



“La pizza de Argentina es la mejor del mundo”

Killadamente y su paso por Argentina

Semiótica de redes

Cátedra Mario Carlón

Profesora: Josefina De Mattei

•••

Julia Cohen

Delfina González Fenoy

Constanza Alonso

Tomás Teicher

Sofía Díaz Vélez

Pablo Vilela

Killadamente

Hemos realizado este trabajo con el objetivo de analizar y describir la circulación en los medios masivos y medios con base en internet del paso de la instagrammer @Killadamente por Argentina.

La guía se dividirá en distintos niveles: uno de observación diacrónica, otro de observación de fases, otro de observación micro y uno sobre el nivel espacial. Al final del informe se darán a conocer las conclusiones.

Nivel de observación diacrónico

Adjuntamos el gráfico de circulación del caso con sus respectivas indicaciones¹.

La circulación hipermediática que posee el estudio de este caso es ascendente-descendente. Consta de 7 fases, de las cuales las 1,3 y 5 tienen una dirección comunicacional ascendente; las 2,4 y 6 tienen una dirección descendente; y la 7 una horizontal. Cada una de ellas tiene una temporalidad diferente.

En nuestro caso podemos notar una circulación vertical horizontal, debido a que en el comienzo de la circulación Killadamente publica en su Instagram su llegada a Argentina el 21 de mayo de 2019. Este posteo se difunde por las redes (principalmente Twitter e Instagram) y recibe respuestas de famosos como Lali Espósito (en Twitter).

Ese mismo día por la tarde, se da un salto intersistémico, cuando Killadamente llega a los medios masivos tales como *Pamela la tarde* (TV) y *Generación Perdida* (Radio). Su aparición por primera vez en los medios argentinos repercute en los medios con base en internet ocasionando un descenso intersistémico. Sin embargo, el salto ascendente más grande se da a la noche del 21 cuando ella aparece en *Bailando por un sueño*, el programa argentino con más rating, conducido por Marcelo Tinelli. Esto generó un gran revuelo en redes, llegando a ser tendencia en Twitter debido a que Tinelli expresó que no la conocía, desestimando sus 7 millones de seguidores y mucha gente salió a apoyarla y reprochar la actitud del conductor. Aquí cambia la dirección comunicacional de manera descendente porque pasa de un medio masivo a redes sociales y un medio con base en internet. Además, varios portales subieron notas acerca del encuentro. Esta fase se da el 22 de mayo.

Killadamente vuelve a ascender a los medios masivos -otro salto intersistémico- apareciendo en distintos programas menos conocidos (como *Siempre Show* e *Incorrectas*) entre el 23 y el 24 de mayo. Por último, en la última fase, desciende, ya que ella publica una fotografía el 26 de mayo en su Instagram despidiéndose de Argentina. Finaliza con una dirección comunicacional horizontal ya que recibió comentarios de nuevos fans argentinos agradeciendo su visita.

Hubo un momento en el que se produjo mayor cantidad de discursos en reconocimiento. Este fue luego de que Killadamente apareció en *Bailando por un Sueño*. A partir de esto, muchos internautas twitearon acerca del encuentro entre estos dos personajes, repudiando la

¹ Adjuntamos gráfico de circulación hipermediática vertical-horizontal y ascendente-descendente al final del trabajo.

conducta de Tinelli y generaron que sea Tendencia (*Trending Topic*) en Argentina. También, varios portales de noticias retomaron lo ocurrido en el programa del 13, por lo tanto este momento es el más significativo de la circulación.

Nivel de observación de fases

Para describir el gráfico vamos a tomar a P(D)1 como la condición de producción de el paso de Killadamente por Argentina, es decir, un video de Killadamente con Lucas Lezin (instagrammer argentino), publicados en Instagram durante 2016 y flyers publicados en redes sobre el show que realizará en Argentina durante mayo de 2019. Por otro lado, tomaremos también como condiciones de producción una publicación del 15 de mayo de 2019, de un portal de noticias digitales nacional llamado *Filo News*, haciendo publicidad del show y de los valores que ella promueve, apareciendo así por primera vez en un medio digital con gran cantidad de seguidores en Argentina. A pesar de esto, no hubo demasiada repercusión en Youtube, Instagram, Twitter, ni Facebook.

Primera fase: “La peluca rosa llega a Argentina”

En la primer fase, el discurso es la publicación en Instagram de una foto el 21 de mayo de 2019 delante del Obelisco anunciando su llegada al país. Esta foto tuvo como reconocimiento muchos comentarios y repercusión de argentinos entre ellos Lali Espósito, una actriz y cantante con mucho alcance en las redes.

(D1): publicación en el Instagram personal de ella.

R(D1): Aparte del comentario de Lali, hay distintos comentarios y reacciones en redes sociales.

Segunda fase: “Conociendo Argentina”

La segunda fase tiene un cambio en la escala de mediatización debido a que Killadamente realiza su primera aparición en los medios masivos de Argentina. Aparece durante el mismo día (21 de mayo de 2019) en varios medios, tales como *Pamela a la tarde* (televisión, por América TV) y en *Radio Vorterix* en el programa *Generación Perdida* por su reciente llegada a Argentina. En estos programas la entrevistaron y temáticas como el amor propio, bullying, etc.

(D2): Aparición en programas de radio y televisión.

Tercera fase: Las redes teñidas de rosa

En esta fase se generan nuevos discursos que circulan de manera descendente a un nuevo sistema de medios en donde es nombrada repetidas veces.

R(D2)/D3: repercusión. Comentarios en programas de radio y televisión en medios con base internet como Youtube y Twitter.

Cuarta fase: “Hace falta una gordita con flow para este show”

Para la segunda subfase nos basamos en la aparición de Killadamente en *Bailando por un Sueño*. Aquí se da un cambio en el estatuto del enunciador ya que Killa se hace mucho más conocida por el público argentino después de su paso por ese programa del 21 de mayo. En el mismo, Tinelli da a entender como que no la conoce, pero al ver que la tribuna gritaba eufóricamente cada vez que la influencer hablaba, la invita a “mover las caderas” a la pista y en el medio de la charla, deja abierta la posibilidad de que Killadamente venga a vivir a Argentina

y participe del *Super Bailando*.

R(D3): repercusión en medios con base internet como Youtube y Twitter

(D4): Aparición de Killadamente en *Bailando por un sueño*.

Quinta fase: “¿Y vos como llegaste a este estudio?”

Luego del programa de Tinelli, hubo una gran difusión en las redes, se hizo tendencia en Twitter, con comentarios de aliento a Killada y de crítica hacia Tinelli, por cómo la ninguneó. También hubo mucha repercusión en redes por su show, que se da el 25 de mayo en el teatro Nacional Sancor Seguros, en la calle Corrientes. Por otro lado, su paso por *Bailando por un Sueño* fue levantado en portales de diarios, tales como Clarín, La Nación, Radio Mitre, Infobae, entre el 22 y el 25 de mayo de 2019, difundiendo aún más su paso por Argentina.

R(D4): Repercusión de la aparición de Killadamente en *Bailando por un Sueño*.

(D5): Notas en portales digitales como Clarín, Infobae, La Nación y Radio Mitre

(D6): *Trending Topic* en Twitter.

Sexta fase: “Lo mejor de Argentina es la pizza”

La sexta fase consiste en que la influencer asiste a distintos programas televisivos para promocionar su show, hablar sobre bullying y sobre el programa de Marcelo Tinelli. Fue a programas como *Siempre Show*, *Incorrectas* y *MTV Fans en Vivo*, entre otros. En estos programas, admite que en Argentina comió la mejor pizza, y le hacen probar distintas comidas como el mate, la cerveza y el dulce de leche. Esta fase sucede del 22 al 25 de mayo de 2019.

(D7): Killadamente hace presencia en programas de televisión como *Fans en Vivo*, *Incorrectas* y *Siempre Show*

Séptima fase: “Se lleva una grande de muzza y un kilito de dulce de leche”

En esta última subfase, Killadamente hace una publicación en su cuenta de Instagram el 26 de mayo, en el cual se despide y agradece por todo el amor recibido en Argentina, hubo una gran cantidad de comentarios de argentinos despidiéndose y pidiéndole que vuelva pronto o vaya a otras partes del país, como Córdoba o Mendoza. También, pregunta en qué parte del mundo les gustaría que esté con su show.

R(D7): Repercusión por la aparición en televisión (*Fans en Vivo*, *Siempre Show* e *Incorrectas*)

(D8): Publicación que hace Killadamente en su cuenta de Instagram para despedirse de sus fans argentinos.

Nombres de fases y su circulación

Primera fase: “La peluca rosa llega a la Argentina”. Esta fase fue denominada así ya que en la foto en la que anuncia que llegó tiene una peluca rosa, la cual mantendrá durante toda su estadía en el país.

Segunda fase: “Conociendo Argentina” ya que fueron sus comienzos en los medios argentinos y su primer obra de teatro en el país.

Tercera fase: “Las redes teñidas de rosa”. Fue llamada así porque esta fase consiste en repercusiones a las apariciones en televisión y radio, y en redes sociales como Twitter y Youtube.

Cuarta fase: “Hace falta una gordita con flow para este show”. Frase que dijo ella en *Bailando por un Sueño*.

Quinta fase: “¿Y vos como llegaste a este estudio?”. La fase se denomina de esta manera ya que en *Showmatch*, el conductor Marcelo Tinelli le dijo esta frase, ninguneándola, y esto generó más repercusión ya que criticaban el maltrato hacia Killadamente.

Sexta fase: “Lo mejor de Argentina es la pizza”. Frase que dijo ella en *Incorrectas*, uno de los programas a los que asiste.

Séptima fase: “Se lleva una grande de muzza y un kilito de dulce de leche”. Denominamos así a esta fase ya que en casi todos los programas a los que asiste ella habla de lo mucho que le gustó el dulce de leche y la pizza argentina.

Redes sociales y medios masivos donde se produjeron las circulaciones

Primera fase: medios con base en internet. Instagram - @killadamente

Segunda fase: medios masivos. Radio online y dial 92.1. Programa *Generación Perdida* en radio Vorterix y *Pamela a la Tarde* en América TV.

Tercera fase: medios con base en internet. Comentarios de internautas en Twitter y Youtube.

Cuarta fase: medios masivos. *Bailando por un sueño*, emitido por Canal 13.

Quinta fase: medios con base en internet. Portales digitales de diarios y revistas como Clarín, Infobae, La Nación y Radio Mitre y otros. Aparte, Tendencia de su nombre (“#killadamente”) en Twitter.

Sexta fase: medios masivos. Programas de televisión: *Incorrectas* de América TV, *Fans en Vivo* en MTV y *Siempre Show* en Ciudad Magazine.

Séptima fase: medios con base en internet. Instagram - @killadamente.

Discursos que produjeron cambios de fases

El 15 de mayo de 2019, Killadamente tenía 7 millones de seguidores en Instagram y 3.083.999 suscriptores en YouTube. Hoy en día tiene 126.885.534 visualizaciones en Youtube y 3,74m suscriptores. En Instagram tiene 7,6m seguidores y en su última publicación tiene 158297 likes.

Primera fase: publicación en instagram: 6.987 comentarios, 550.099 likes.

Segunda fase: emisión del programa *Generación perdida* (146 mil suscriptores): 3.052 visualizaciones y 16 comentarios.

Pamela a la Tarde: 19.307 visualizaciones y 72 comentarios.

Tercera fase: no encontramos datos cuantitativos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que ,durante su paso por los medios argentinos, el término “Killadamente” sufrió un aumento significativo del 100% de búsquedas en Google a nivel nacional. Esto significa que

personas que no la conocían previamente comenzaron a interactuar con ella vía redes sociales, siendo probable que eso se verifique en un aumento de suscriptores/seguidores.

Cuarta fase: aparición en *Bailando por un Sueño*. 1.141.824 visualizaciones del video que replica la parte del programa de conversación entre Tinelli y Killadamente (subido por Eltrece). 54 mil “me gusta”.

Quinta fase: no encontramos datos.

Sexta fase: aparición en programas de televisión.

- *Pamela a la Tarde* 19.308 visualizaciones y 816 likes.

- Fans en Vivo 5.872 visualizaciones y 224 likes .

- Siempre Show 2.108 visualizaciones.

Descripciones de las fases del gráfico de circulación

Primera fase

(D1): La instagrammer @Killadamente publica una foto en dicha red comentando sobre su llegada al país.

R(D1): Comentarios de distintos usuarios de Instagram, entre ellos la cantante argentina Lali Espósito.

Segunda fase

R(D1)/D2: A raíz de su llegada, el 21 de mayo, Killada aparece por primera vez en un programa de radio (*Generación Perdida* de Radio Vorterix) y en un programa de televisión (*Pamela a la Tarde* de América TV). Aquí se da el primer salto intersistémico ascendente desde los medios con base en internet hacia los medios masivos.

Tercera fase

R(D2)/D3: Luego de la aparición en programas nacionales de radio y televisión, diferentes internautas twitteen acerca de su paso por esos medios. Además como ambos programas fueron subidos a Youtube también generó comentarios de sus fans. De esta manera, la circulación discursiva desciende hacia los medios con base en Internet.

Cuarta fase

R(D3)/D4: En la noche de ese mismo día, Killada asiste como espectadora al prestigioso programa de *Bailando por un Sueño*. El conductor, Marcelo Tinelli, aparentemente de casualidad termina conociendola. Bastaron solamente un par de preguntas para notar la fuerte personalidad de la instagrammer, la cual la llevó a una cuasi-discusión acerca de quién era más conocido/famoso. De esta forma, se da un nuevo ascenso intersistémico.

Quinta fase

R(D4)/D5: Algunos de los portales más importantes de la Argentina publicaron notas acerca del encuentro entre Tinelli y Killada. Algunos de ellos fueron Infobae, Clarín, La Nación y Radio Mitre. Pero también hubo otros menos conocidos como Big Bang News, UNO, Filo News y otros.

R(D4)/D6: Tras el programa del Trece, los internautas comenzaron a twittear acerca de lo ocurrido. Debido al gran caudal de tweets se generó un Trending Topic en Argentina con el nombre de Killadamente.

Como el discurso se da en los medios masivos digitales y en los medios con base en internet, podemos afirmar que hubo una relación intersistémica.

Sexta fase

R(D5)/D7: Los días posteriores a su aparición en *Bailando por un Sueño*, Killada es invitada a otros programas televisivos con menos alcance como Fans en Vivo, Incorrectas y Siempre Show.

R(D7): Distintos internautas amateurs comentaron e interactuaron con las emisiones de los programas subidas a Youtube.

Séptima fase

R(D7)/(D8): En esta última fase, Killadamente, para despedirse de su gira por Argentina, realiza una publicación en su cuenta de instagram en la que le agradece a sus fans por el amable trato que recibió durante su estadía y aprovecha para interactuar con ellos , lo que genera nuevos comentarios y reacciones **R(D8)**.

Nivel de observación micro

En este caso podemos encontrar tres momentos en los que hay una modificación en el estatuto del enunciador.

El primer momento ocurre cuando se da su aparición por primera vez en los medios argentinos (D2). Estuvo presente en radio, durante el programa *Generación Perdida* y también en TV, apareciendo por primera vez en *Pamela a la tarde*.

El segundo momento se da a partir de su aparición en *Bailando por un sueño* (D4). Debido a ser un programa reconocido genera que lo que ocurrió al aire se extienda por las redes, provocándose el estallido en Twitter y su llegada a Trending Topic. Aquí se produce un ascenso en el estatuto del enunciador (Killadamente) debido a que se da su aparición en un medio masivo.

El tercer momento se da en la fase 5, cuando se producen las repercusiones en redes sociales (principalmente Twitter), luego de la actitud negativa que tuvo Tinelli al no reconocerla.

En nuestro caso podemos encontrar un colectivo que cambia su centro de interés y suma actores. Por un lado, el colectivo de seguidores y por otro, el colectivo que surge en respuesta a su paso por *Showmatch*.

El colectivo de seguidores ya existía desde antes de su llegada al país. Dentro de este, tenemos

dos discursos: quienes apoyan a Killadamente y que la acompañan alentando sus valores y activismo por la aceptación y el amor propio y, por otro lado, podemos describir al discurso de crítica hacia su persona y contenido.

Por otro lado, hay un cambio en el centro de interés y el colectivo se forma a partir de su aparición en el *Bailando por un Sueño*. En esta aparición el conductor del programa destrata a la influencer, preguntándole quién es y cómo hizo para llegar hasta ahí (de forma descortés). A partir de esto, en las redes se generan dos tipos de discursos. El primero, quienes están en desacuerdo con el trato que le dió Tinelli a Killadamente y se pronuncian en sus posteos a favor de ella y el segundo, quienes justifican la actitud del conductor y avalan que ella es poco conocida en el país.

Nivel de observación espacial

El gráfico espacial describe la situación enunciativa previa a la aparición de Killadamente en *Bailando por un Sueño* y después de la misma.²

En el primer momento, los enunciadores que están del lado positivo son su núcleo de fans de Argentina; Lali Espósito, como individuo profesional; *Pamela a la Tarde* y *Generación Perdida*, como medios masivos y algunos individuos amateurs en distintas redes (por ejemplo en Instagram, @maru.michel: “sos hermosa por dentro y por fuera acá en Argentina te amamos lakaa”; y en Youtube, carlafejoo: “sos una genia Killa, te adoro, amo la buena energía que transmitís”, entre otros).

Del lado negativo hay varios individuos amateurs argentinos que comentan los videos en los que ella aparece en Youtube, PabloAlmidon: “Q FALTA DE RESPETO Q SOS GORDA, venis al país ME SIENTO DE AQUI DICE LA GORDA...VOLVE A LA SALADA”; y otros.

Durante el programa se da una situación muy particular con un enunciador importante: Marcelo Tinelli (individuo profesional). En un principio (es decir, previo a esta fase), podría decirse que se ubica en una postura neutra, debido a que no la conoce, según él mismo expresa. Pero es durante el programa que Tinelli modifica su actitud y se posiciona negativamente en su enunciación, ya que tiene destrato para con ella y en ningún momento se retracta por su accionar (ni durante la situación ni en redes sociales). Queda ubicado negativamente por oposición a todas aquellas personas que salieron a defender a Killadamente y denunciaron la mala actitud de Marcelo.

Después de que Killadamente pase por el programa de Tinelli, la situación enunciativa se transforma debido a que nuevos medios masivos se colocan del lado positivo (Incorrectas, Siempre Show y Fans en Vivo).

Siguiendo esta misma línea, varios medios masivos digitales también se ubican del lado positivo, como La Nación, Infobae, Radio Mitre, Clarín, entre otros. Su núcleo de seguidores de Argentina la siguen apoyando y también nuevas personas empiezan a defenderla después de lo ocurrido en *Showmatch* (por ejemplo: en Youtube @ludmilapais: “killa: la diosa de las diosas, marcelo: un pelotudo que quería hacerse el interesante”).

² Adjuntamos gráfico que describe el nivel de observación espacial del caso al final del trabajo.

Su aparición en un programa tan conocido generó que sea Tendencia en Twitter la cual tuvo comentarios en su mayoría positivos. Sin embargo, algunos internautas la criticaron, por ejemplo: @pedrotrrevisan “alguien puede explicarme como carajo Killadamente TERMINÓ EN SHOWMATCH? NO ESTARÍA ENTENDIENDO”.

Conclusiones

Las transformaciones que podemos advertir entre el discurso que dió a conocer el caso y el que se produce en el último cambio de fase son principalmente a nivel del enunciador. En Argentina, Killadamente no era muy conocida antes de su llegada, aunque en el resto de América si. Por lo tanto, su primer discurso no tuvo tanta repercusión en los distintos cibernautas argentinos. En cambio, sí comenzó a tenerlo luego de su paso por los distintos medios de comunicación, en especial por su presencia en *Bailando por un Sueño* y luego de ser tendencia en Twitter.

Este fenómeno se dió debido a que Marcelo Tinelli la trató como si nadie la conociera. Por lo tanto, el gran cambio que podemos notar con respecto a su primer discurso (que es cuando postea su llegada a Argentina en Instagram) y el último (que es cuando se despide, en Instagram también), es el alcance que tuvo entre los cibernautas argentinos, siendo en este último mucho mayor, ya que recibió muchos mas comentarios de Argentinos pidiéndole que vuelva pronto, o que vaya a otras partes del país, como Córdoba, Salta y Mendoza.

En cuanto a contenido no sucedió ningún cambio entre el discurso inicial y el final. Killadamente mantiene el mismo estilo en todas sus publicaciones donde bromea sobre las críticas a su cuerpo y hace videos maquillándose, por lo que su paso por la Argentina no cambió su discurso.

Como venimos diciendo, la gran transformación a nivel de circulación de Killadamente fue a nivel enunciativo. La instagrammer, durante su estadía en Argentina, logró hacerse más conocida en el país gracias al paseo que dió por diferentes medios de comunicación argentinos. Cada medio ayudó a elevar su popularidad en el país permitiendo a la gente local que la conozca y sepa sobre su trabajo en las redes y sus discursos en contra del bullying y el aprender a amarse a uno mismo (los cuales da a conocer siempre desde un discurso muy humorístico).

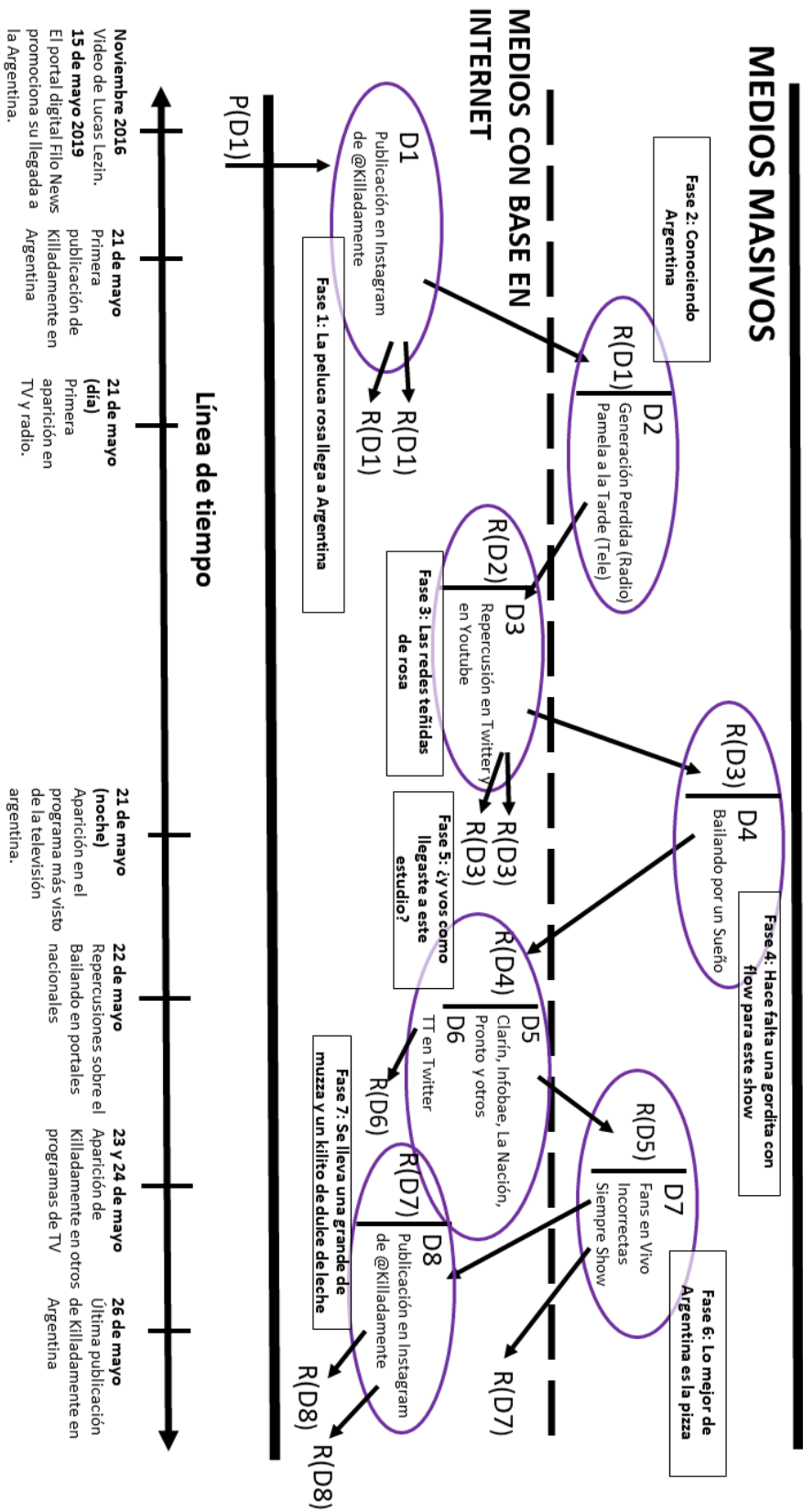
Sin embargo, el momento en el que Killadamente alcanza un nivel de enunciador más alto es posterior a su aparición en el programa *Bailando por un sueño*, uno de los programas con mayor rating en el país. Esto, claramente, afectó la popularidad de Killadamente, en especial los momentos posteriores a la emisión del programa cuando ella logró convertirse en trending topic gracias a los comentarios de los internautas que vieron el programa y decidieron comentar en sus perfiles de Twitter, dejando en claro su postura respecto al trato que Marcelo Tinelli le había dado a Killadamente durante su programa.

Respecto a la relación del contenido generado en medios masivos y en redes, podemos concluir que aunque Killadamente pertenece esencialmente a las redes sociales (Instagram y YouTube principalmente) su discurso en los medios masivos se encuentra marcado por su gran carisma y elocuencia, que también demuestra dentro de sus redes. Sin embargo, al no

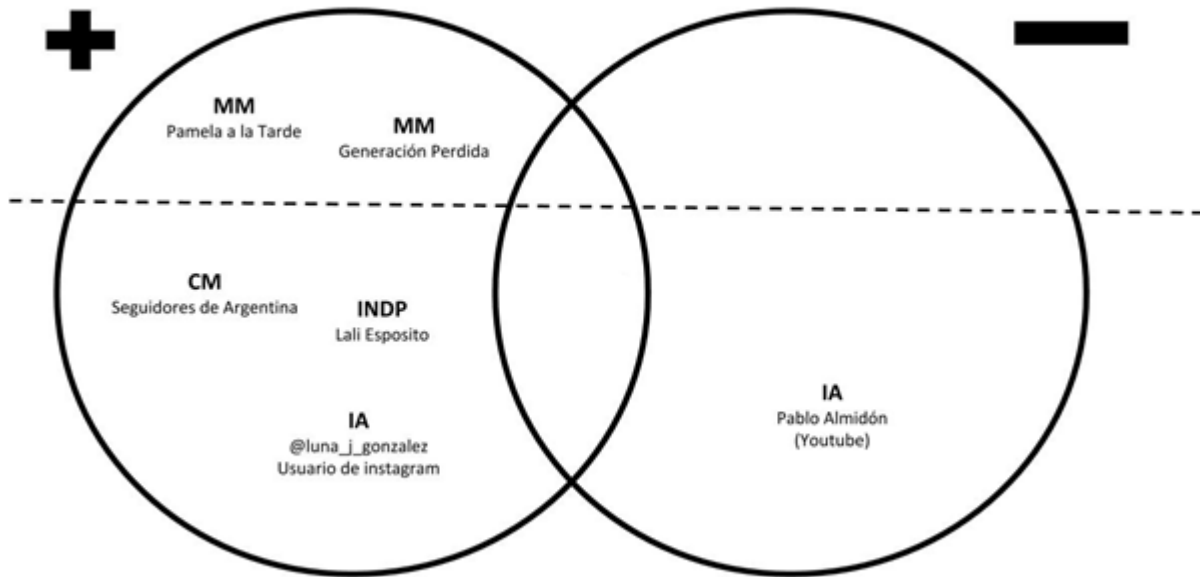
encontrarse en el medio al que pertenece, intenta llamar aún más la atención del público al cual podrá atraer hacia sus redes sociales. Al mismo tiempo, sus discursos en redes suelen ser más personales, referidos hacia su estado de ánimo, su ropa, su maquillaje, o incluso lo que comió. Mientras que sus discursos en medios masivos son informativos acerca de lo que la gente podrá ver en su cuenta personal en redes, y rara vez llega a tener discursos sentimentales como sí hace en sus cuentas, principalmente en algunos videos de YouTube.

En el caso de la tipología de lo risible se puede analizar en ella desde dos puntos de vista. Por un lado, su contenido puede inscribirse dentro de esta categoría (“humor”), debido a que está es la actitud que decide tomar para abordar la aceptación de su cuerpo desde un punto de vista que se sale de lo tradicional. La característica principal del humor, según lo define Freud, es que se comprende como un recurso defensivo del aparato psíquico. Ante situaciones penosas que nos harían sufrir, el humor nos permite ahorrar sufrimiento. La influencer revierte entonces el sufrimiento causado por la depresión que ella sufrió a raíz del bullying y lo transforma en un discurso humorístico, bromeando con que “su novio es una pizza” y con que es una “gordita con flow”. Este mismo mecanismo defensivo es el que adopta frente a las críticas (sobre todo en redes, pero también personales). En segundo lugar, es importante resaltar que este mismo recurso es el que utiliza cuando asiste al programa *Bailando por un sueño*. Frente a la indiferencia de Marcelo Tinelli y su destrato, ella constantemente realiza chistes, obteniendo placer de una situación desagradable y disminuyendo el estrés frente a una situación que inicialmente la hizo sufrir.

Anexo: Gráficos



Previo a su aparición en Bailando por un Sueño



Después de su aparición en Bailando por un Sueño

