia.</b>	<b>27</b>
2.1. Definición y concepto.	27
2.1.1. Simultaneidad de consumo mediático en Argentina.	29
2.2. Concepto de Prosumidor.	34
2.3. La transmedialidad en los reality shows televisivos.	38
2.3.1. La popularidad de los reality shows desde las audiencias.	41
<b>Capítulo 3: Análisis de caso: “Gran Hermano Argentina 2022-2023”.</b>	<b>47</b>
3.1. Descripción del programa Gran Hermano.	47
3.2. Utilización de la transmedialidad en Gran Hermano Argentina 2022 - 2023	49
3.3. Relación entre la cultura de la cancelación en X y Gran hermano Argentina 2022-2023	57
3.3.1. Casos de cancelación de los participantes a través de X y su injerencia en el reality.	59
<b>4. Conclusiones.</b>	<b>67</b>
<b>Referencias bibliográficas.</b>	<b>69</b>
<b>Anexo.</b>	<b>83</b>

## **Introducción.**

Debido a la modernización de la comunicación en el siglo XXI resultado de la digitalización, del uso masivo de distintas redes sociales, de la simultaneidad en el consumo mediático y de la expansión exponencial del internet, comenzó a construirse un camino de aprendizajes y de cambios en los códigos éticos de nuestra sociedad. La “cultura de la cancelación” es un reflejo de todo esto, tratándose de un fenómeno social y una forma moderna de ostracismo que está muy presente en los espacios de interacción en línea, donde no solamente se producen cuestionamientos hacia las personas en sí, sino que también se genera una constante revisión cultural de prácticas cotidianas, costumbres y formas de pensar que son producto de la vida en sociedad. Los casos de cancelación son cada vez más frecuentes, suscitando controversias incluso en torno a situaciones que podrían ser consideradas banales. No obstante, estas instancias aparentemente insignificantes podrían desencadenar efectos perjudiciales significativos en la reputación de individuos y entidades organizativas que pueden ser objeto de cancelación.

A priori, la cultura de la cancelación se advierte de manera recurrente en diversas plataformas de redes sociales, y un claro ejemplo en donde este fenómeno se vuelve notorio es a través de los trending topics de X (antes llamado Twitter), donde constantemente puede verse esta práctica social ser llevada a cabo por diferentes usuarios dentro de la plataforma. X es una red social gratuita que cuenta con diversas funcionalidades que le permiten a sus usuarios poder interactuar entre sí de manera pública, o también de forma privada por medio de su servicio de mensajería. Al relacionar esta plataforma con la cultura de la cancelación, en esta investigación se pone el foco en aquellas funciones que permiten que X se constituya como un sitio ideal en donde se gestan este tipo de fenómenos sociales. Pero la cultura de la

cancelación no se limita solamente a esparcirse en el ámbito de la red y actualmente puede notarse que se extrapola a espacios como el de la televisión. En este sentido, la décima edición del reality show televisivo Gran Hermano Argentina (2022-2023) contó con una fuerte actividad en las redes sociales en paralelo a su emisión por televisión, en donde constantemente se generaban contenidos relacionados con el programa, provocando que el producto original se expanda pero también se transforme por fuera del alcance y planificación de los propios productores, ya que dichos contenidos son apropiados todo el tiempo por terceros ajenos a la producción. En relación a esto, una de las cuestiones que más llamó la atención, es cómo los distintos usuarios manifestaron en reiteradas ocasiones su descontento con los participantes y la producción del reality, en la mayoría de casos, haciendo uso de la cultura de la cancelación a través de plataformas digitales como X resignificando constantemente los contenidos del reality.

El formato de reality show de Gran Hermano en Argentina cuenta con once ediciones hasta el momento, todas estas siguen la misma premisa y cuentan con dinámicas similares entre los participantes, pero una de las cuestiones destacadas en la edición analizada en este trabajo de investigación, es que la producción del programa además de la transmisión por televisión, incorporó medios de transmisión alternativos como el streaming por Twitch o distintos contenidos producidos específicamente para ser subidos en las redes sociales más populares de la actualidad. Esto contribuyó a la generación de una narrativa transmedia de los contenidos del reality, logrando entre otras cuestiones que la audiencia se volviera prosumidora al generar una respuesta y reinterpretación constante de lo visto en el programa, cumpliendo así un rol completamente activo. Por este motivo, el marco temporal de esta investigación comprende desde el inicio de la décima edición del programa televisivo Gran Hermano Argentina el día 17 de octubre de 2022, hasta su fecha de finalización el día 27 de marzo del año 2023.

El objeto de estudio del presente trabajo final de licenciatura, tiene una relación sumamente estrecha con el campo de la comunicación debido a que en él se aborda el análisis acerca del funcionamiento de la cultura de la cancelación, la cual es una práctica social que repercute fuertemente en la forma en que todas las personas tenemos de expresarnos en nuestro contexto actual, interpelados por las interacciones que suceden constantemente en las redes sociales. Además, se debe tener en cuenta que al vincular este fenómeno con el concepto de narrativa transmedia, el análisis se centra en comprender cómo las audiencias interactúan con los medios, subrayando la idea de que es la audiencia quien da forma y redefine activamente el significado del contenido mediático, en lugar de ser meramente receptora pasiva de la información, revalorizando de esta manera la importancia de compartir significados en común en una sociedad en donde la polisemia es una constante. Por ende, se plantea como objetivo general de este trabajo, analizar la relación entre la cultura de la cancelación en X y la narrativa transmedia a partir de la décima edición del programa televisivo Gran Hermano Argentina. Para tal fin, se cumplirá con una serie de objetivos específicos, como distinguir la relevancia de la cultura de la cancelación a través de los años y las formas en las que se manifiesta. Además, reconocer el panorama de consumo mediático en Argentina y la importancia de la narrativa transmedia en la actualidad.

Teniendo en cuenta el objetivo general y los objetivos específicos desarrollados, se plantea como hipótesis de esta investigación que la cultura de la cancelación en X ha tenido una incidencia significativa en la décima edición del reality show televisivo Gran Hermano Argentina, debido al empleo de la narrativa transmedia de los contenidos del programa. La justificación de esta conjetura, es que a raíz de la utilización de la narrativa transmedia como parte de la lógica de producción de Gran Hermano, el programa contó con una mayor repercusión y popularidad, debido a que en las redes sociales y en otros medios de comunicación se generaban contenidos de forma activa por parte de la producción y por

individuos ajenos a ella, esto incluye el aprovechamiento de prácticas sociales como la cultura de la cancelación que sirvieron en cierta medida para contribuir a la lógica de expansión de los contenidos del reality.

En cuanto a los aspectos metodológicos de esta investigación y alineándose con el objetivo general planteado anteriormente, se acude a un diseño no experimental que se aplica de forma transversal. La investigación se realiza de manera correlacional-causal ya que se busca analizar las causas que provocan el fenómeno de la cultura de la cancelación y las consecuencias que provocó en la décima edición del reality show Gran Hermano Argentina a través de la narrativa transmedia.

En este trabajo se apela a un enfoque de investigación cualitativo, debido a que es el que más se adecua a las características y requerimientos de la presente investigación. Así pues, este trabajo final de licenciatura se circunscribe en el denominado como estudio de caso, ya que se aborda empíricamente la relación entre la cultura de la cancelación y la narrativa transmedia a través del análisis de un caso en particular. Esta investigación se realiza dentro del marco de la red social X sobre el programa televisivo de Gran Hermano Argentina, donde se manifiesta el fenómeno a analizar.

Para abordar correctamente el análisis de caso, se emplea la técnica de sistematización bibliográfica basada en el análisis documental, empleando el método de síntesis bibliográfica. En este sentido, para construir la base teórica de esta investigación, el tipo de fuentes consultadas son principalmente libros vinculados al ámbito de estudio de la opinión pública y de la comunicación, artículos académicos, revistas académicas, tesinas, artículos periodísticos online, publicaciones y videos en redes sociales a través de un correspondiente monitoreo. Todas estas fuentes pueden consultarse en las referencias bibliográficas de este trabajo.

Adentrándonos en el contenido de esta investigación, se puede inferir que en Argentina y en el resto del mundo, la vida cotidiana de las personas se encuentra atravesada por el uso de distintas plataformas sociales digitales que cumplen un rol fundamental en las interacciones sociales, inclusive permite que nos comuniquemos desde el anonimato si así lo deseamos. Dicho esto, en el siguiente capítulo, se indaga en la cultura de la cancelación como fenómeno social desde diferentes teorías y sobre el rol fundamental que cumplen las redes sociales para permitir su difusión.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR