



**INFORME FINAL DEL TRABAJO
PRÁCTICO
"NUEVAS CONDICIONES DE
CIRCULACIÓN DISCURSIVA"**

SEMIÓTICA DE REDES

Cátedra: Carlón

Comisión de prácticos 24

Prof. Josefina De Mattei

"Se hace la vistima"

Grupo:

Mailén Cáceres

Denisse Cutuli

Pablo De Cecco

Abril Hermosi

Laura Pacín

Delfina Vanni

7 de Noviembre

2019

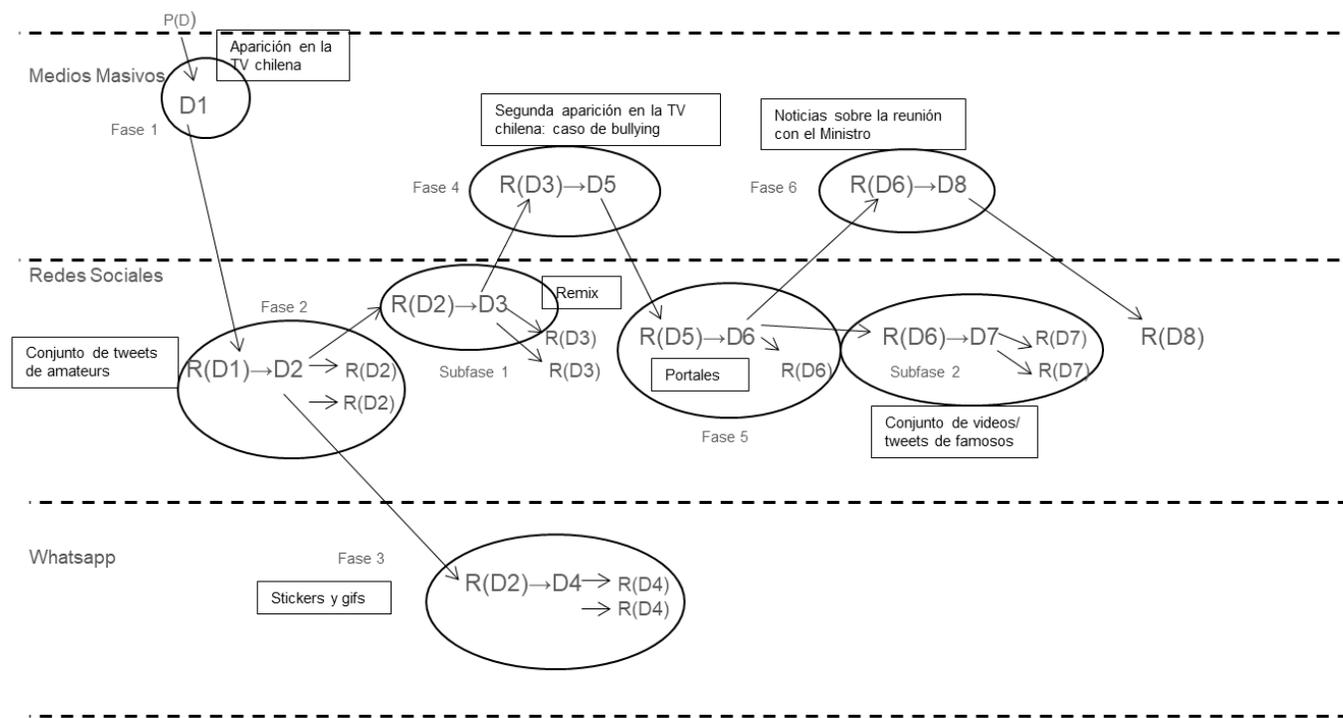
Nuevas condiciones de circulación discursiva

El 26 de marzo de 2019 la señora Elizabeth Ogaz realiza una entrevista para el programa “Bienvenidos” del canal 13 de la televisión chilena. Lo que ella no sabía es que se volvería en motivo de risa para gran parte de latinoamérica. La protagonista de nuestro caso era la empleada doméstica del ex dirigente de fútbol chileno, Sergio Jadue, y su señora, María Inés Facuse. Ellos se encontraban en pleno conflicto amoroso así que se la invitó a Elizabeth a dar su opinión al respecto. Durante la nota, la señora dice la palabra “vístima” en vez de “víctima”, y desde ese momento inicia una explosión en las redes sociales.

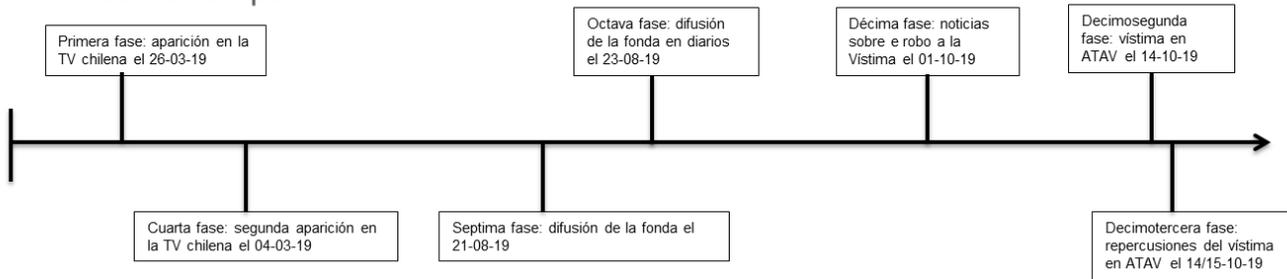
Lo particular del caso fue, que debido a la gran repercusión que tuvo en las redes la equivocación de Elizabeth, ella tuvo consecuencias en su forma de vida. A través de la dimensión diacrónica de su circulación y la descripción de las fases podremos dar cuenta de la trascendencia que tuvo el caso en ambos sistemas de medios. Luego presentaremos la dimensión espacial donde se expone en qué posición se situaron los enunciadores a lo largo de todo este fenómeno hipermediático.

Nuestro objetivo es poder exhibir los distintos cambios en la circulación del caso, para así poder ver como un fenómeno hipermediático de tipo humorístico afectó tanto la vida de su protagonista.

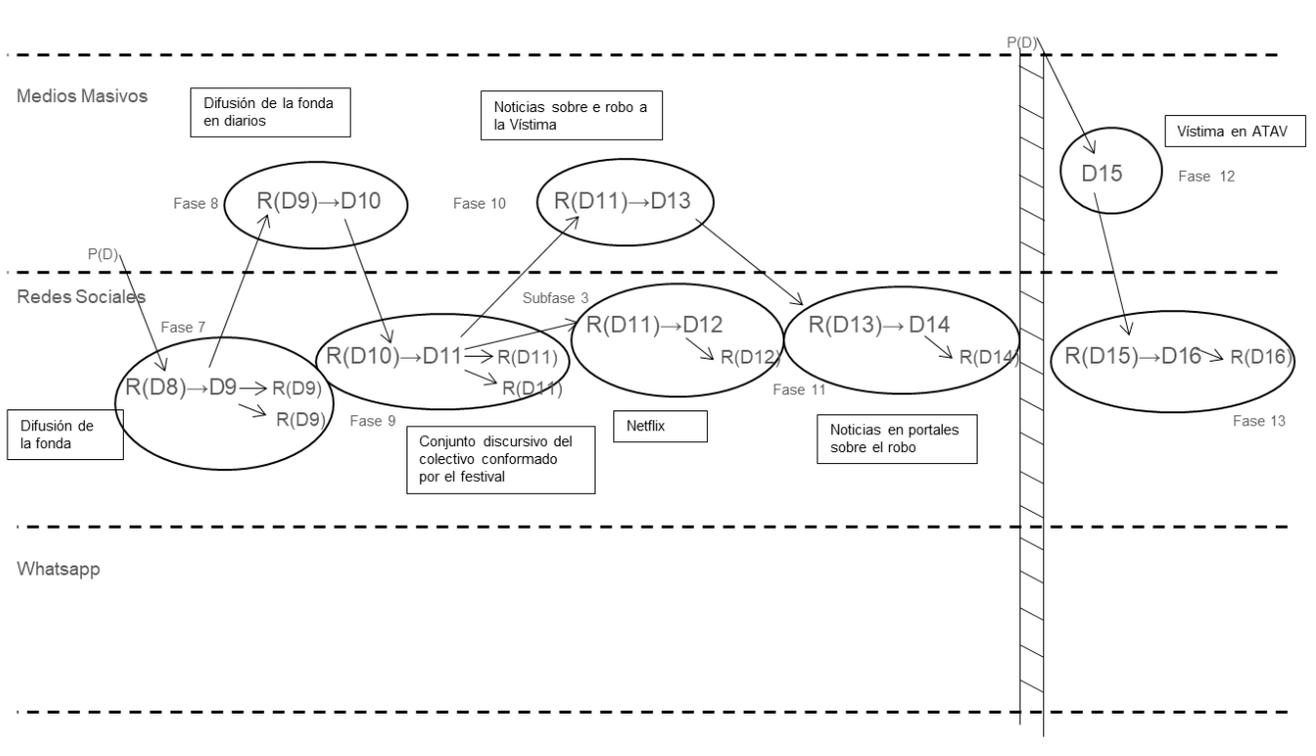
Nivel de observación diacrónico



Línea de tiempo



Para analizar nuestro caso de estudio, tomamos como discurso objeto (D1) la entrevista realizada por el programa de tv chileno “Bienvenidos” a Elizabeth Ogaz, a raíz del cual comienza la viralización. Las condiciones de producción de D1 responden al escándalo sucedido entre Sergio Jadué y Maria Ines Facuse, cuando ésta última denuncia en un programa radial que su esposo le había sido infiel. Ogaz, al ser la empleada doméstica de la casa de la pareja, es entrevistada para dar su relato sobre los hechos, y al momento de opinar sobre la mujer, la acusa de “hacerse la vístima” en lugar de decir “víctima”, lo cual hace que el caso descienda a las redes sociales por ser retomado por múltiples internautas amateurs en sus enunciados, riéndose de la situación al descubrir a la mujer como objeto cómico (en su momento, en el programa nadie dijo nada al respecto, este descubrimiento recién se da en los reconocimientos en Twitter R(D1), primero de los televidentes que miraban el programa, y luego a partir de ser tan comentado, de aquellos internautas que se vieron atraídos por dichos tweets y buscaron el origen de la palabra, a que se debía tanta repercusión). Todo esto sucede en la primera y segunda fase (“Nace la vístima” y “Vístima de las redes”) que se dan con un pequeño desfase entre producción y reconocimiento, el mismo día en que surge D1 (26/03/2019). Además, en paralelo a esto, se utilizó la palabra en conversaciones y estados de whatsapp, al igual que se crearon gifs y stickers con la imagen de la señora en la entrevista R(D1). Desconocemos el tiempo en el que se crearon o aparecieron y tampoco podemos establecer con certeza las fechas ante la imposibilidad de acceder a absolutamente todas las conversaciones de whatsapp y así ver cuál fue el primer discurso en reconocimiento pero, teniendo en cuenta lo dicho y en base al corpus que pudimos recolectar, tenemos en nuestro registro que a partir del 2/05/2019 se utiliza “víctimas” en conversaciones y el 25/05/2019 tenemos un primer reconocimiento en estados.



Gracias a toda esta repercusión, el caso va ascendiendo R(D2), pero en el mismo sistema, por lo cual nos encontramos con la subfase 1 (“Vístima musical”) que corresponde al remix en youtube (D3) publicado el 27/03/2019. El D3 sumado a la gran cantidad de discursos que se venían produciendo en reconocimiento, y sobre todo a partir de su viralización, generan que el caso ascienda nuevamente al sistema de medios masivos R(D3) dando lugar a una nueva entrevista a Elizabeth (D5) (03/04/2019), pero esta vez como fenómeno mediático que había circulado en redes, y que la impulsa a denunciar que estaba padeciendo bullying, ya que en la calle se reían de ella o le decían “ahí va la vieja vístima” (4ta Fase: “Vístima de bullying”). Rápidamente, va a tener sus reconocimientos en varios portales digitales de distintas partes de América Latina R(D5) que van a reproducir las declaraciones, lo que significó un descenso hacia el sistema de medios con base en telefonía e internet y, por lo tanto, una quinta fase (“Vístima de portales web”). Entre ellos: NTN24 (13/05/2019), ViaPaís (Argentina 22/04/2019) Guatevisión (Guatemala 25/04/2019), Nuevodiarioweb (Argentina 09/04/2019), Pulzo (Colombia 22/04/2019), entre otros.

Como R(D2) también tenemos los tweets de los internautas profesionales, famosos, que se apropian de la palabra y producen nuevos discursos en distintas redes sociales(D7): Candelaria Tinelli, por ejemplo, la utiliza en una historia y luego en los comentarios de un posteo (26/07/2019); Flor Vigna lo mismo pero usando el remix de fondo de la storie (21/08/2019); Bad Bunny en un tweet (23/04/2019); y el posteo de J Balvin del 03/06/2019. Esto constituye a la subfase 2: “La vístima irrumpe en el ámbito de la farándula”. También @NetflixLAT, al ser una institución internacional y contar con más seguidores (2.000.000), da cuenta de un mayor estatuto. En un tweet (R(D2)|D7) piden que los internautas respondan con aquellos personajes que están en “modo vístima”.

El caso continúa circulando en redes, pero adquiere nuevos reconocimientos cuando, a raíz de la viralización, se contrata a Elizabeth para que participe de las fiestas patrias del 18, 19 Y 20 de septiembre, teniendo su propia fonda. Comienza difundirse el afiche y el video mediante tweets y portales digitales, especialmente el 21 de agosto que es cuando surge la propaganda (D9) abriendo una septima fase, que luego gracias a un salto hipermediático va a dar lugar para la octava fase que es cuando aparece en la sección de actualidad del diario “La Estrella de Valparaíso” la invitación (23/08/2019). El caso vuelve a descender a redes sociales por todos los internautas que hablan en favor y en contra de la fonda, e inclusive armando un colectivo

en torno a la fiesta (fase 9: del 21 de agosto al 18 de septiembre). A causa de los reconocimientos R(D9) que tuvo la fonda, el caso retoma interés y es por eso que vuelve a dar un nuevo salto hipermediático (decima fase: D9) cuando la señora sale en la tapa del diario "El Observador" declarando que le habían robado en la madrugada del pasado 21/09, a punta de pistola, lo que ganó en su fonda (01/10/2019). Esto es retomado por los portales digitales el mismo 01/10 R(D13) que van a hacerse eco de la noticia, por lo cual el caso vuelve a descender (Fase 11).

La fase número 12 corresponde a lo sucedido en una novela argentina que se transmite por canal 13 "Argentina, tierra de amor y venganza" P(D) , donde la protagonista dice "vistima" como parte de su guión en una escena dramática (15/10/2019). Rápidamente, los internautas van a retomar lo sucedido y van a enunciarlo en sus tweets constituyendo de esa forma la última fase número 13.

De esta manera, damos cuenta de nuestro análisis del caso como correspondiente al de una circulación hipermediática vertical/horizontal. Es decir que están en juego relaciones intra e inter sistémicas. Durante el período monitoreado notamos que hay direcciones ascendente y descendentes continuas, cada muy escaso intervalo de tiempo. Además, es un caso que nunca cesó de circular, sino que todos los días vemos reconocimientos, especialmente en redes sociales, que se van multiplicando cada vez más. Es mayor el tiempo de la circulación horizontal si se quiere, pero inclusive dentro del mismo sistema de redes sociales y medios digitales, se dan cambios de estatuto continuo y no se mantiene netamente a un mismo nivel, por lo tanto, en las relaciones intrasistémicas hay pequeños cambios en la escala de mediatización que se van a mantener hasta el final. Es seguida también la relación intersistémica, más allá de que sean menos, no se deja correr mucho hasta que vuelven a suceder, el máximo hiato temporal que hubo en el sistema de medios masivos tiene una temporalidad de 4 meses.

El mayor "caudal" de discursos en reconocimiento se produce en redes sociales, por un lado como réplica a lo que sucedía en los medios masivos con las apariciones de Elizabeth, muy especialmente luego de la segunda entrevista pero más relacionados con el discurso objeto que con el D3. Otro momento relevante de la circulación se dió con todo lo relacionado a la fonda, desde la propaganda hasta el robo, hay gran cantidad de tweets de internautas amateurs sorprendidos ante la situación. Sin embargo, todos los memes, gifs, stickers, vídeos e imágenes, y producciones discursivas incorporando la palabra "vistima" se dieron en el período de marzo a junio con mayor periodicidad, cuando el flujo de la circulación discursiva aumenta de forma considerada.

| |
|-------------------------------|
| Nivel de observación de fases |
|-------------------------------|

Primera fase: "Nace la *vístima*"

El fenómeno hipermediático comienza con el programa de televisión chileno "Bienvenidos", en el que es entrevistada Elizabeth Ogaz, el día 26 de marzo de 2019, que será nuestro discurso objeto (D). Su participación se debe al escándalo que involucra a sus jefes (Sergio Jadue, el ex dirigente de fútbol chileno y su ex esposa), que tiene su origen en las declaraciones de Maria Ines (ex esposa) en un programa de radio, afirmando que su marido le había sido infiel P(D). Al ser la empleada doméstica del hogar, se le pregunta acerca del conflicto, y al dar su parecer sobre la mujer pronuncia mal la palabra "víctima" diciendo "*vístima*". El error llama la atención de los televidentes, quienes van a utilizar las redes, específicamente twitter en primera instancia, para producir discursos riéndose de la situación R(D). Es por esto, que nombramos esta fase como un "nacimiento".

Segunda fase: "*Vístima* de las redes"

Al estar hablando de redes, dejamos entrever que se produjo un descenso, un cambio de sistema, y como tal, otra fase. Durante el 26 y el 27 de marzo comienza a usarse la palabra "vistima" R(D) en Twitter, Facebook e Instagram, para darle un nuevo sentido a lo que se quiere decir o simplemente como discurso risible en redes para retomar esa primera materialización, como sucede en el caso de twitter, donde encontramos múltiples reconocimientos y producción de discursos que incluyen frases "Creo que la Josefa se hace la VISTIMA de todo

esto" @marck_28 posee 17 me gustas y 1 retweets, "Una siempre se hace la VISTIMA" @poesiapagana posee 1 me gusta y 1 retweets, entre muchos más (D²). A ello se debe el nombre de esta fase.

Subfase uno: "Vistima musical"

En la plataforma YouTube, un internauta crea un remix con la imagen de la entrevista dada por Elizabeth Ogaz, donde de fondo tiene una canción de reggaeton mezclada con su voz (R (D1) / D3). Se trata de Steven YUTU cuyo video es creado el 27 de marzo y cuenta con 352,782 visualizaciones, 6785 likes, 362 dislikes y 385 comentarios y él tiene 2.58K de suscriptores). En este caso se llama "Vistima Musical" porque hacemos referencia a la música creada por los internautas amateurs.

Tercera fase: "Whats up vístima"

A partir del gran despliegue y alcance de la "vístima" en las redes sociales R(D), se crearon stickers y gifs con una imagen de la entrevista junto a la palabra en distintas fuentes de letras en Whatsapp(D4), de las cuales no sabemos la fecha exacta en que fueron creados por la imposibilidad que representa acceder a absolutamente todos los mensajes privados de los usuarios, pero que, según el corpus recolectado, para el 2 de mayo ya estaba siendo utilizado un gif. El contexto de los mismos son conversaciones cotidianas entre internautas amateurs. En este caso esta fase se llama "Whats up vistima" porque hicimos un juego de palabras con el nombre la red social en la que comienza a circular y la pregunta "¿Que pasa?" en inglés.

Cuarta fase: "Vístima de bullying"

Luego de la multiplicidad de reconocimientos que tuvo en redes R (D5) , Elizabeth vuelve a aparecer en la televisión el 03/04, pero esta vez para denunciar que está padeciendo bullying desde el error cometido (D5). Afirma que no puede caminar por la calle en paz, ya que le gritan "ahí va la vieja vístima" y que sus hijos tienen que salir a defenderla. Además resalta que mientras todos se están riendo de ella y es cada vez más conocida, ella sigue siendo igual de "pobre". Incluso, esta denuncia va a ser tomada también por un diario chileno, quien la va a reproducir en sus páginas.

Quinta fase: "Vístima de portales web"

Gracias a la cuarta fase, el caso desciende nuevamente a Internet, ya que es retomado por portales como por ejemplo: "Biobiochile", "MSN Noticias" (Chile),"Informate Salta" (Argentina),"Pulzo" (Colombia), "Noticias24" (Venezuela), entre otros R (D6) que reproducen todo lo dicho por la señora en el programa, dejando entrever un posicionamiento tácito en contra de la burla y la situación que estaba padeciendo, resaltando la manera en que perjudicaba esto a su vida (09/04 al 13/05). En este título se hace referencia a cómo los portales web trataron el tema del bullying con Elizabeth Orgaz y como de todas formas siguió en circulación en las redes sociales.

Subfase dos: "Vistima irrumpe en la farándula.y en Netflix"

La palabra "VISTIMA" fue utilizada por distintos famosos (R (D2) / D7) para acompañar sus publicaciones en las redes sociales, algunos de ellos fueron: un tweet de Bad Bunny (@sanbenito 23/04/2019 que cuenta con 26.391 retweets y 60.725 me gusta, y 604 comentarios R(D5)); Cande Tinelli en una historia y luego en los comentarios de un posteo (26/07/2019 Instagram, posee 3.8 mil seguidores); Flor Vigna lo mismo pero usando el remix de fondo de la storie (21/08/2019 Instagram posee 4.6mil seguidores); J Balvin en un posteo del 03/06/2019, en el que utiliza como pie de foto la frase "Me regañaron- la vistima" que cuenta con 706.418 me gusta (Instagram, posee 34.2 mil seguidores), entre otros. Se instaló tanto en la sociedad que también fue utilizada para merchandising como remeras, con frases como por ejemplo: "Viernes con V de VISTIMA" (@bylaconejachina la cual posee 361.000 seguidores). El nombre de la fase se debe a que Internautas Profesionales utilizan la palabra para sus construcciones discursivas.

La palabra "VISTIMA" fue tan utilizada por los internautas, que hasta Netflix Latinoamérica la utilizó en su Twitter oficial el día 25 de Junio del 2019 "Nombren los fans de series o películas que se hacen las "VISTIMAS", la misma tuvo 226 retweets y 3.275 me gustas (R (D2) / D7).

Sexta fase: “Reunión con el Ministro”

Elizabeth Ogaz se reunió con el Ministro de Bienes Nacionales, Felipe Ward, que se comprometió a brindarle una mejor vivienda para que la mujer pueda vivir en mejores condiciones. La noticia (D8) fue publicada en Las Últimas Noticias(19/7) y Hola Chile (22/7) y se producen diferentes reconocimientos.

Septima fase: “La fonda de la vistima”

A causa de la repercusión que tuvo el caso en las redes sociales, Elizabeth Ogaz pasó a ser una persona reconocida, gracias a lo cual es contratada por una productora para participar de una fiesta patria, y así tener su propia Fonda llamada “No te hagai la VISTIMA” que fue ampliamente difundida en redes (D9), especialmente el 21/08.

Octava fase: “La fonda de la Vistima en el diario”

La publicidad, gracias a la difusión que tuvo en redes, también es publicada, en las páginas del diario chileno “La Estrella de Valparaíso” el 23/08/2019 (D10).

Novena fase: “Las vistimitas en la fonda”

La noticia desciende nuevamente a las redes sociales (D11) donde se crea un grupo en Facebook para ir al evento de la Fonda de Ogaz el cual posee 922 miembros. Al mismo tiempo se crean paginas de seguidores como “La Vístima” donde se encuentran 13 mil me gustas. En el título podemos ver el nombre que se le pone a los fans en las redes sociales. Todo esto sucede del 21/08 al 18/09.

Tercera subfase: “La vuelta a Netflix”

Netflix vuelve a Tuitear haciendo mención a la Vístima generándose así un nuevo discurso (D12): “Hoy voy a hacer maratón hasta tarde y mañana me haré "la vístima" con sueño. No importa cuándo leas esto”.

Decima fase: “Vistima de los ladrones”

Nuevamente Elizabeth Orgaz es noticia en los Medios Masivos (D13), esta vez por un robo que sufrió luego de la Fonda, donde le sacaron la plata recaudada en la Fonda. Es por ello que sale en la tapa del diario “El Observador” el 01/10.

Décimoprimera fase: “Portales web retoman el robo de la Vistima”

El caso como ocurrió anteriormente, descendió a los portales web (D14) para reproducir lo dicho en el diario, el mismo 01/10.

Décimosegunda fase: “Raquel nueva Vistima #ATAV”

En la telenovela argentina de Canal 13, uno de sus personajes tiene como parte de su guión P(D) un diálogo en el que dice “No se peleen por favor... ella también es vistima” (D15). Esto sucede en el capítulo que se transmite el día 15/10.

Décimotercera fase: “Vistimas de #ATAV en Twitter”

Lo dicho por el personaje de la “China” Suárez fue tomado por los seguidores, los cuales inmediatamente empezaron a reproducirlo por las redes sociales, en especial Twitter donde colocaron Gifs, fotos y discursos que hablaban sobre lo sucedido en la novela (D16). De acuerdo a la actividad en las redes, se generan nuevos fans de “La Vistima” a través de la utilización del hashtag de #ATAV.

| |
|----------------------------|
| Nivel de observación micro |
|----------------------------|

Fase 1: nace la vístima en la TV

Dentro de un medio masivo aparece un testimonio de una ciudadana a pie, Elizabeth Ogaz, que relata con total normalidad pero produciendo un error de pronunciación, diciendo “vístima” en lugar de “víctima”. Esto pasa desapercibido en el programa.

Fase 2: Vístima de las redes

Los espectadores, a los que el testimonio de la mujer les pareció cómico, toman en su posición de internautas amateurs la palabra “vístima”, o conjugaciones de “hacerse la vistima” para usar en el remate de múltiples tweets y memes (todos breves). En muchos casos, utilizan también la imagen de la mujer, ya sea una simple captura de su cara o dentro de un fotomontaje. Estos espectadores se convierten en participantes activos del discurso. Twiteando, por ejemplo: “Heredé el mismo mal genio de mi mamá y ahora se hace la vístima”.

Fase 3: Whats up vistima

Los internautas amateurs, además de publicar este contenido en las redes sociales, lo hacen simultáneamente en sus conversaciones habituales en whatsapp entre pares mediante stickers y gifs. Es por eso que decimos que se realiza una circulación descendente horizontal.

Subface 1: vistima musical.

Cambio de escala intrasistémico intermediático. Un individuo profesional dentro de Youtube crea el “Remix” y el meme adquiere mayor alcance que con los chistes de los simples usuarios de las redes sociales. La comunicación sigue sin escaparse de las redes sociales por lo que se trata de una circulación horizontal. Aún así, no se crean usuarios dedicados exclusivamente a subir contenido sobre la “vístima”.

Fase 4: vistima del bullying vuelve a TV

Se denuncia un acto de bullying que realizan los memes, de adentro de las redes hacia el mundo exterior, puntualmente las bromas que le realizan los vecinos a Elizabeth Ogaz. Emergen colectivos que rechazan lo risible a costa de una persona, pero esto no disminuye la circulación de los memes, todo lo contrario. El tema toma relevancia, se produce un cambio de escala intersistémico. Si bien es la primera vez que en los medios masivos se habla del tema, este cambio de fase ayuda no solo a crear empatía por la señora sino también a aumentar la reproducción de memes. De igual manera, al ser una fase dentro de un medio masivo, en ningún momento se realiza una producción risible sobre el tema en este momento, de hecho se lo trata con seriedad.

Fase 5: Vistima de portales web

Cambio de escala intersistémico intermediático. Su reconocimiento es masivo y esto se replica en los nuevos medios, principalmente en los portales web. Replican la denuncia del bullying, pero no producen nada risible dentro de la producción “vístima”. ViaPaís titula, por ejemplo: “El calvario de la mujer que se volvió vital tras decir “vistima” en televisión”.

Subfase 2: Víctima irrumpe en la farándula.

Cambio de escala intrasistémico intermediático. Individuos profesionales con reconocimiento internacional y alto alcance en las redes incorporan “vistima” en su vocabulario para producciones risibles, incorporándose al colectivo. Por ejemplo: J Balvin postea una foto en instagram con el comentario “Me regañaron- la vistima” Por primera vez, una institución mediática incorpora la palabra “vistima” dentro de la comunicación oficial para producción risible. Netflix tuitea “Nombren a los fans de series o películas que se hacen las “vístimas””.

Fase 6: La fonda de la vístima.

Organizado por parte de un productor con el uso de imágenes de la Vístima. Por primera vez en redes sociales este tipo de uso es aprobado por Elizabeth Orga y recibió dinero. Primera vez que hace uso para beneficio propio de su nuevo estatus de internauta profesional. Se crean dos colectivos al respecto, los que están a favor de que la señora organice una fonda y los que no están de acuerdo, recordando que ella no quería ser vinculada con la palabra “vístima”.

Fase 7: La fonda de la víctima en el diario

Circulación ascendente de la comunicación del evento, se genera un salto de escala intersistémico. Los diarios retoman la noticia de las redes, amplificándola.

Fase 8: Las victimistas de la fonda

En este momento se crea un grupo de facebook dedicado a la fonda y una página de fans de la víctima. Este colectivo fue producido por un discurso unidimensional orientado, puramente persuasivo, sin una construcción argumentativa, por lo cual no perdura en el tiempo

Fase 9: Víctima de los ladrones

Elizabeth Ogaz vuelve a irrumpir en los medios masivos para realizar una denuncia, pero esta vez lo hace porque le robaron el dinero que había recibido por la fonda. En la portada de la edición impresa de “El observador” de Chile del martes 1 de octubre de 2019, por ejemplo, aparece una imagen de Elizabeth acompañada del texto: “La víctima” dice que a punta de pistola le robaron lo que ganó en su fonda”.

Fase 10: Portales web retoman el robo a la Víctima

Circulación descendente. Los portales web retoman la información de los medios masivos. Al mismo tiempo se generan dos posturas en el colectivo: uno con aquellos individuos que repudian el accionar de los ladrones y aquellos que se ríen de lo sucedido. Ambos actúan en las redes sociales como individuos amateurs.

Fase 11: Raquel nueva Víctima #ATAV

Una telenovela (Argentina tierra de amor y venganza) incluye a “víctima” como parte del vocabulario de uno de los personajes, siendo usado dentro de una comunicación entre un enunciador y un enunciatario diegético, dentro del mundo de la ficción.

Fase 12: Víctimas de #ATAV en twitter

El nuevo uso de la palabra, con uso cómico, en un contexto distinto (el de ficción) atrae a un público nuevo y recuerda de su existencia a los ya experimentados (esto es x meses después de la primera fase). Se potencia, otra vez, en todas las direcciones. amplificándose el conocimiento intra-sistémico (en la red) e inter-sistémico (fuera de la red: incluyendo a los espectadores de la telenovela que desconocían el término cómico).

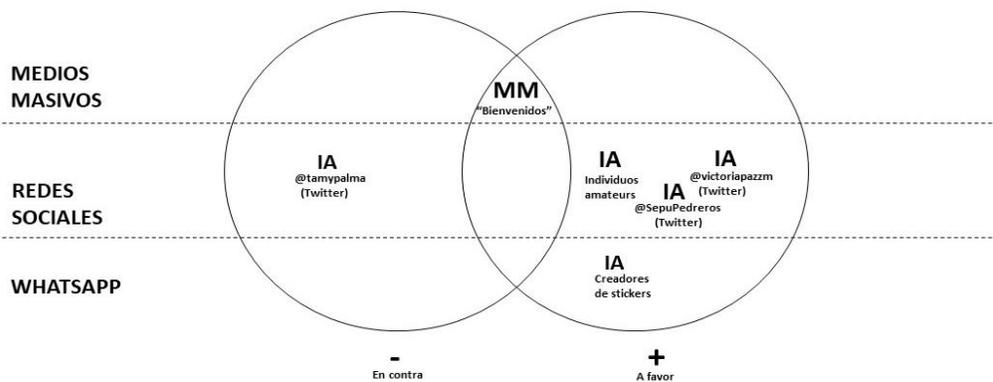
En Twitter, la usuaria @Barbiebarbz6 postea: “IVONNE S UNA VICTIMA VICTIMA VICTIMA VICTIMA VICTIMA estoy tentada #ATAV” acompañada de una imagen de Elizabeth Ogaz en el momento en el que da el testimonio inicial.

| |
|----------------|
| Nivel espacial |
|----------------|

Antes de su denuncia de bullying y después de su denuncia de bullying.

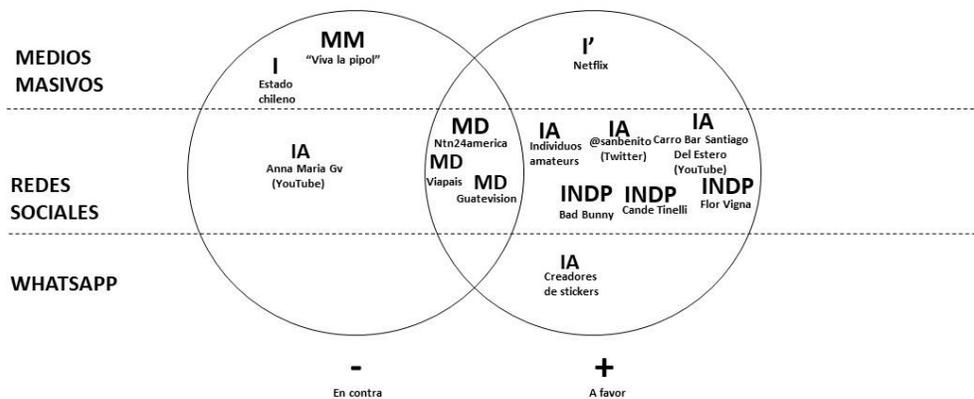
ANTES

BURLA



DESPUÉS

BURLA



Referencias:

Quiebre: Segunda aparición de Elizabeth Ogaz en televisión

MM: Medios masivos; **MM’:** Programa “Bienvenidos” del canal 13 de Chile; **MM’’:** Programa “Viva la pipol” del canal Chilevisión

IA: Individuos amateurs, que retoman el discurso en redes sociales

I: Institución: Estado chileno

I’: Institución: Netflix

MD: Medios digitales: Viapais, Guatevision, Ntn24america

INDP: Individuos profesionales: Bad Bunny, Cande Tinelli, Flor Vigna

La palabra “vístima”, luego de que fuera dicha por Elizabeth Ogaz en una entrevista televisiva (**MM’**), fue retomada por una gran cantidad de individuos amateurs (**IA**) en las redes sociales y WhatsApp, los cuales le daban una impronta burlesca a su uso.



Fueron muy pocas las publicaciones de individuos amateurs (**IA**) que se opusieron a la burla hacia Elizabeth por haber dicho “vístima”.



El tercer día del mes de abril, Elizabeth Ogaz dio una entrevista en el programa “Viva la pipol”, perteneciente al canal Chilevisión **(MM’)**. En esta entrevista, denunció estar siendo víctima de bullying en consecuencia de haber pronunciado mal la palabra “víctima”. Éste hecho provocó que el programa acompañara la denuncia de bullying y se posicionara en contra de la burla, y, generó la aparición en la escena del Estado chileno **(I)**, el cual se hizo cargo del tratamiento médico que necesitaba Elizabeth. Por otro lado, continuó el uso en WhatsApp y redes sociales de la palabra “víctima” a favor de la burla, pero ya no solo por individuos amateurs **(IA)**, sino que la retomaron individuos profesionales **(INDP)** (como Cande Tinelli) y el usuario de Twitter oficial de Netflix **(I’)**.



Conclusiones

El caso “Se hace la vistima” llamó nuestra atención al ser un fenómeno hipermediático que involucró a una señora que no estaba introducida en los medios digitales. Cuando Elizabeth Ogaz pronuncia mal la palabra “víctima” y en cambio dice "vistima", en el programa Bienvenidos de la televisión chilena no tenía idea la repercusión que esto tendría en el mundo de las redes sociales. Así es como el caso que comenzó en los medios masivos automáticamente descendió a los medios digitales.

A través de la dimensión diacrónica de su circulación y la descripción de las fases podemos dar cuenta de cómo fueron los internautas amateurs quienes le dieron entidad al caso. Al escuchar la palabra “vistima” en televisión, inmediatamente los usuarios de twitter estallaron la red. Ese fue el comienzo del camino a la fama de Elizabeth. Los mismos usuarios generaron stickers y gifs en whatsapp. Hasta se hicieron remixes en youtube. Sin embargo toda la fama y risas que causó Elizabeth no la hicieron sentir bien, genera su segunda aparición en los medios para declarar todo el bullying que estaba sufriendo por decir mal la palabra “víctima”. De esta manera se pueden advertir transformaciones en los discursos de los medios masivos chilenos, ya que, en la primera fase (“Nace la vistima”) se posicionan neutralmente, pero luego de que Elizabeth Ogaz denunció ser víctima de bullying (fase 4: “Vístima del bullying”), pasaron a defenderla y oponerse a la burla que estaba recibiendo. Incluso, cuando nuestra protagonista anuncia su fonda (fase 6), ellos mismos se ocuparon de publicarla. Los medios masivos mantuvieron esta postura hasta el último cambio de fase capturado.

Podemos observar que desde Bad Bunny hasta Netflix Latinoamérica se suman a los usuarios que incorporan “vistima” en su vocabulario”. Y aquí lo llamativo del caso es que la gran mayoría de los internautas naturalizó la palabra como la que en verdad se utiliza al querer decir “víctima”, no es que solo quedó en una mera situación cómica del momento. Esta es la gran diferencia entre los discursos generados en las redes sociales y los generados en medios masivos. El discurso de estos últimos tuvo un carácter informativo constante, su fin era contar lo que le sucedía a la protagonista de nuestro caso. En cambio, en los medios

digitales donde se desarrolló la serie de comentarios, twits, etc, su principal característica fue el uso en común de la palabra, aplicada a situaciones serias para darle un toque humorístico o recurrir a cierta complicidad con los demás usuarios. De esta manera un caso que arrancó con un sentido, comentar el conflicto amoroso de una pareja chilena, concluyó con otro sentido completamente diferente que es la incorporación de “víctima” al vocabulario cotidiano. Esto se refleja claramente al comparar la primer fase del caso con la última (fase 11), que es la correspondiente a los reconocimientos respecto a lo sucedido en la novela. Empezó como algo serio en un programa de tv, pero terminó en una situación graciosa, en otro país distinto al que surgió, con gran volumen de contenido generado por los usuarios.

Teniendo en cuenta lo visto durante el año, sostenemos que trata de un discurso propio de la cultura contemporánea, de una sociedad hipermediatizada ante la existencia de un nuevo sistema de medios y por la producción de internautas. Las novedades que presenta son, por un lado, en cuanto al discurso artístico, la intensificación de las operaciones de apropiación e intervención del arte contemporáneo que aparece en las producciones discursivas de los amateurs (gifs, stickers, memes) contextualizada en el avance de la digitalización y la crisis de los medios masivos, que posibilita dicha producción en gran volumen de aparición y todo el tiempo. Hablamos de redes de medios donde cada cuenta se constituye como un medio de comunicación dentro de ellas, detrás de las cuales se encuentran sujetos activos que opinan, comentan y comparten (es imposible que hablemos de este caso si los espectadores no twitteaban el error cometido; si no lo retwitteaban y lo llevaban a otras redes sociales, si no empezaban a producir contenido incluyendo “víctima” en ellas, si no seguía la circulación, al fin y al cabo). Se trata de nuevas condiciones de producción, ya que hoy no es necesario ser una institución para que se viralice un caso o para que tenga reconocimientos una noticia o suceso, lo que permite una nueva circulación. Nuestro caso, si bien empieza en los medios masivos, cobra relevancia gracias a la acción de los internautas, de otra manera nunca hubiese podido producirse la segunda aparición en tv ni todo lo que sobrevino después.

En cuanto al discurso humorístico, característico del caso y central de nuestra comisión, teniendo en cuenta las maneras específicas de proponer lo risible (los cuatro regímenes enunciativos basados en la tipología freudiana de lo reidero), establecemos que se trata de un discurso cómico, ya que hay una relación de dos: entre el objeto cómico que se descubre (se la constituye a Elizabeth como tal) y el enunciadore/enunciario que descubre en ella ese objeto. La fuente de placer se encuentra en el preconiente, dado por los dos gastos investidura: expectativa (que pronuncie la palabra víctima “normalmente”) y lo que en realidad sucede (la equivocación al decir “víctima”). Se produce la burla, género propio de lo cómico, construyendo una relación enunciativa donde se expone la intención de ridiculizar, de degradar al objeto (en los tweets, los estados de facebook, los videos de youtube, etc). Para eso es necesario que se construya también una distancia afectiva para poder reírse de ese objeto, o para que cause placer. Además, otra característica del discurso humorístico en la era contemporánea es que, al no haber fuerte regulación institucional, se produce “cyberbullying” (que es lo que finalmente ella denuncia) y un ascenso de la burla a lo mediático. Cualquiera puede ser objeto de burla y puede expandirse hacia otras plataformas; la única “regulación” que existe es el posicionamiento de los medios masivos y de los enunciadore con estatuto, como se graficó anteriormente en el nivel espacial.

De esta forma, concluimos el análisis del caso como característico de una sociedad hipermediatizada.