

UNIVERSIDAD DE
Belgrano
BUENOS AIRES - ARGENTINA

Comunicación, ciberbullying y ciberacoso en los medios digitales y televisión: Análisis comparativo del caso de Juan Sánchez en Twitter, Facebook y programas de televisión

Alumna: Felicitas Lis Juli

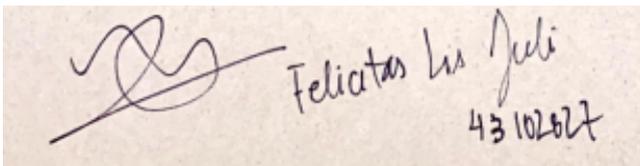
Tutora: Esp. Lic. Karina Elizabeth Aphal (Legajo 50267)

Carrera: Ciencias de la Comunicación

Facultad: Humanidades

Número de matrícula: 02623

Firma de la alumna:



Felicitas Lis Juli
43102627

Índice

<i>Introducción.....</i>	3
<i>Capítulo 1: Marco teórico.....</i>	5
<i>Capítulo 2: Explicación del caso.....</i>	38
<i>Conclusión general.....</i>	64
<i>Bibliografía y enlaces.....</i>	68

Introducción

En el marco de esta investigación, vamos a abordar el caso de Juan Sánchez -víctima de ciberbullying y ciberacoso- en 2014 a partir de la entrevista que el Canal 7 de Bahía Blanca le realizó al menor de edad. La nota periodística se situó en la Biblioteca Bernardino Rivadavia de la ciudad mencionada, en el cual se estaba dictando un taller de plástica para niños y niñas durante las vacaciones de invierno. El periodista llevó a cabo diversas preguntas hacia el menor sobre cuestiones relacionadas a las actividades que hacía en el taller, sus gustos y preferencias como también preguntas sobre qué quería hacer a futuro. Es así como, a partir de las inocentes respuestas del niño, los espectadores tomaron como “llamativas” las palabras y tonalidades de éste implementaba para así generar discursos de odio y burlas hacia él. Seguido de las burlas, se crearon memes que fueron virales, como también sketches y parodias tanto en redes sociales como en reconocidos programas de televisión.

Dicho episodio será observado desde la teoría en el Capítulo 1, mientras que será detallado -exhaustivamente- y articulado con la teoría en el Capítulo 2.

Por ende, el presente trabajo final de carrera aborda la temática de la comunicación en plataformas digitales y el ejercicio de la violencia, más específicamente el ciberbullying y el ciberacoso. El análisis comprende un caso de ciberacoso y ciberbullying y la repercusión en medios digitales y televisivos en el año 2014 hacia el menor anteriormente mencionado. Considerando también, la evolución de las funcionalidades de las respectivas plataformas hasta la actualidad.

Entre los antecedentes de este tipo de investigaciones encontramos, por ejemplo, el libro **“Acoso Escolar y Ciberbullying. Retos, Prevención y Sensibilización” (Castañeda, 2018)**. El autor parte de la base de que el ciberacoso y ciberbullying tienen un impacto psicológico difícil de cuantificar ya que -a diferencia del acoso cara a cara- el agresor en línea no es fácil de identificar. Esto, podemos decir, es un factor sumamente sobresaliente para reconocer la gravedad de estos fenómenos y llevar adelante un análisis del mismo.

Por otra parte, es pertinente apoyarse sobre cifras. Como otro antecedente dentro de esta línea de investigación y en relación a la temática de ciberacoso y ciberbullying, también encontramos referencias en el **Primer Estudio sobre el Ciberbullying en América Latina** documentado por la organización sin fines de lucro, **Bullying Sin Fronteras**, en el año 2021. El estudio presenta al ciberacoso y ciberbullying como un hostigamiento que más del 70% de las personas sufre. Al igual que con el bullying en persona, este comportamiento abusivo puede continuar durante un período prolongado de tiempo. Sin embargo, se resalta que aproximadamente la mitad de las víctimas no denuncian estas violencias. Al mismo tiempo, este documento revela que Argentina es el segundo país con mayor incidencia de ciberbullying y ciberacoso en la región. A la par de

dicho antecedente, se destaca que el dispositivo más utilizado para llevar a cabo estas acciones es el smartphone, siendo WhatsApp el canal más utilizado. Le siguen en orden de importancia Facebook, Twitter e Instagram.

A partir de los antecedentes mencionados, se construye la hipótesis de la investigación de que la violencia en medios y plataformas digitales ha ido en aumento debido a la creencia de que son espacios libres de regulaciones y posibilidades de denuncia.

Teniendo en cuenta todos estos factores, como premisa inicial de análisis, a modo de hipótesis sostenemos que la violencia en medios y plataformas digitales se ve en constante crecimiento a partir de que los usuarios creen que es un espacio libre de regulaciones y posibilidades de denuncia hacia ellos. Por ello, el objetivo general del trabajo final de carrera consta de realizar un análisis detallado del caso de ciberbullying y ciberacoso sufrido por Juan Sánchez en las plataformas digitales Twitter y Facebook en 2014, como también en algunos medios de comunicación para así, tener una comprensión del impacto de dicho fenómeno en la vida de las víctimas y proponer maneras de colaborar siendo profesionales de la comunicación. A partir de esto, se tiene como fin la exploración en la detección de estos hechos violentos en redes sociales por qué algunos usuarios perciben estas plataformas como herramientas de humillación mientras que en otros casos minimizan el impacto negativo que pueden tener.

Siendo éste el objetivo principal, se detallan a continuación los objetivos específicos del proyecto:

- Realizar una presentación y descripción del funcionamiento y políticas de uso de las distintas redes sociales involucradas para comprender qué reglas existen en ellas.
- Analizar el lenguaje y códigos establecidos utilizados en las plataformas por los usuarios para avanzar en una comprensión del contrato de lectura entre ellas y el usuario.
- Evaluar las características del ciberacoso y ciberbullying para poder trabajar en un aporte profesional que contribuya a una política de prevención y atención ante estos hechos.

En este punto inicial del respectivo trabajo de investigación, se busca contribuir al entendimiento y análisis de la problemática del ciberbullying y ciberacoso en las redes sociales y medios de comunicación, y a la enseñanza de habilidades en línea para poder contribuir desde el campo profesional a prevenir y actuar frente a este tipo de fenómenos.

Capítulo 1: Marco teórico

Introducción

Retomando lo expuesto en la introducción de este trabajo final de carrera analizaremos los actos de ciberbullying y ciberacoso cometidos hacia Juan Sánchez en el 2014 a partir de la viralidad de la entrevista que otorgó para un medio de comunicación.

Muchos usuarios sostienen la idea que en el espacio digital y en medios de comunicación no existen regulaciones ni posibilidades de denuncia hacia los comentarios y/o acciones que se cometen en línea. Este paradigma incentiva y sigue motivando comportamientos violentos en estas áreas, a través de distintos mecanismos como el anonimato, las cuentas falsas, entre otros, generando así una dificultad para llevar adelante las penalizaciones a quienes cometen ese tipo de violencia, que, en muchas ocasiones, no siempre es tomada en cuenta en todas sus dimensiones.

Nuestro trabajo de investigación se enfoca en analizar el caso de Sánchez en las redes sociales de Twitter y Facebook, como también en programas de televisión, para compararlo con la actualidad a fin de entender por qué estos espacios se perciben como libres herramientas de para llevar adelante la humillación. Además, se abordarán los objetivos específicos a lo largo del escrito para poder lograr una articulación completa del tema.

Para el tratamiento del mismo, iniciaremos a través del análisis de conceptos vinculados una contextualización del problema y también de las nociones que giran en torno a éste.

Comunicación

Si tomamos la definición de la comunicación en sí, podemos decir que es el intercambio -consciente- de información entre dos o más personas con el fin de transmitir opiniones e informaciones. Sin embargo, también es pertinente aclarar que el lenguaje no verbal, el cual se ve reflejado en los gestos, ademanes y movimientos corporales, son una manera -consciente e inconsciente- de comunicar alguna información.

E-Comunicación

Lo mismo sucede con el mundo digital. Al hallarnos en un mundo completamente globalizado, digitalizado y avanzado en tecnología y prácticas online, existe en él una comunicación distinta al cara-cara. En la actualidad, la comunicación digital o e-comunicación es una parte integral de

la vida de los seres humanos y se convirtió en una herramienta indispensable para la comunicación en dicho mundo. La forma en la que los seres humanos se comunican ha evolucionado y ahora existe la posibilidad de comunicarse a través de múltiples plataformas digitales.

“La e-Comunicación hace referencia a las nuevas experiencias donde la tecnología digital se encuentra en el centro de los intercambios simbólicos. Es donde el usuario se convierte en el eje de los procesos comunicativos, el contenido es la identidad de los medios, el multimedia es el nuevo lenguaje, el tiempo real es el tiempo dominante, el hipertexto es la gramática y el conocimiento el nuevo nombre de la información”. (Orihuela, 2009:76)

Teniendo en cuenta esta definición podemos decir que la e-comunicación llegó con la aparición de los weblogs en el siglo XX. Los mismos, comprenden un sitio web personal donde las personas publican información que desean compartir con otros. Una particularidad de dichos espacios es que se actualiza periódicamente y los demás internautas pueden participar comentando, dando su apoyo o desagrado hacia los posteos. Por consiguiente a los weblogs, comenzaron a surgir las plataformas digitales, es decir el lugar de Internet -ya sea un portal o ciber sitio- donde se almacenan distintos tipos de informaciones, de tanto carácter personal como de negocios. Las principales y más conocidas son Twitter y Facebook.

A partir de la realidad de que los weblogs, Orihuela (2009), propone **diez paradigmas de la e-Comunicación**, que constituyen una síntesis acorde de las mutaciones que está sufriendo el ecosistema de la comunicación:

De audiencia a usuarios	<i>La imagen del telespectador pasivo frente a la pantalla se desplaza a la del usuario activo, que navega en una red hipertextual y produce contenidos.</i>
De medios a contenidos	<i>Los medios se definen a partir del reconocimiento de su autoridad de materia de contenidos y no desde las condiciones técnicas de producción que comprenden</i>
De monomedia a multimedia	<i>Diferentes formatos y lenguajes (texto escrito, audio, fotos,etc) hasta ahora autónomos confluyen en un mismo soporte</i>
De periodicidad a tiempo real	<i>Los medios tradicionales estaban sujetos a ritmos y restricciones temporales (diario,semanal,mensual,etc) mientras que los medios digitales, se actualizan en tiempo real dando lugar a nuevas lecturas como el softwriting y el soft reading.</i>

De escasez a abundancia	<i>El incremento exponencial de la información a disposición de los usuarios hace difícil su gestión, y genera info contaminación e infoxicación.</i>
De intermediación a desintermediación	<i>Al descentralizarse la comunicación, las figuras intermedias estudiadas por los teóricos que gestionaban los flujos informativos tienden a desaparecer.</i>
De distribución a acceso	<i>Del modelo punto-multipunto se pasa al paradigma de la red, que permite el acceso (multipunto-punto) o el intercambio entre usuarios (multipunto-multipunto)</i>
De unidireccionalidad a interactividad	<i>El usuario puede elegir entre diferentes contenidos, manipularlos, reproducirlos, retransmitirlos y regular su tiempo de consumo</i>
De lineal a hipertexto	<i>De la linealidad temporal del texto tradicional se pasa a la no linealidad espacial de las redes textuales</i>
De información a conocimiento	<i>En el ecosistema de la comunicación digital aparecen nuevas formas colectivas de generación de saberes. La tecnología favorece este proceso, el resto lo pone a la inteligencia y la creatividad de los usuarios.</i>

Fuente: Tabla 2.2 de los diez paradigmas de la e-Comunicación del texto "Hipermediaciones - Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva" de Carlos Scolari.

Teniendo en cuenta estas transformaciones, las cuales fueron pensadas con el surgimiento de los weblogs, también constituyen una síntesis acorde a las mutaciones que está sufriendo el ecosistema de la comunicación. Por lo tanto, las mismas podrían verse aplicadas al mecanismo y funcionamiento de las redes sociales como Twitter, por ejemplo.

Convergencia mediática, cultura de la participación e inteligencia colectiva

El académico y periodista estadounidense, Henry Jenkins, relaciona los conceptos de convergencia mediática, cultura de la participación e inteligencia colectiva. En primer lugar el destaca que la convergencia es:

"El flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte

en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento". (Jenkins, 2006:14)

Podemos visualizar esa convergencia mediática, en las informaciones e ideas que se buscan vender a través de las distintas plataformas. En su escrito, el autor pone como principal ejemplo a la creación del collage titulado como "Blas El Malo" el cual era una edición fotográfica de Blas (personaje de Barrio Sésamo) y Bin Laden (líder terrorista) haciendo alusión a su similitud (véase la imagen debajo). "Esta circulación de los contenidos mediáticos (a través de diferentes sistemas mediáticos, economías mediáticas en competencia y fronteras nacionales) depende enormemente de la participación activa de los consumidores" (Jenkins, 2006:15)

Así es como Jenkins une esta convergencia con el concepto de la cultura participativa. Se creó un contenido mediático a partir de dos cuestiones dispersas, pero uniéndose con un denominador común; en este caso la supuesta apariencia física entre ambas figuras. Como consecuencia, obtuvo la atención de las personas, logrando también que los manifestantes marcharan por las calles con carteles con dicha imagen hasta obtener la denuncia de Children's Television Workshop, creadores de la serie Barrio Sésamo.



Epígrafe: El collage fue creado por Dino Ignacio, un alumno de secundaria filipino-americano en el año 2001.

Fuente: *Converge Culture - La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* de Henry Jenkins.

"Una red social es un sistema abierto, multicéntrico, que posibilita, a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo (familia, equipo de trabajo, barrio, organización, comunidad) y con integrantes de otros colectivos, la activación de los recursos de todos y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas y la satisfacción de necesidades". (Perez Matar y Paredes Esponda, 2016: 78)

Dentro de ellas, las personas pueden informarse, comunicarse, opinar, mostrar apoyo, criticar, consumir contenidos de entretenimiento, entre otras cosas. Es pertinente aclarar que, hoy día

en las redes sociales surgen hechos noticiosos que luego son elevados por los medios de comunicación tradicionales como diarios y noticieros. “Los propósitos de las redes sociales cambian de acuerdo a los intereses de las comunidades que la integran, el tipo de intercambio que se establece entre los miembros de la red determinan las funciones de esta”. (Pérez Matar y Paredes Esponda, 2016:78)

Como sostiene la teoría, los mensajes que son compartidos en las redes sociales cambian a partir de las características socio demográficas, psicológicas y conductuales de las personas. Al mismo tiempo, la cultura local juega un importante papel en este proceso de intercambio de mensajes en redes sociales. Podemos decir que dentro de esa cultura, se engloban las tradiciones, valores, costumbres, lenguajes y creencias que conviven entre las comunidades de una locación determinada. Teniendo en cuenta que si se descontextualiza un tweet entre la comunidad argentina en el año 2022 sobre la situación económica, por ejemplo, no será comprendido en otro país o comunidad ajena, justamente por esa cultura global existente.

A su vez, cabe destacar que en algunas redes sociales como Twitter, existen filtros, donde los usuarios pueden ocultar palabras específicas para no ver información u opiniones relacionadas a un determinado tema. Se suele utilizar esa función cuando las personas no desean ver spoilers de series, películas y/o libros. Este tipo de herramienta, también contribuye a la creación de comunidades apartadas unas de otras, y por consiguiente, a la diversidad de propósitos y temas de interés entre los usuarios.

Las redes sociales existentes son diversas, todas encierran en sí mismas distintas características. Sin embargo, comparten un denominador común: la unión de los usuarios que tienen-o no- un objetivo e idea. En el caso en cuestión toma protagonismo la red social de Twitter, y Facebook las cuales fueron el espacio a través del cual los cibernautas crearon las situaciones de ciberacoso y cyberbullying hacia Juan Sánchez. Si tomamos a la red social (Twitter), entendemos que en la misma las personas pueden compartir sus opiniones, críticas y apoyo a través de distintas funciones, pero la principal es la redacción de tweet. En cambio, si la comparamos con la red social de Facebook, podemos decir que su singularidad es la publicación de imágenes y videos, aparte de escritos. Sin embargo, ambas comprenden un objetivo en común; la unión y comunicación de usuarios con intereses similares entre sí, más específico, la participación que se da en estos espacios entre los usuarios conectados.

A continuación, en el siguiente apartado vamos a destacar a las redes sociales. Qué son, su evolución, y ejemplos de las mismas.

Redes Sociales

Las redes sociales (RRSS) tienen hoy día una gran incidencia en la sociedad. A través de ellas, se produce la comunicación, la difusión de noticias e informaciones, comercialización de productos, participación política e influencia cultural, entre otras.

Como destaca Pérez Matar y Paredes Esponda (2016) , son plataformas en línea que permiten a los usuarios conectarse y compartir información, intereses y opiniones con otros usuarios. Ellas ofrecen una variedad de herramientas y funcionalidades, como publicaciones, mensajería, grupos y perfiles de usuario. Otorgando a los usuarios de ellas, interactuar y conectarse con otros.

La teoría plantea que los mensajes que son dados en las redes sociales cambian a partir de distintos factores que, a su vez, dependen del contexto en el que se sitúen los usuarios de las mismas. Algunos de ellos pueden ser: el surgimiento de nuevas funcionalidades, la evolución tecnológica, los cambios en el comportamiento de los usuarios, la competencia, cambios en la industria, etc. Un claro ejemplo puede ser el de la pandemia del COVID-19 y el antes y después que se produjo a nivel mundial. Previo al momento en el que el virus apareciera, las formas de relacionarse, de educar, trabajar, comprar, vender, entre otras, eran de una forma completamente distinta a la que surgió luego. Las clases escolares y universitarias que se dictaban eran 100% presenciales, generando que tanto maestros como alumnos tuvieran que amoldarse a la virtualidad. Al igual que los espacios de trabajos, que debieron acoplarse al home office o modalidad híbrida. En cuanto al lado de lo comercial, si bien ya existían algunas plataformas de e-commerce, las redes sociales jugaron un papel sumamente importante ya que productos como indumentaria, cajones de verduras, viandas, etc, empezaron a ser comercializados por la web. La manera de educar, comercializar, e informar durante ese confinamiento tuvo una gran incidencia y aporte de las redes sociales y los cambios producidos en ellas.

Sin embargo, como la presente tesis toma como marco de estudio el comienzo del 2014 hasta la actualidad, son varios años en los que se produjeron diversos cambios y surgieron nuevas redes sociales. En 2014, las RRSS se encontraban en un momento de transición. Las más populares eran Facebook, en la cual estaba ya establecida en el uso cotidiano de las personas. A esta red le seguía Twitter, que en esa época comenzaba a ganar -cada vez más- nuevos usuarios debido a que era percibido como espacio acorde para debatir e interactuar sobre temas de interés público, sumado a su rasgo de comunicación en tiempo real. La realidad de hoy no es la misma realidad que la del 2014, tampoco los aprendizajes en el consumo e intervención en redes sociales, la conciencia en el sistema de comunicación en estos contextos, etc.

Ahora nos centraremos en analizar algunas de estas redes sociales. La primera de ellas será la red social de Facebook.

Facebook: definición y análisis del lenguaje utilizado en la plataforma

En el año 2004, Mark Zuckerberg creó la red social de "Facebook" para facilitar la comunicación interna entre los estudiantes de la Universidad de Harvard. Siendo así como luego de dos años, pasaría a ser la plataforma más prestigiosa a nivel mundial. La misma, cobró mucha importancia entre los jóvenes y, en la actualidad, entre los adultos ya que los mismos jóvenes que crecieron junto al uso de la respectiva red social, optaron por seguir haciendo uso de ella.

Valentina Carmen Candale es una académica rumana. Ella llevó adelante una investigación titulada ***"Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram"*** (Candale, 2017). En dicho análisis, ella aborda cómo el uso de diferentes redes sociales influye en los rasgos del lenguaje de Internet. La autora analizó perfiles de usuarios, grupos de conversación y páginas de personalidades en Facebook para investigar dicho fenómeno. Según ella, los jóvenes utilizan dicha red para expresarse de manera creativa, a través de la creación de grupos de conversación, la difusión de información, la divulgación de noticias y la publicación y el intercambio de fotos y videos.

Es importante la descripción detallada que ella hace sobre cada red social. En primer lugar, menciona la red social Facebook. "La misión declarada por Facebook en la página oficial es la de ayudar a la gente a formar comunidades y a mantener siempre el contacto con la gente querida, compartiendo cada uno sus experiencias vitales". (Candale Valentina Carmen, 2017:17)

La riqueza de Facebook se debe a que las personas pueden crear puentes de comunicación y empatía a través de la compartida de sus experiencias y sentimientos tanto públicamente como de forma privada. Si bien este objetivo principal prevaleció por un tiempo con la novedad de la red social, es necesario cuestionar la validez de dicho argumento. Para respaldar esta idea, podemos señalar que Facebook incorporó nuevos usos y por ende, desusos. Como por ejemplo, la posibilidad de que los usuarios se entretengan con juegos, videos, la organización de eventos populares o reuniones, y el surgimiento como una herramienta de promoción de empresas y/o productos, entre otras cosas. Ya no se trataba -ni trata- únicamente de la creación de puentes de comunicación y empatía, sino que la plataforma ofrece una variedad de funcionalidades que atraen a diferentes tipos de usuarios.

De todas formas, la aclaración que realiza la autora es interesante ya que la función principal de dicho espacio social incide en la colaboración para formar comunidades, algo que fue desviándose del foco a partir de la aparición de nuevos usuarios y nuevas maneras de relacionarse en la web 2.0.

Si concebimos a una red social como un espacio ideal en el que todo es positivo y amigable, sería algo completamente irreal y utópico. Por ende, es de suma importancia reconocer que, en estos espacios, no sólo se trata de leer y brindar mensajes y acciones de apoyo, amor y paz, por ejemplo. Sino que a su vez, en las redes se exteriorizan insultos, discusiones, y casos de violencia y acoso digital como puede ser el grooming, cyberbullying, ciberacoso, sexting no consensuado, entre otras formas que afectan negativamente a los usuarios.

En cuanto al lenguaje utilizado en la red, el mismo puede variar dependiendo de la persona y el contexto, pero en general se caracteriza por ser informal y coloquial. Como también cita la autora, puede comprender un modo asincrónico o sincrónico. El primero, refiere a que “se pueden consultar incluso de más tiempo desde su publicación (colgar información en el muro, publicar comentarios)” mientras que el sincrónico consiste en el *“servicio de mensajería privada representado por la aplicación Messenger” pero también en las conversaciones que se dan en los grupos de chat.* (Bohlander y Locher, 2017) (Citado en Candale, 2017).

Las abreviaturas, emoticonos y emojis son comunes en la plataforma y se utilizan para expresar emociones y tono. Además, las publicaciones en dicho espacio, a menudo son más cortas y concisas que otras formas de escritura, como correos electrónicos o ensayos, o mismo como en Twitter, que más adelante analizaremos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que, dependiendo de la audiencia y el propósito de la publicación, puede ser apropiado utilizar un lenguaje más formal o profesional en la red. En general, el lenguaje utilizado en Facebook refleja la naturaleza cercana y personal de la plataforma y la comunidad en línea que se ha formado a su alrededor.

Es recurrente que se utilice la abreviación de las palabras, la no colocación de las tildes, y, por ende, los errores ortográficos y gramaticales. Este sistema de interacción -sin tener en cuenta también el chat privado- logra que los usuarios reciban atención a través de la valoración, aceptación y popularidad de sus publicaciones.

“La muestra siguiente es un claro ejemplo de contradicción entre dos personas que no se conocen, pero que se toman la libertad de insultarse: “Cada uno dice lo que quiere, de eso va la libertad de expresión. [...] A lo mejor deberías irte tu. En el comentario del otro día hubo más de 130 likes. Solo fuisteis 4 los amargados que me insultasteis. Un saludo ah y

come mas fibra que seguro que andas estreñida"1 . "Fóllatelo y luego nos cuentas lo humillante que ha sido"2 , "Perracaaa"3". (Candale Valentina Carmen, 2017:9)

A partir de la cita podemos contemplar la particularidad de dicha comunicación que está siendo dada entre los usuarios. Ellos interaccionan como si la conversación fuese hablada cara a cara ya que se percibe a través de la cantidad de vocales implementadas, frases y, por ende, los tonos que buscan plasmar en la pronunciación-escritura de cada palabra/frase. Acompañado a su vez, de los insultos y expresiones que, como vemos, no llevan sus respectivas tildes o respeto hacia el otro.

A continuación, pasaremos a abordar la red social Twitter.

Twitter: qué es y qué lenguaje comprende

Anteriormente a Twitter, existieron varias plataformas de microblogging que permitían a los usuarios compartir breves mensajes con un grupo limitado de seguidores. Dichas plataformas fueron precedidas por sitios web de mensajería instantánea y foros en línea, que permitían a los usuarios compartir mensajes y comunicarse en tiempo real con otros usuarios en línea.

Sin embargo, eso tomaría un gran giro a partir del lanzamiento de Twitter en el 2006, creado por Jack Dorsey, un desarrollador de software y empresario estadounidense. Siendo así que hoy en día es una de las plataformas de microblogging más populares y ampliamente utilizadas en todo el mundo.

Ahora bien, ¿cómo describimos Twitter?. Twitter, es una red social al estilo de microblog, donde permite a los usuarios enviar y leer "tweets", es decir, pequeños textos con una longitud de -en ese entonces- 140 caracteres (desde el 2022 comenzó a ser hasta 4000 caracteres).

"Twitter es una red de información en tiempo real potenciada por usuarios de todo el mundo que permite compartir y descubrir qué está sucediendo en este momento. Las respuestas a la pregunta "qué está sucediendo" se difunden a millones de usuarios instantáneamente. Es un servicio de red social y microblogging que permite enviar mensajes llamados tweets, que son publicaciones basadas en texto de hasta 140 caracteres y que se muestran en la página del perfil del autor y que es enviado a suscriptores (followers)". (Pérez Matar, Paredes Esponda, 2016:79)

Twitter ha sido una plataforma influyente en la difusión de información y noticias, y ha tenido un impacto significativo en la cultura y la sociedad dado que ha permitido a los usuarios conectarse y compartir ideas en tiempo real. Como también, ha proporcionado una amplia gama de perspectivas y opiniones, entre otras cuestiones. Sin embargo, también hay

preocupaciones sobre la verificación de la información y la desinformación en la plataforma. En general, como en toda red social sería recomendable e importante utilizar y participar en Twitter de manera crítica y tomar la precaución de verificar la información antes de compartirla.

Lo que plantean ambos autores sobre la incógnita que se preguntan los usuarios del “¿qué está sucediendo?” es interesante, ya que es un gran diferencial que incentiva a los usuarios de Twitter a plasmar sus ideas, pensamientos, opiniones, críticas, etc. No solo pasó a ser una red social en la cual las personas “comunes” twitteen lo que piensan o lo que les sucede, sino que también pasó a ser una red utilizada por empresas de todo tipo para promocionarse o como un canal alternativo de información.

“Esta red posee rasgos de portabilidad, rapidez, gratuidad, flexibilidad, amistad y facilidad de aprendizaje y manejo, lo cual resulta de mayor interés en cada uno de los usuarios que la utilizan, permite la expresión de cada ser, sea cual fuese su inclinación o criterio personal sobre un tema y compartirlo con todos los seguidores”. (Pérez Matar, Paredes Esponda, 2016: 82)

Además de estos rasgos diferenciales de la red, también existen distintos tipos de funciones interactivas y participativas que comprenden una característica de comunicación y expresión más “indirecta” y así, llamativas al ojo del usuario.

Por ende, **Pérez Matar y Paredes Esponda (2016)**, consideran pertinente mencionar estos aspectos básicos del servicio prestado por la red social en cuestión.

Tweets:	<i>Son los mensajes de máximo 140 caracteres que publica un usuario en su perfil. Pueden contener URL cortas (que se abrevian usando servicios como bit.ly, goo.gl, shar.es, entre otros) que llevan a sitios web, fotografías y videos.</i>
Following o seguidos:	<i>Son los usuarios que por alguna razón interesa leer lo que publican, es decir, seguirlo. Para hacerlo se hace clic en la opción follow o “seguir”. Los mensajes de estos aparecerán en su página de inicio o home.</i>
Followers o seguidores:	<i>Son aquellos usuarios que han decidido seguirlo. Estos podrán leer lo que publica en su perfil o timeline y enviarle mensajes. Existe la opción block o bloquear el usuario que se usa cuando no se quiere recibir mensajes</i>

	<p>directos y/o respuesta (reply) de un usuario específico. Esto no podrá contactarlo, pero, si el perfil es público, podrá visualizarlo.</p>
<p>Reply o respuesta:</p>	<p>Los tweets pueden ser respondidos por los usuarios que los siguen o sus followers. Se caracterizan porque el mensaje se inicia con el nombre del usuario (Ej: @taniaalu escritura creativa, academia y nuevas tecnologías, http://taniaalu.me). Mention o Mención: los usuarios pueden ser citados dentro de los trinos, independientemente si son seguidos o no por quienes los citan (Ej: El presidente de Chile está en Twitter, síguelo en @sebastianpinera).</p>
<p>Mensajes directos:</p>	<p>Son trinos privados que pueden ser enviados sólo si el emisor tiene al receptor en su lista de seguidos (pero el seguidor sólo podrá responderlo, también de forma privada, si el emisor está en su lista de seguidores). Los DM no se visualizan en el perfil o timeline y para verlos se ingresa a la opción del mismo nombre.</p>
<p>Retweets o RT:</p>	<p>Es una funcionalidad que permite replicar en el perfil personal un trino hecho por otro usuario, por el motivo que se considere pertinente, con la intención de compartirlo con los seguidores o followers. Los retweets se reconocen por llevar la etiqueta RT, la leyenda retweetedby y el ícono .</p>
<p>Hashtags o etiquetas:</p>	<p>Es una funcionalidad que permite enviar o compartir trinos a grupos de discusión donde se habla de un tópico específico, también funcionan como forma de agrupar trinos que versan sobre un mismo tema. El hashtag se incluye dentro del mensaje anteponiendo el símbolo # ante la palabra que se usará como etiqueta (Ej: El #terremotoenchile fue de 8.8 en la escala de Richter). Los hashtags también pueden ser rastreados a través del motor de búsqueda de Twitter, además de que son muy útiles para seguir los temas del momento o temas hot</p>
<p>Lists o listas:</p>	<p>Es una funcionalidad que permite catalogar y ordenar cuentas de Twitter de acuerdo a un interés o tema específico. A las listas se pueden añadir usuarios independientemente si se siguen o no, así como se puede ser añadido a la lista que cree otro usuario sin importar si este lo sigue o no. Las listas también manejan el criterio de seguidos (following) y seguidores (followers).</p>
<p>Trending topics o tendencias globales:</p>	<p>Es una funcionalidad automática de Twitter que publica en el perfil del usuario los hashtags y las palabras más populares del momento. Puede configurarse para visualizarlos a nivel mundial (worldwide), por países o por ciudades</p>

Mención o Mención:	<i>Los usuarios pueden ser citados dentro de los trinos, independientemente si son seguidos o no por quienes los citan (Ej: El presidente de Chile está en Twitter, síguelo en @sebastianpinera).</i>
---------------------------	---

Fuente: "Red Social Twitter", artículo de posición. Autores: Rodolfo Pérez Matar (I), Esther Paredes Esponda (II)

En la actualidad si bien persisten estas funciones, el máximo de caracteres aumentó a 4000 en total, sumándole la opción de twittear gifs (Graphics Interchange Format), y videos. Al mismo tiempo, se incorporó la opción de "citar tweet" (con el símbolo de un lápiz) para re-publicar un tweet ajeno pero agregándole un comentario propio. Los "hilos" en el sitio, también forman parte de una nueva función, ya que sirven para realizar una serie de tweets conectados de un mismo usuario, otorgando un anexo, contexto y amplificación de ideas, episodios, opiniones, etc.

Así pues, es relevante abordar la reciente adquisición de la red social en cuestión. En el año 2022, hubo una gran polémica por la compra de Twitter por la célebre figura de Elon Musk, empresario sudafricano, fundador de la empresa fabricante de productos y servicios aeroespaciales "Space X". La acción que llevó a dicha figura a querer comprar la red se debe a que él "quería hacer un bien a la humanidad" como bien publicó el pasado año en su red social de Twitter. Muchos usuarios especulaban que la compra se debía a diversos factores como el hecho de que Musk quería generar más dinero, reducir la moderación del contenido, o que quería eliminar la publicidad de la plataforma por completo. Sin embargo, él desmintió esos mitos unas horas antes de finalizar la compra.

"La razón por la que compré Twitter es porque es importante para el futuro de la civilización tener una plaza pública digital donde poder debatir de forma sana y sin acudir al recurso de la violencia un amplio espectro de creencias" (Musk, 2022)¹.

El empresario compartía la idea de que en dicha red social existía un gran peligro a partir de las posiciones políticas extremistas (ya sea de izquierda o derecha) que generaban discursos de odio y, por ende, un incremento de la grieta social. Al mismo tiempo y sumado a este hecho, él consideraba que las cuentas falsas eran una amenaza para la red ya que los usuarios se tomaban la libertad de insultar o generar odio.

¹ Párrafo dentro de la declaración hecha por Musk a través de su cuenta de Twitter https://twitter.com/elonmusk/status/1585619322239561728?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1585619322239561728%7Ctwgr%5E26d077c7068d347fbad00b9b129ab8bff90b0c35%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.lavanguardia.com%2Ftecnologia%2Factualidad%2F20221028%2F8585419%2Fcambiar-twitter-desembarco-elon-musk-pmv.html



Epígrafe: El martes 28 de marzo del 2023 Musk anunció en sus redes sociales “A partir del 15 de abril, solo las cuentas verificadas serán elegibles para estar en las recomendaciones Para ti”.

Fuente: Getty Images

Es así como, tras la compra por U\$S44.000 de la red, decidió llevar adelante algunos cambios. Estas modificaciones se desataron a partir de la propuesta de una suscripción mensual a Twitter Blue que ofrece diversos beneficios para los suscriptores. Veamos algunos de ellos:

- La verificación de las cuentas con el “tick” azul
- Duración extensa de audios y videos
- Anuncios publicitarios no aparecerán en tanta cantidad
- Proporcionamiento de una opción para que los usuarios suscritos puedan evadir el muro de pago al ingresar en una nota de un medio de comunicación paga para así leerla de forma gratuita.

A su vez, uno de los objetivos de Musk, es eliminar las cuentas falsas que circulan en la red aunque esto podría ser una amenaza ya que se daría una gran reducción de usuarios en la red social.

Muchos revuelos se dieron en base a dichos cambios ya que los usuarios consideraban que el empresario buscaba atentar contra la libertad de expresión y la democracia digital. Si bien la limpieza de cuentas fakes o restricción de tweets de odio puede parecer una amenaza en contra de la libertad de expresión digital, Musk tiene un punto. Los discursos de odio existen y en este momento los sumaron a una decisión comercial de una empresa.

Antes de abordar el tema de las conductas agresivas en línea, es importante analizar el concepto de contrato de lectura que se presenta en la televisión y en las redes sociales, ya que ambas desempeñan un papel clave en este caso de estudio.

La televisión: una exploración de sus características y su impacto en la sociedad contemporánea

Como anticipamos en la introducción, el caso en cuestión será abordado de manera más detallada en el Capítulo 2. Sin embargo, es necesario tener presente que Sánchez, fue un niño víctima de ciberbullying y ciberacoso en el año 2014, a partir de la viralización de la entrevista que éste dio para un medio de Bahía Blanca.

La implementación del humor en la televisión con respecto al caso del respectivo trabajo final de carrera, no es un dato menor ya que tuvo una gran relevancia debido a la ejecución de distintas acciones de violencia hacia el menor. Éstas acciones agresivas en la teletransmisión, se desarrollaron a través de distintos programas de entretenimiento transmitidos.

La televisión puede describirse como una herramienta poderosa que, más allá de informar a los ciudadanos, utiliza formas manipuladoras para implantar determinados tipos de creencias e ideas en quienes reciben las informaciones. Para apoyar la teoría de la televisión en sí y sus particularidades, es óptimo exponer el estudio **“Sobre la Televisión” (Bourdieu, 1996)** realizado por Pierre Bourdieu, reconocido sociólogo y pensador francés del siglo XX.

El autor buscó -a través de su investigación- presentar y reflexionar sobre la censura existente en la televisión, los índices de rating, la circulación de la información, entre otras particularidades de esta “pequeña pantalla” como bien identifica en su texto. Como punto de partida, Bourdieu invitaba al lector a cuestionarse sobre el rol y consumo de la televisión en la vida de los televidentes.

“He afirmado al empezar que el acceso a la televisión tiene como contrapartida una formidable censura, una pérdida de autonomía que está ligada, entre otras cosas, a que el tema es impuesto, a que las condiciones de la comunicación son impuestas y, sobre todo, a que la limitación del tiempo impone al discurso tantas cortapisas que resulta poco probable que pueda decirse algo”. (Bourdieu, 1996:19)

A partir de estas 3 características de la televisión, Bourdieu plantea que los tópicos plasmados en la “pequeña pantalla” están impuestos por los periodistas que, a su vez, son impuestos previamente por los productores y por el “color político” del medio. Como también, destaca que el tiempo es limitado lo cual genera que se recorten u omitan informaciones.

“Ahora se espera de mí que diga que esta censura, que se ejerce sobre los invitados, pero también sobre los periodistas que contribuyen a imponerla, es política. Es verdad que hay intervenciones políticas, y un control político (que se ejerce, en particular, mediante los nombramientos de los cargos dirigentes), pero también lo es que en una época como la actual, de gran precariedad en el empleo y con un ejército de reserva de aspirantes a ingresar en las profesiones relacionadas con la radio y la televisión, la propensión al conformismo político es mayor”. (Bourdieu, 1996:19)

El comparte su postura de que no sólo hay un control sobre los espectadores, sino que también, existe un control sobre los periodistas que trabajan por y para esta pantalla. Por lo cual él propone que los periodistas se liberen de la exhibición narcisista de la televisión, y tomen las riendas de generar sus propias condiciones. Tarea que puede resultar compleja al día de hoy ya que los periodistas están usualmente comprometidos con su medio y política.

Otro concepto interesante que comparte el sociólogo es el de la “violencia simbólica” que rige en la teletransmisión.

“La violencia simbólica es una violencia que se ejerce con la complicidad tácita de quienes la padecen y también, a menudo, de quienes la practican en la medida en que unos y otros no son conscientes de padecerla o de practicarla”. (Bourdieu, 1996:22)

En base a esta cita, el autor sostiene que dentro de la televisión rige una violencia de símbolos, signos y discursos que son transmitidos y no implica una mayor o menor importancia que reforzar desigualdades en la sociedad. Es una agresión sumamente naturalizada por los individuos, generando así que no sea reconocida como tal. Dentro de este tipo de agresiones, Bourdieu menciona “la crónica de sucesos” donde se engloban tópicos como la sangre y el sexo, el drama y el crimen que siempre generaron buenas ventas y obtuvieron altos índices de audiencia. Si bien estos asuntos son ciertos ya que podemos identificarlos fácilmente en las transmisiones, es necesario remarcar que los mismos pueden variar según el medio, la audiencia y la evolución social en la que se encuentre inmerso. Continuando con la teoría del académico, para él esa crónica de sucesos es también un elemento de distracción ya que se llama la atención sobre una cosa distinta de la que se está haciendo.

Abordando la cuestión de la información compartida en la televisión, el autor se apoya en su teoría de “la circulación circular de la información” como bien destaca en su escrito. A partir de la diferencia existente entre los periodistas, ya sea por su edad, sexo, nivel de instrucción, el periódico y el medio, se produce también una homogenización ya que tienen en cuenta la lógica de sus respectivas competencias.

“Para los periodistas, la lectura de los periódicos es una actividad imprescindible y la revista de prensa un instrumento de trabajo: para saber lo que uno va a decir hay que saber lo que han dicho los demás. Éste es uno de los mecanismos a través de los cuales se genera la homogeneidad de los productos propuestos”. (Bourdieu,1996:32)

Aquella lectura y observación mutua y constante de los periodistas entre sí, genera un círculo vicioso y circular de la información. ¿Por qué sucede esto? Ya que la información dada por cada periodista circula entre las personas que tienen en común, es decir entre los espectadores y oyentes de la televisión que hacen que su índice de audiencia aumente o disminuya.

Podemos decir que todas estas son particularidades que años después siguen manteniendo en las referencias a la televisión. Sin embargo, ahora abordaremos las apuestas que se hacen hacia el consumo de los programas de televisión y redes sociales, como también la oferta que estas herramientas otorgan.

La noción de contrato de lectura

Como todo medio de entretenimiento e información digital, cada cual comprende sus características, funcionalidades y normas que los usuarios y/o espectadores deben incorporar y cumplir al consumir y/o usar de ellos. Sin embargo, no solo se trata de reglamentaciones y ofertas desde el medio al usuario/espectador sino que también de las expectativas que éste tiene hacia cada medio. Este conjunto de previsiones llevan el nombre de “contrato de lectura”, concepción planteada y analizada principalmente y en profundidad por Eliseo Verón, sociólogo y antropólogo argentino.

En su escrito ***“El Análisis del “contrato de lectura” un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media” (Verón, 1985)*** Verón nos plantea la noción de contrato de lectura para abarcar esa relación existente entre un soporte y la lectura que se da a partir del mismo.

“La relación entre un soporte y su lectura reposa sobre lo que llamaremos el contrato de lectura . El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos “partes”, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato”.
(Verón,1985:2)

Como anteriormente analizamos, las redes sociales, tanto Twitter como Facebook comprenden una serie de reglamentaciones, modismos en el lenguaje, normas, etc. Si aplicamos la teoría

de Verón a esta nueva realidad mediática podríamos también hablar de cierto contrato dando cuenta de la relación entre usuarios y redes. En Twitter, los usuarios esperan ver contenidos instantáneos y breves en relación a temas de opinión pública como política, economía, entretenimiento, arte, etc. Mientras que en Facebook, el usuario tiene la expectativa de encontrar contenido -mayormente- extenso y que haga una apertura e invitación a debates y/o conversaciones. Cada red social, comprende su contrato de lectura a su vez acompañado de las funciones que éstas tienen, ya sea “me gusta”, “favorito”, “retweet”, “toque”, como vimos más arriba. Podemos reconocer que la propuesta inicial de cada red social también engloba características relacionadas a los contratos que tienen. En Twitter, por ejemplo, al querer redactar un tweet figura la oración en transparente **“¿Qué está pasando?”**. A partir de eso, podemos destacar la invitación de la red al usuario para estar en constante contacto con el mundo con el fin de comunicar todo lo que está sucediendo. En Facebook, también se presenta esta misma dinámica pero con la frase **“¿Qué estás pensando, (el nombre del usuario)?**. En esta última es aún más personalizado e invita a compartir emociones, pensamientos, o ideas para generar esa apertura al debate o conversación como antes mencionábamos.

En cuanto a la televisión, como bien destaca el sociólogo, sucede esa misma dinámica. Cada programa televisivo tiene una serie de expectativas en los espectadores al elegir el consumo de los mismos. Un programa de chismes lleva un contrato donde la persona que lo ve, busca encontrar novedades de la farándula, por ejemplo. Mientras que, por otro lado, un programa de noticias genera que los espectadores esperen incorporar información en relación a la economía, política, sociedad, entre otras cosas.

Los televidentes buscan entretenerse, educarse e informarse sobre temas importantes y/o educativos a partir del abanico de programas que ésta ofrece.

Tanto la dinámica en televisión como en las redes sociales, dependerá -en gran parte- de la capacidad de reconocer y proponer dicho acuerdo.

“El éxito de un soporte de la prensa escrita se mide por su capacidad de: –proponer un contrato que se articule correctamente a las expectativas, motivaciones, intereses y a los contenidos del imaginario de lo decible visual. –de hacer evolucionar su contrato de lectura de modo de “seguir” la evolución socio-cultural de los lectores preservando el nexo. –de modificar su contrato de lectura si la situación lo exige, haciéndolo de una manera coherente”. (Verón, 1985:2)

A partir de esta cita, Verón plantea la importancia de que los medios de entretenimiento e información respondan y presten delicada atención a las expectativas, motivaciones, intereses y contenidos que los espectadores y usuarios estén buscando. Al mismo

tiempo, es pertinente reconocer que dicho contrato de lectura varía dependiendo de la cultura y comunidad de cada país y medio digital que se esté analizando.

Si bien posteriormente se verán ejemplos de piezas humorísticas que se realizaron en base al caso de Sánchez, es acorde mencionar que dentro de cada red social y medio de televisión las personas esperaban cuestiones diferentes:

En **Twitter**, los usuarios buscan información en tiempo real de temas de interés público ya sea política, economía, sociedad, entretenimiento, entre otras. A su vez, la participación en debates es otro interés que se destaca.

En **Facebook**, los usuarios buscan conectarse con amigos o familiares lejanos, compartir fotos y/o videos. Al mismo tiempo, buscan la participación en foros o comunidades es otra razón por la cual usan Facebook algunos usuarios.

Debido a que el caso de Sánchez comprendió una serie de memes, sketches y parodias burlándose de él, es pertinente abordar este factor. ¿Hasta qué punto un contenido se considera gracioso y cuando se puede hablar de agresión?.

Ahora indagaremos en la temática de la implementación del humor en las redes sociales y medios de comunicación y cómo puede tener un impacto negativo en las personas a las que se humilla.

El uso del humor en redes sociales y medios de comunicación

El humor varía según la cultura, la edad, la personalidad, y también, según el medio por el cuál éste se quiera plasmar. Podemos destacar distintas maneras de hacer humor, desde historietas de humor político, experiencias personales, entre otras. Sin embargo, en lo que compete al mundo digital, dichas formas de hacer humor se crean a partir de los distintos espacios que existen y sus distintas funcionalidades. Es importante reconocer que las redes sociales hoy día vienen acompañadas de una cultura humorística.

Doctor en Ciencias Sociales y Lic. en Comunicación Social de la Universidad de Buenos Aires, Damián Fraticelli (2022) afirma: "*No se puede pensar la sociedad contemporánea sin pensar el humor o sin los memes, encabezando el humor. Todos los acontecimientos sociales, sin ninguna restricción temática, son susceptibles de tener una interpretación humorística y eso no ocurría antes*". Tal es así la importancia del contenido cómico en redes sociales, que existen diversas formas de llevarlo adelante.

Por ejemplo:

- **Parodias:** son una manera de expresión, imitación o ridiculización de una obra o género existente. Suelen tener el objetivo de realizar una crítica social, política, cultural, además del entretenimiento.
- **Sketches:** son escenas humorísticas cortas que pueden darse en la televisión o teatros y buscan la risa en el público. Los recursos más utilizados en los sketches son la parodia, la imitación y la exacerbación de situaciones, mandatos, dichos, etc.
- **Shit Post:** es un término que en la actualidad está tomando mucha presencia para describir publicaciones en Internet que no tienen un sentido en particular, por ejemplo. El humor absurdo, ofensivo y confuso predomina en el shit post y se plasma a través de videos, imágenes, etc.
- **Memes:** suelen ser imágenes, videos o frases que se viralizan a través de las redes sociales.

Además del fenómeno de las redes sociales y la generación de humor en ellas, se debe agregar que las parodias y sketches, también pueden crearse y transmitirse a través de la televisión, como bien mencionamos anteriormente. Aunque el humor e imitación en Argentina comienza hace muchos años, algunos reconocidos programas de televisión humorísticos como “Videomatch” (1990-2004), conducido por Marcelo Tinelli; “Hablemos Sin Saber” segmento dentro del programa “Sin Codificar” (2008-2019) , conducido por Pachu Peña, Yayo, entre otros, fueron producciones destacadas por su contenido de parodias y chistes, y algunos de ellos, se hicieron eco de las burlas de Juan. Las escenas de dichos programas variaban desde imitaciones de personajes famosos, hasta bromas a ciudadanos comunes y corrientes.

Con respecto al caso de Sánchez y la viralidad de su entrevista, diversos programas de televisión argentina con este estilo de humor, llevaron imitadores de la víctima a los programas y compartieron videos parodia con respecto a lo sucedido con el menor, replicaron sus frases, etc.

La implementación del humor sucedió al igual que con el meme, pero teniendo en cuenta sus características y espacios de difusión. Éste último método de humor es característico de las redes sociales y es el que nos compete -mayormente- para analizar el caso en cuestión ya que se realizaron numerosos memes sobre Juan Sánchez.

Ahora bien, ¿qué es el meme? En el texto **“Semiosis ilimitada, producción de sentido en memes de internet” (Sandoval, 2017)** el “meme” es el “objeto digital que aparece en Internet y produce derivados al ser imitado, remezclado y difundido” por los usuarios que participan en

la comunicación mediada. Éste fenómeno puede traducirse en una imagen, un video, un fragmento de texto, entre otras más cosas que sean posibles de alterarse.

“El meme es una de las formas más características de comunicación de la sociedad red. Los primeros objetos digitales que podrían considerarse memes pueden ser las cadenas de email en las que, desde una idea inicial y editando y difundiendo textos digitales, se replicaban, modifican y difundían paquetes de información que circulaban entre usuarios”.
(Sandoval, 2017:2)

A medida que incrementa dicho fenómeno y su implementación para hacer humor, aumentan las herramientas para producirlos. Comenzaron a crearse programas para diseñarlos de manera simple y con formatos preestablecidos. Siendo así, una manera fácil y accesible para quienes quieran crearlos.

Algunas características principales de los memes son:

Humor	<i>El meme tiene como objetivo producir contenido humorístico a partir de factores semánticos y formales. En una imagen similar a un meme (una imagen con texto) que no genera hilaridad sería discutible su carácter de meme. La forma más evidente de producir humor es la “forma semántica”, lo que percibimos al ver el meme. De esa manera, el efecto humorístico puede variar según las condiciones de recepción</i>
Viralidad	<i>La viralidad es la capacidad de los memes de propagarse, replicarse y continuar propagándose. El viral es un objeto digital que alcanza una difusión viral mientras que el meme es un conjunto de objetos creados por la modificación y que circulan por internet de modo viral.</i>
Transtextualidad	<i>Para producir memes se usan apropiaciones iconográficas de productos culturales (escenas de películas, cómics, fotografías de prensa) de imágenes creadas por otros usuarios (virales, videos caseros, mensajes entre grupos cerrados, etc)</i>
Templatización	<i>Para crear memes, por lo general se usan plantillas o “templates”, donde los usuarios pueden elegir un formato preestablecido y cambiar el texto o la imagen, creando nuevas versiones de memes que ya circulan.</i>

Fuente: Características principales del texto “Semiosis limitada, producción de sentido en memes” de Laura Sandoval

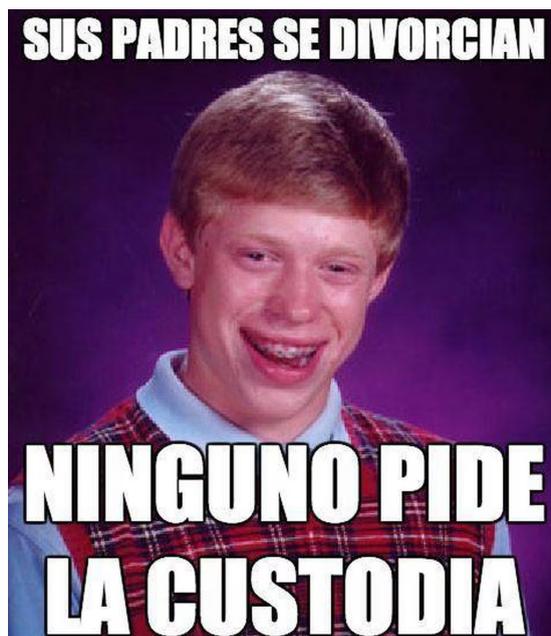
Algunos ejemplos de los memes más famosos:

1) **“Brian Sin Suerte” meme**



Epígrafe: Kyle Craven es el nombre del joven del meme "Brian Sin Suerte" uno de los más famosos en las redes sociales

Fuente: Google Imágenes "Brian Sin Suerte Meme"



Epígrafe: Kyle Craven ganó U\$S 20.000 con su imagen por el meme viral

Fuente: Diario Los Andes

Es pertinente realizar una observación detallada sobre el respectivo meme de "Brian Sin Suerte". El protagonista de dicha pieza es Kyle Craven, un joven -en ese entonces- estudiante de una secundaria en Estados Unidos. En una entrevista para el medio de comunicación estadounidense "BuzzFeed", Craven cuenta que todo comenzó cuando el momento de la foto para el anuario escolar llegó a su vida. El hombre relata que en el año 2007, realizó una

apuesta con sus amigos y se dirigió a comprar un suéter escocés bordeaux, se peinó al estilo “nerd” y realizó una extraña mueca para la fotografía. *“Estaba en la secundaria y lo único que voy a decir es que no era un gran estudiante. Me interesaba no hacer nada y ser el payaso de la clase. A mí y a mi compañero Ian nos gustaba hacer bromas”* cuenta el autor². Tras que el director de la escuela rechazó la foto por la cara de broma del joven, le ordenó que se tomara otra. Sin embargo, Craven decidió escanear la imagen y guardarla para luego colocarla como su foto de perfil de Facebook. Su más íntimo amigo, Ian, era un apasionado de los memes y utilizaba el sitio web “meme generator” para crear distintas piezas y subirlas a Reddit (sitio web donde se comparten noticias sociales). Es así, como el mismo Ian, decidió colocar la foto de su amigo en línea ya que hacer memes era su pasatiempo, como bien cuenta en el reportaje. La imagen consistía en un joven ficticio (que era en realidad Craven) llamado “Brian” y quien no tenía suerte en la vida. Algo completamente contrario a la vida que llevaba el protagonista en ese entonces y, por ende, luego de dicho evento.

“Un día recibí un mensaje de él a las cuatro de la mañana y me dijo: ‘Hey, no es algo grande, pero te hice famoso en internet’” cuenta Craven. *Siendo así, que pasó a ser un meme inmenso en las redes sociales como Reddit, Facebook e Instagram”* declara la figura del meme creado.

Ahora bien ¿Cuál fue el fenómeno que llevó a que este meme se volviera tan popular entre los usuarios? A continuación, explicaremos detalladamente el concepto de viralidad para intentar entenderlo mejor.

El humor y los memes en las redes sociales: difusión y repercusión sociocultural

El meme de “Brian Sin Suerte” tuvo repercusiones inesperadamente positivas para el joven ya que para él fue algo “grandioso” y de lo cual no se molestó con su amigo. Es el día de hoy que Craven cuenta que fue invadido por peticiones de fotos en la calle, que vio remeras con su rostro a la venta en distintos centros comerciales, participó en eventos y publicidades, e incluso comenta que tiene un cuadro de su imagen en un museo de Suiza. Es preciso destacar -nuevamente- la característica de la “viralidad” que se mencionó en el recuadro anterior. Dicho meme de la foto del anuario escolar, fue creado por el amigo de Craven y que luego, tuvo la capacidad de propagarse, replicarse y repetir dicho ciclo en la web. Fue un contenido promovido de usuario a usuario en la red y que generó un crecimiento de personas expuestas al mensaje.

² En el medio Crónica, lo menciona con esta frase en una entrevista citada que el joven otorgó para el medio BuzzFeed (2020)
<https://www.cronica.com.ar/cosa-de-locos/El-origen-del-meme-Cual-es-la-historia-de-Brian-mala-suerte-20201118-0112.html>

“El viral es un objeto digital que alcanza una difusión viral mientras que el meme es un conjunto de objetos creados por la modificación y que circulan por internet de modo viral. Lo que se vuelve viral no es el meme sino la forma, por lo que la viralidad es de su replicabilidad, no del objeto en sí”. (Sandoval, 2017:2)

Teniendo en cuenta dicha idea sostenida por Sandoval, podemos decir que el meme de “Brian Sin Suerte” tuvo su popularidad por la gracia que causaba en las personas. Sin embargo, su “viralidad” se debió no más ni menos que a su simple forma de ser difundido y replicado por los usuarios en la web.



Epígrafe: *El humor del meme se basa en la premisa de que si ocurre algo afortunado, entonces sucederá algo desafortunado como consecuencia*

Fuente: *Crónica*

A partir de esta situación que tomó un giro en la vida de Craven nos podemos cuestionar ¿qué sucede cuando la fabricación de memes y humor en redes sociales es otra completamente distinta a la de “Brian Sin Suerte”? Es así como podemos ejemplificar con el caso de Juan Sánchez o más conocido como “El chico al que le gusta el arte”. Un caso 100% de ciberacoso y ciberbullying hacia el menor sin que él haya proclamado una broma. En su respectivo caso, sucedió todo lo contrario. Sánchez fue llevado a la creación de memes a partir de su entrevista sin haber intencionado dicho fenómeno para los usuarios. Veamos un ejemplo de los memes creados a partir de su situación:

2) **“Me Gusta el Arte” meme**



Epígrafe: Juan Sánchez es el protagonista del meme hecho collage con la serie de niños “Art Attack”

Fuente: Google Imágenes “Me Gusta el Arte” meme

Estas imágenes también nos dan otras características importantes de la creación de los memes para transmitir un mensaje:

- Marcos y Emblemas
- Palabra e imagen

Como bien podemos observar en los memes anteriores, hay fotografías, collages y textos que hacen del objetivo del meme. Según Ruíz Martínez, la estructura en macros de este tipo de diseño humorístico se conforma en una “imagen fija acompañada de un texto”, donde “a veces el texto está dividido en dos partes; una proposición en la parte superior de la imagen y una conclusión, refutación o paradoja en la parte inferior” describe Ruíz Martínez en su texto “**Una Aproximación Retórica a los Memes de Internet**” (2018). Sin embargo, también se debe resaltar que el meme puede no ser una imagen fija y sino una imagen con movimiento o video y con audio incluido. Un claro ejemplo de este otro tipo de meme puede ser el meme viralizado en 2020 de los afroamericanos bailando con el féretro o el Harlem Shake en 2013, los cuales cobraron demasiada popularidad entre las comunidades digitales.

Veamos un ejemplo que lo describe:



Epígrafe: Mr. Bean es el nombre del personaje de esta foto

Fuente: Imagen tomada de memegenerator.es

“Algunas veces, la imagen es una cara humana o animal expresiva, que sugiere algún tipo de emoción casi siempre ridícula o graciosa. Otras veces, la imagen es una acción congelada en el tiempo, de una persona o animal en una situación extraña, casi siempre ridícula. Además, estas imágenes funcionan como un ethos visual porque emplean un rostro al que se asocian determinados valores, que denota una actitud concreta”. (Martínez, 2018:1013)

En los memes presentados, se toman fotografías reales quitadas de su real contexto, como la de “Brian Sin Suerte”. En otras, se toma el rostro de un personaje, Juan Sánchez o mal llamado “el niño al que le gusta el arte”, y la hacen collage, uniéndose con el cuerpo del conductor y pintor de la serie de niños “Art Attack”.

Otra de las particularidades que se pueden destacar de los memes en general son:

- La **intertextualidad**: los memes son discursos intertextuales, se relacionan entre sí a partir de la copia, parodia, apropiación.
- La **convención**: nos referimos a convención cuando describimos a esa exigencia que se añade -generalmente a lo visual- para atraer la atención del público.
- El **desvío**: hará referencia a los cambios que los cibernautas realizan sobre el meme con el fin de reconstruirlo.

- La **tipología de los memes**: dichas creaciones pueden ser clasificados por los rasgos de sus actualizaciones, como lo son las imágenes fijas, con texto, o video.
- La **juxtaposición**: refiere a la búsqueda de la armonización de realidades para exigir al receptor de encontrar un sentido, ya sea irónico, humorístico o argumentativo. Como algunos memes políticos, por ejemplo, que pueden centrarse en tratar temas complejos en algo despreocupante.

Es interesante tener en cuenta que los memes, además de sus particularidades y funcionalidades, cumplen con diferentes categorizaciones que nos permiten diferenciar unos memes de otros. Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila en México realizaron un análisis de los memes en internet, centrándose en uno en particular: el meme del “Harlem Shake” que anteriormente hicimos mención. Es así como en este escrito **“El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación” (Aguilar, Salazar, 2014)** se plantea la “Taxonomía de los memes” para tipificarlos.

<p>1. Fidelidad</p>	<p>1.1 Replicadores: <i>presentan una reducida variación y una alta fidelidad con respecto al original.</i> <i>Los vínculos compartidos de igual forma en diversos blogs, son un ejemplo de lo observado en este trabajo</i></p> <p>1.2 Metamórficos: <i>son memes con altos índices de mutación y de recombinación, a partir de los procesos de reinterpretación por los que pasan</i></p>
<p>2. Longevidad</p>	<p>2.1. Persistentes: <i>aquellos que son replicados durante un tiempo considerable.</i></p> <p>2.2. Volátiles: <i>se trata de memes que tienen un corto periodo de propagación.</i></p>
<p>3. Fecundidad</p>	<p>3.1. Epidémicos: <i>se expanden de manera muy amplia y muy veloz.</i></p> <p>3.2. Fecundos: <i>memes con una menos propagación que los epidémicos, presentes de manera más bien marginal, en grupos limitados.</i></p>
<p>4. Alcance</p>	<p>4.1. Globales: <i>ampliamente dispersos.</i></p> <p>4.2. Locales: <i>presentes en un conjunto próximo de nodos</i></p>

Fuente: *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación” (2014) Cuadro 1 elaborado por Da Cunha (2007).*

Teniendo en cuenta dicho cuadro, podemos hacer una categorización de los memes previamente revisados. El meme de “Brian Sin Suerte” fue un meme caracterizado por su **alcance** ya que, además de haber sido local, se expandió con demasiada intensidad que llegó a ser un meme reconocido globalmente. Sin embargo, si tomamos en cuenta el meme de Juan Sánchez, podemos decir que fue un meme propiamente de la **fidelidad** que éste tuvo a partir de lo metamórfico que éste fue. Los memes producidos a partir de la entrevista que le hicieron a Juan fueron mutando y siendo recombinado a partir de los procesos de reinterpretación por los que fue transitando, como bien sostiene la teoría.

Ahora bien, ¿qué pasa cuando aparecen usos disruptivos, conflictos y cuestiones que escalan a niveles de violencia en las redes sociales?

La violencia en las redes sociales: análisis de los conflictos y usos disruptivos en la era digital

Debido a la interacción de la cual continuamos mencionando, en las redes sociales -más específico en Twitter y Facebook- surgen distintas manifestaciones de violencia virtual. Podríamos decir que es una de las posibilidades que se pueden dar a partir de dicha colaboración entre usuarios. Están quienes actúan y se comportan con responsabilidad y por otro lado, quienes transgreden las normas en diferentes medidas.

El mal uso de una red social puede referirse a cualquier comportamiento en línea que vaya en contra de las normas de la plataforma o que sea perjudicial para otros usuarios. Algunos ejemplos de mal uso de las redes sociales incluyen:

1. **Ciberacoso:** acosar, intimidar o dañar a otros usuarios a través de mensajes, comentarios o publicaciones.
2. **Difamación:** publicar información falsa o difamatoria sobre otras personas o empresas.
3. **Compartir contenido ilegal o inapropiado:** compartir material que sea ilegal, ofensivo, explícito o que viole la privacidad de otros usuarios.
4. **Usar la plataforma para fines comerciales no autorizados:** utilizar una red social para promocionar productos o servicios de forma engañosa o no autorizada.
5. **Robo de identidad:** usar la información personal o la identidad de otras personas sin su consentimiento.
6. **Spam:** enviar mensajes masivos no solicitados o publicaciones irrelevantes en la plataforma.

Seguirán surgiendo distintas acciones de violencia vinculadas al uso de las redes sociales. Empero, la consecuencia que hoy nos compete en esta investigación es el fenómeno de ciberacoso y ciberbullying. Sin embargo, es pertinente aclarar que si bien ambos términos son sinónimos, existen entre ellos una pequeña diferencia. El ciberbullying responde a la acción de acoso en el mundo digital llevado a cabo por menores de edad y mayormente entre compañeros de escuela. En cambio, el ciberacoso, se refiere a los actos de acoso implementados por personas fuera del eje escolar. Para abordar el fenómeno de violencia en línea, tomaremos ambos conceptos con sus respectivas definiciones ya que se trató tanto de un caso de ciberbullying como de ciberacoso.

Ciberacoso y Cyberbullying: una amenaza en el mundo digital

En primer lugar, se debe destacar la diferencia entre una broma entre amigos y el acoso para poder reconocer el cyberbullying. Una broma es un comentario expresado en un ambiente amistoso y sin intención de causar daño, basado en la confianza y el respeto. En cambio, el acoso es una conducta repetitiva y premeditada que causa angustia, miedo, humillación o daño físico y emocional a la persona que lo recibe. En el caso del cyberbullying y ciberacoso, ambas son maneras de acoso que buscan intimidar, discriminar o controlar a la persona a través de medios digitales. La situación que padeció Sánchez fue un claro ejemplo de ciberacoso y cyberbullying.

El caso de Sánchez tiene un gran diferencial con respecto a otros casos de cyberbullying ya que, como bien mencionamos, no sólo fue humillado, humorizado, y acosado por menores de edad, sino que también por personas adultas de las cuales se espera un uso más responsable de estos espacios virtuales. Sin embargo, es pertinente tener en cuenta el significado de ambos conceptos para tener una mejor comprensión del análisis.

“El cyberbullying es una nueva modalidad de acoso escolar, no personal o directo, cuyo origen y desarrollo está relacionado con el desarrollo de las TIC, como internet y el teléfono móvil, que son sus instrumentos principales de soporte. Se trata de una forma de acoso indirecto y anónimo”. (Betancourt, 2014:187)

Como destaca la autora en su escrito **“Prevención del acoso escolar: bullying y cyberbullying” (Betancourt, 2014)**, el cyberbullying comienza a partir del acoso digital por parte de estudiantes de las escuelas y que se desenvuelve a partir de las herramientas digitales que éstos tengan al alcance.

En cambio, cuando se menciona el concepto de ciberacoso, hablamos de un acoso por fuera de la escuela y que puede darse desde los adultos -tal como es el caso de Juan- hacia menores.

“Ciberacoso es acoso o intimidación por medio de las tecnologías digitales. Puede ocurrir en las redes sociales, las plataformas de mensajería, las plataformas de juegos y los teléfonos móviles. Es un comportamiento que se repite y que busca atemorizar, enfadar o humillar a otras personas”. (UNICEF, 2022)

En ambos fenómenos, el acoso digital es el denominador común. Dicha diferencia en el perfil de los acosadores digitales demuestra la complejidad y gravedad del problema actual y el cual trasciende a las instituciones educativas, y genera efectos negativos en todas las edades y contextos sociales.

El panorama actual del ciberbullying en Argentina: estadísticas y datos relevantes

Para seguir esbozando dichos conceptos, es pertinente tener en cuenta algunos datos reales e importantes sobre este fenómeno más puntual en Latinoamérica.

Detectar el ciberbullying y ciberacoso puede resultar difícil ya que puede manifestarse de diversas formas, y las víctimas pueden sentirse avergonzadas o humilladas y no denunciar el problema. Sin embargo, es esencial reconocer los signos del ciberbullying y ciberacoso para intervenir y prevenir situaciones más complejas.

Ambos fenómenos son un problema que ha aumentado significativamente en los últimos años debido al fácil acceso a los medios digitales y a la falta de regulación y control en línea. Según el **Primer Estudio sobre el Cyberbullying en América Latina (2021)** realizado por la organización sin fines de lucro "Bullying Sin Fronteras" Argentina se encuentra posicionado como el segundo país con más casos de ciberbullying luego de México.

En cuanto a datos de género, las niñas comprenden un rol importante y aún más amenazante que los niños cuando se trata de ciberacoso y ciberbullying.

"El 70% de las víctimas son niñas y, en concreto, por cada chico que sufre cyberbullying, hay 2,4 chicas que lo padecen. Estas diferencias por sexo no se corresponden con lo hallado en el acoso escolar "cara a cara", donde se hace ver un mayor equilibrio, con cifras del 47% mujeres frente a un 53% de varones". (Bullying Sin Fronteras, 2021)

La educación digital, la concientización sobre el acoso en línea y el fomento de relaciones saludables y respetuosas en línea son esenciales para combatir este problema y proteger a los más vulnerables. Además, se deben establecer leyes y políticas que regulen y sancionen el ciberacoso y ciberbullying para garantizar la seguridad y el bienestar de todos.

En la actualidad, el uso de las redes sociales se ha expandido exponencialmente, lo que ha dado lugar a una mayor exposición de las personas en línea. Sin embargo, esta mayor exposición también ha aumentado la probabilidad de que las personas se conviertan en víctimas de ciberbullying y/o ciberacoso.

Como señala el estudio de Bullying Sin Fronteras, el dispositivo más utilizado para el cyberbullying es el Smartphone, lo que evidencia la facilidad de acceso y uso que tienen los agresores para acosar a sus víctimas. Además, se menciona que la aplicación de mensajería WhatsApp es el canal preferido por los acosadores, lo que indica la necesidad de prestar especial atención a esta plataforma. Por otro lado, las redes sociales como Facebook, Twitter e

Instagram también son utilizadas para hostigar a las víctimas, lo que demuestra la urgencia de tomar medidas efectivas para prevenir y combatir el ciberbullying y ciberacoso en estas plataformas. En resumen, el aumento de la exposición en línea y la facilidad de acceso a las plataformas digitales han generado un aumento en los casos de ciberbullying y ciberacoso, lo que requiere una atención especial por parte de la sociedad y las autoridades para proteger a las personas más vulnerables.

Por otro lado, las plataformas digitales que permiten el anonimato total pueden ser especialmente problemáticas en el contexto del ciberacoso y ciberbullying, ya que permiten a los agresores actuar sin temor a ser identificados o responsabilizados por sus acciones. Mientras que algunas redes sociales permiten a los usuarios crear cuentas falsas con nombres falsos. De todas formas, cabe resaltar que estos usuarios falsos están vinculados a una dirección de correo electrónico u otra información de contacto, lo que permite algún nivel de rastreabilidad y responsabilidad por el comportamiento en línea.

Adicionalmente a estos datos, se hace mención que el ciberacoso y ciberbullying suele demorar en denunciarse tanto por quienes lo sufren como por quienes lo ven desde afuera. El documento expone que los niños y adolescentes confían en sus padres como primera opción, por más que se tarden en contarlos.

Es importante que las personas, especialmente los jóvenes, sepan cómo reconocer el ciberacoso y/o ciberbullying y cómo prevenirlo. La educación digital y la concientización sobre el acoso en línea son esenciales para combatir este problema.

Considerando las cifras preocupantes, resulta esencial fomentar una toma de conciencia para los padres, educadores, profesionales y autoridades correspondientes acerca de las formas de abordar potenciales casos de ciberacoso y ciberbullying.

La importancia de detectar, prevenir y combatir el ciberbullying

Hay muchos factores que rondan en base al accionar frente a un caso de ciberbullying. En primer lugar, es necesario saber diferenciar, la forma de ciberbullying y/o ciberacoso que se esté dando. Como indica el informe “Guía de Convivencia Digital” de UNICEF publicado en 2020, se describen 3 formas de ciberacoso:

- **Acoso:** se refiere a la acción de enviar imágenes degradantes, vigilar la actividad de alguien en línea, enviar virus, son algunos ejemplos.
- **Denegación:** se da cuando se deniega a la víctima el acceso a foros, chat o plataformas sociales de todo el grupo, entre otros.

- **Manipulación:** señala el uso de información encontrada en las plataformas para difundirla de forma no adecuada entre los miembros, acciones que puedan perjudicar al otro en su nombre, etc.

En segundo lugar, es necesario tener en cuenta la relación que existe entre el acosador y la víctima, como también la frecuencia de las acciones y la edad de los involucrados ya que a partir de toda esa información, se deberán tomar distintas estrategias de prevención y respuesta diferentes.

Ahora bien, teniendo en cuenta esto, y una vez reconocido ¿cómo se puede accionar desde el rol de madre, padre, y/o responsable de un niño/a que está sufriendo de ciberacoso y cyberbullying? Es importante que estas figuras estén al tanto de los riesgos y peligros que existen en el mundo digital, y que se involucren en la educación de sus hijos para que puedan hacer un uso responsable y seguro de la tecnología. Además, deben estar alerta a cualquier cambio en el comportamiento de sus hijos y tomar medidas inmediatas si detectan algún caso de cyberbullying o ciberacoso. Al fomentar un diálogo abierto y honesto sobre estos temas, los tutores, madres y padres pueden ayudar a proteger a sus hijos y promover un entorno en línea más seguro y saludable para todos.

Bullying Sin Fronteras, menciona algunos efectos negativos que pueden darse en una individuo que está sufriendo este tipo de acoso y pueden ser:

- Ansiedad
- Depresión
- Baja autoestima
- Trastornos del sueño
- Aislamiento social
- Pensamientos Suicidas

Al mismo tiempo, es fundamental mantener una línea de acciones tanto para prevenir como para actuar frente a un caso en cuestión. Para accionar frente a uno, UNICEF plantea los siguientes lineamientos:

- **Escuchar:** a través del respeto, es importante escuchar al niño y no actuar sin escuchar las necesidades de él o ella.
- **Acompañar:** es importante no minimizar la situación y acompañar en todo momento de la crianza y etapa de adolescencia
- **No demonizar la herramienta:** hay que evitar echarle la culpa a internet porque la web es sólo un medio para llevar a cabo estas acciones, no el culpable.

- **Bloquear usuarios indeseados:** cuando un usuario hostiga a un niño o niña, se lo puede bloquear impidiendo que vea el perfil del chico o chica o incluso que se contacte con el/ella.
- **Realizar denuncias dentro de las plataformas utilizadas:** la opción de denunciar está habilitada para todos los usuarios y es una manera de ejercer sus derechos como ciudadanos digitales. Es importante que los jóvenes sepan que esta denuncia es anónima.
- **Guardar las evidencias:** Internet ofrece formas para tomar evidencias de lo que sucede, como las capturas de pantalla, por ejemplo.
- **En el ámbito escolar** es importante acordar acciones entre los directivos, maestros y psicólogos.

Los roles de los tutores, padres y responsables de los jóvenes y niños es sumamente importante y es parte de esa relación cómo se definen. Lo importante es que como profesionales de la comunicación desempeñamos una gran responsabilidad y compromiso frente a estos fenómenos y esto es en lo que este trabajo analizamos. A partir de nuestra capacidad y poder de comunicar, informar, educar es primordial que lo llevemos a cabo estando comprometidos a nuestro labor de portadores de información. Si bien los temas de ciberbullying y ciberacoso deben ser tratados en los medios de comunicación para así educar a los televidentes, espectadores, usuarios de redes sobre el tema y prevenir este tipo de situaciones, al mismo tiempo, es esencial tener en cuenta la manera de hacerlo. La comunicación de un caso de ciberacoso y ciberbullying debe realizarse con respeto a la esfera de la intimidad de las víctimas. El caso de Sánchez pudo haber sido tratado de otra manera, teniendo en cuenta la edad del menor y de que él no buscó ser viralizado. Esta responsabilidad no sólo se debe ver plasmada por los comunicadores al hablar oralmente, sino que también aplica a la manera de redactar las notas o titulares.

A continuación se adjunta un flyer informativo de UNICEF en el cual se encuentran los teléfonos y direcciones para realizar denuncias en este tipo de casos.

ASESORAMIENTO, DENUNCIAS Y CONSULTAS

Programa línea 102
LÍNEA 102
Es un servicio telefónico gratuito que brinda la Secretaría de Niñez y Adolescencia, de orientación sobre la garantía y restitución de los derechos de la infancia en la provincia de Buenos Aires. Funciona las 24 horas, los 365 días el año.

Equipo niñ@s contra la explotación sexual y grooming
LÍNEA 0800-222-1717
Es un servicio telefónico gratuito del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos las 24 horas, los 365 días del año, en toda Argentina. También por mail a equiponinas@jus.gov.ar

Mapa de las Fiscalías por Departamento Judicial de la Procuración General de la Provincia de Buenos Aires
www.mpba.gov.ar

Dirección Provincial del Centro de Protección de los Derechos de las Víctimas
0800-666-4403
0221-489-8610/8666
www.mjus.gba.gob.ar

Fuente: Flyer tomado de la "Guía de sensibilización sobre Convivencia Digital" (2017) compartido por UNICEF

Para poder trabajar en la prevención de este tipo de acoso, se deben tener en cuenta distintas cuestiones. En primer lugar, la necesidad de otorgar visibilidad de las oportunidades y peligros que existen en el contexto digital para los menores. El acceso a estos espacios son útiles para que los menores se informen, accedan a propuestas educativas y puedan comunicarse entre sí, siempre y cuando ellos tengan un acceso medido por sus padres o tutores. Sin embargo, también es pertinente reconocer y hacer reconocer a los jóvenes los peligros que corren en los medios digitales al permitir este acceso y registro en las distintas redes sociales.

Ahora bien, en el próximo capítulo estaremos especificando las particularidades del caso en cuestión que fuimos mencionando a lo largo del presente marco teórico.

Capítulo 2: Explicación del caso

Teun A. van Dijk es un lingüista y teórico del discurso que dedicó gran parte de su trabajo al estudio del papel del contexto en la producción y comprensión del discurso. Dicho campo de investigación lingüística fue en el cual él se especializó por un gran tiempo.

En su escrito **“Discurso y texto: un enfoque sociocognitivo” (Van Dijk, 2012)** presenta y profundiza en el concepto de “contexto”. Explica dicho término a través de la premisa que en la sociedad, los individuos nos encontramos inmersos en el uso de dichas palabras que -al momento de aplicarlas- no encontramos una definición grata. Él ejemplifica esto con los conceptos de: lenguaje, discurso, acción, muerte, conocimiento, sociedad, poder y, por último, contexto. Éste último, según Van Dijk, es fundamental para entender cómo se construyen los significados en el discurso y cómo se relacionan con el mundo social, político y cultural que los rodea. Suele ser un término muy utilizado cuando se quiere localizar y/o explicar un evento, acción o discurso. Para el autor, es pertinente un estudio contextual de las cosas, ya sea del estudio del arte, la literatura o, la semiótica, como bien describe.

La comprensión de “x” contexto, genera dos cuestiones esenciales en el análisis del discurso:

- No se quita a los hechos y dichos de su contexto
- No se realiza una descripción de los mismos sin su contexto

Otra de las características sobre dicha comprensión del contexto que plantea el académico, son:

- Los contextos son fundamentales para la producción y comprensión del discurso ya que controlan los procesos y estructuras del discurso, y están influenciados por la sociedad y la cultura en la que se insertan los usuarios del lenguaje.

Sin embargo, no se debe generar una confusión entre lo que se entiende por “contexto” y luego por “discurso”, como destaca el autor. En su texto, él describe al concepto de “discurso” como cualquier forma de uso del lenguaje que se puede ver presentada en textos y/o interacciones. En **“Sociedad y Discurso” (Van Dijk, 2011)** el autor define que las características del espacio-tiempo y el lugar que ocupan los participantes son rasgos pertenecientes al contexto. En cambio, los ademanes, gestos, muecas y demás movimientos son titulares del discurso ya que se denotan como propiedades de lo que hacen dichos participantes. Con respecto a cualquier caso, evento o fenómeno estudiado, es necesario generar esta distinción para poder separar ambos términos y comprenderlos por separado. Podemos demostrar esta teoría a

través de que, por un lado, se encuentra el contexto de la entrevista, es decir cómo, cuándo y dónde se dio y, por ende, las repercusiones y visualizaciones que ésta trajo. Por otro lado, se destaca ese “discurso” del cual Van Dijk nos habla a través de las preguntas y la manera de hacerlas al entrevistado, como también las gesticulaciones, tono de voz del menor, sus respuestas, etc.

Ahora bien, ¿por qué es necesario indagar en el contexto previo a analizar el caso de ciberbullying y ciberacoso en cuestión? Según la teoría planteada por el autor, es esencial tener en cuenta el contexto de dicho evento para lograr entender no sólo el tiempo y espacio en el que se dio dicho caso de ciberacoso y ciberbullying. Como también -y aún más importante- las repercusiones que la entrevista trajo, la construcción de los nuevos discursos que se produjeron, y la vulnerabilidad que cierto tratamiento de la información en medios digitales puede repercutir en menores de edad, la responsabilidad sobre la educación en medios y normativas de la protección en internet, entre otras cuestiones más.

Por ende, habiendo remarcado esto, pasaremos a analizar el contexto del presente caso de estudio sobre el ciberbullying hacia Juan Sánchez.

La entrevista: un antes y un después

En el invierno 2014, los niños y adolescentes argentinos se encontraban espectando y celebrando con ansias el Mundial de Fútbol que se celebraba en Brasil. Entre medio de ese mes, también se presentaban las vacaciones de la temporada de invierno para los estudiantes de primaria y secundaria de las escuelas. Durante esa etapa del ciclo lectivo, se suelen dictar diversos talleres como arte, teatro, danza, entre otros, para que los niños y niñas puedan aprender y divertirse durante esas dos semanas de descanso.

En la ciudad del suroeste argentino, Bahía Blanca, se estaba dictando un taller de plástica en la Biblioteca “Bernardino Rivadavia”, en el cual el medio local “Canal 7” de la ciudad, decidió realizar una nota televisiva para el programa especial llamado “El mini personaje del día” donde se mostraban a distintos niños haciendo diversas actividades. La nota fue encabezada por el cronista argentino, Rodrigo Nistal. Entre los niños que participaban en el taller, Nistal entrevistó a Juan Sánchez, un niño de 12 años en ese entonces, para interrogarlo con algunas inquietudes sobre el taller. A partir de la visualización del video original de la entrevista, a continuación se transcriben algunas de las preguntas y respuestas precisas y luego “populares” que se llevaron a cabo en la transmisión:

Video de la entrevista **“Me gusta el arte video original”** ³

“P” se refiere al periodista entrevistador y “J” responde al menor en cuestión.

P: *“Juancito, ¿qué viniste a hacer hoy acá en este taller?”*

J: *“Bueno, a hacer collage de tela.”*

P: *“Y, ¿qué es lo que te gusta? ¿Sos una persona a la que le gusta el arte para venir a hacer collage de tela?”*

J: *“Me gusta el arte, todo tipo de arte”*

P: *“¿Qué es lo que te gusta hacer específicamente en el arte? Porque es abarcativo el arte”*

J: *“Me gusta dibujar. A veces armo cosas”*

P: *“¿Por ejemplo? Algo que puedes mencionar de esas cosas o dibujos importantes que hayas hecho”*

J: *“Bueno, he hecho algunos juguetes para mi hermano y para mí. Una vez hice un avión con palitos de helado y clavos”*

P: *“Y en este tipo de arte que vos mencionás, ¿te gustaría seguir el día de mañana alguna carrera vinculada a eso?”*

J: *“No lo sé. Todavía no soy grande. Voy a esperar.”*

P: *“Y por ejemplo, ¿qué tipo de cosas te gustan? ¿qué materia es la que te gusta?”*

J: *“El humor. Justamente hoy, vamos a ir a comprar unas historietas de Macanudo, de Liniers.”*

P: *“¿Solés vincularte con el humor? ¿Te gusta alguno en particular, algún humorista?”*

J: *“Bueno sí. Me gusta Liners y también me gustan otro tipo de lecturas. Por ejemplo a lo que se refiere a un escritor que se llama Pablo Bernasconi que también hace collage digital.”*

P: *“¿Qué te pareció el taller de arte? Por lo menos para dejarle un mensaje a la profe.”*

J: *“Me gustó bastante, quiero dar las gracias.”*

Luego de las respuestas que él daría al entrevistador, Juan pasaría a ser destacado como el “mini personaje del día”. A través de distintas frases que él respondió se destacaron los siguientes dichos:

“Me gusto bastante, quiero dar las gracias”

“Me gusta el arte. Todo tipo de arte”

“Hoy vamos a ir a comprar unas historietas de Macanudo”

Dichas expresiones, estaban acompañadas de entonaciones y acentuaciones en distintas sílabas y a su vez, con gestos y/o ademanes del menor.

La entrevista comenzó a generar mucho revuelo en las redes sociales, específicamente en Facebook y Twitter donde se comenzaron a crear memes sobre el niño en distintas situaciones

³ Entrevista original para el Canal 7 de Bahía Blanca subido por Videos Virales (2014)
<https://www.youtube.com/watch?v=dnOcAapyotk>

“graciosas” según los usuarios. Si bien el propósito no es seguir reproduciendo dichos memes, es necesario tener una identificación de ellos para poder comprender mejor lo sucedido.

Algunas imágenes y videos difundidos fueron:



Fuente: MemeGenerator.es

En este caso, los usuarios tomaron como referencia la serie de Disney “Art Attack” en el cual el conductor enseña al público joven a “ser un gran artista” a través de distintas técnicas de dibujo y/o pintura. Lo que hicieron los atacantes, fue tomar un recorte de la cara del niño y colocarla en el cuerpo del conductor, sumando una frase de la entrevista por debajo. Así, es como se produjo una analogía entre un hecho y una serie cultural de niños.



Fuente: Taringa.net

En esta imagen, observamos al rostro de Juan también colocado en un cuerpo animado. En este caso, es el cuerpo del Señor Burns, personaje de la serie “Los Simpsons”.



Fuente: @HernanErbetta en Twitter

Aquí, podemos observar al actor Dwayne Douglas Johnson o más conocido como “La Roca” en una escena de la película “Rápidos y Furiosos” mientras maneja un auto. Se ve al famoso hablando con la persona que está detrás, que nuevamente es una edición de Juan. La Roca le pregunta “¿A dónde vamos señor?” mientras que el niño aparece contestando “A Liniersss” el cual fue un comentario de la nota televisiva en la cual Sánchez se refería al autor de la historieta “Macanudo”, y no al barrio urbano al cual se referían los usuarios.

Video editado “Mini Personaje Del Dia (Remix)” ⁴

⁴ Video de la entrevista subido por “Juli Gamer” (usuario de Youtube) (2017)
<https://www.youtube.com/watch?v=WXNJAGNhQb8&t=17s>



Mini Personaje Del Dia (Remix)

Fuente: Canal de Youtube Juli Gamer

A diferencia de las otras imágenes, este es un diseño audiovisual en el cual se tomó una captura de la nota transmitida. En el recorte, se le añadieron dos objetos: unos anteojos de meme y un cigarrillo marihuana en la boca del niño, para simular como que él estaba “fuera de sí” por las cosas que decía. Sin embargo, lo distinto de este meme es la música electrónica y veloz que se agrega acompañada de distintas frases que él mencionó a lo largo de la entrevista. Al mismo tiempo, en los comentarios del video podemos visualizar que los usuarios de la plataforma citan algunas frases del niño.

Es importante traer la cuestión del contrato de lectura planteado por Verón. Este acuerdo entre -en este caso- la red social y el usuario y el medio de comunicación y televidente, es el contenido esperado que condiciona la manera de interactuar y consumir determinado contenido. Veamos específicamente, cuál es el contrato de lectura presente en este caso:

- En **Twitter**, los usuarios estaban en busca de tweets sobre lo sucedido con Juan. Obteniendo así, tweets humorísticos, opiniones de la entrevista y analogías con la nota llevada a cabo.
- En **Facebook**, los usuarios buscaron, compartieron y encontraron videos de la entrevista con ediciones y, sobre todo, se destacó la creación de grupos creados con el nombre y frases de Sánchez.
- En la **televisión**, más específico en los programas de noticias, se compartieron títulos llamativos para que los televidentes vean nuevamente la nota producida y así generar un interés y

relevancia de lo sucedido con Sánchez. Como también, en los programas de entretenimiento de la televisión, se compartieron los sketches, parodias e imitaciones del niño.

Además de los memes presentados y comentarios en los videos, se dieron repercusiones en las redes sociales de Twitter y Facebook donde los usuarios -tantos los que estaban bajo el anonimato como los que no- compartían comentarios, videos, fotos, y hasta incluso, creaban grupos y perfiles con el nombre de la víctima y seguido de alguna frase de la entrevista. Véanse algunos ejemplos:

Facebook

1) Perfil de Facebook bajo el nombre de “**Juan Sánchez Arte**”⁵ en donde hay:

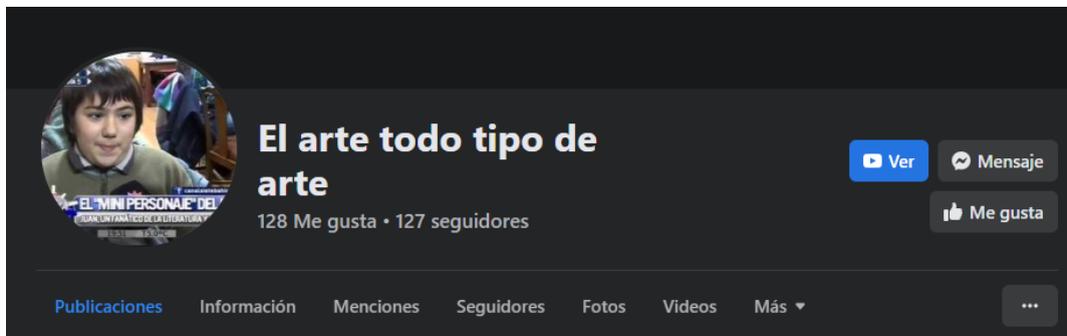
- Una ilustración del rostro de Juan y el atuendo que llevó puesto el día de la entrevista.
- Una foto de portada haciendo alusión a la frase que dice en la entrevista “me gustó bastante” con la cara de el menor en las letras.
- En la ubicación de su perfil indica el barrio de Liniers, ya que también se hace alusión a cuando el menciona al dibujante “Liniers” en la nota.



Captura de pantalla de la portada del perfil de Facebook que mencionamos más arriba en la que se generó el avatar de usuario de un meme de Juan y se toma un fragmento de la frase “bastante” en el que también se construye un collage con la cara de el menor. (No dejan en explícito el por qué del recorte)

⁵“Juan Sánchez Arte” perfil de Facebook simulando el perfil de Sánchez con ilustraciones y ediciones (2015) https://www.facebook.com/profile.php?id=100010385896957&_rdc=1&_rdr

- 2) Una grupo llamado “El arte todo tipo de arte”⁶ donde se ve un momento de la entrevista donde Juan respondía una pregunta con la placa por debajo que decía “El mini personaje del día”. La comunidad tiene 128 Me gusta y 127 seguidores pero no cuenta con publicaciones.



Captura de pantalla del grupo de Facebook “El Arte Todo Tipo de Arte”

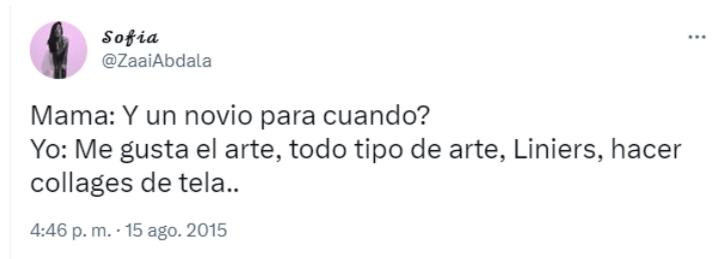
Twitter

- 3) Algunos usuarios tomaban capturas de la entrevista o mismo, frases relevantes, para hacer tweets “chistosos”.



Fuente: usuario de Twitter @ChrisGelp94

⁶ “El Arte Todo Tipo de Arte” grupo de Facebook (2015)
<https://www.facebook.com/megustaelartetodotipodearte>



Fuente: Usuario de Twitter @ZaaiAbdala

- 4) También, se publicaron tweets de jóvenes realizando imitaciones burlescas de Juan o incluso, parodias de la entrevista con imágenes de figuras célebres reunidas quitadas de contexto.

- **Un billete de \$5 con una ilustración de Juan Sánchez y un globo de conversación a su lado**



Fuente: Usuario de Twitter @Javifernandez

- **Un adolescente en una escuela cortando cartones parodiando a Juan**



Fuente: Usuario de Twitter @TomiOkhanian

- **Una foto de Jose Mario Bergoglio (el Papa Francisco) junto a Juan Evo Morales Ayma (ex presidente de Bolivia)**



Fuente: Usuario de Twitter @Epurcito

Juan habla en 2020

El 18 de junio del 2020, el medio de comunicación "Clarín" publicó en su diario online una nota periodística entrevistando a Juan bajo el nombre de **"Reapareció el chico de "Me gusta el arte" a cinco años del video viral y contó su lucha contra el bullying"**.⁷ Al mismo tiempo, subió la entrevista completa en video y audio al canal de Youtube del medio con el título **"Me gusta el arte": el joven ridiculizado en las redes por una frase cuenta su verdadera historia"**.⁸ En ambas notas, se observa a Sánchez, ya con 18 años, hablando sobre lo sucedido allá por 2014.



Epígrafe: El joven comentó que se veía interesado en anotarse en la carrera de Ilustración.

Fuente: Canal de Youtube de Clarín

En la nota periodística, se puede observar al joven un poco chistoso pero también sensible a la hora de recordar lo sucedido. Él reveló que no cambió mucho su vida aunque a veces se sentía incómodo cuando la gente le pedía selfies. También contó sobre su experiencia con el cyberbullying y ciberacoso y cómo su mamá y su desinterés por "ese tipo de boludeces" en las redes sociales lo ayudaron a superarlo. Sumado a esto, el menciona que a partir de la viralización del video, comenzó a recibir peticiones de fotos o autógrafos por las personas que lo reconocían en la calle, pero esto no era agradable ante sus ojos ya que él no se sentía bien con toda la polémica generada.

"A grosso modo, la vida no me cambió (...) La gente me llamaba a veces en la calle, le llamaba la atención (...) Yo hasta el momento creí que vivía en el sitio más recóndito del planeta. Y de golpe, todos me

⁷ Medio Clarín, nota periodística publicada con el título "Reapareció el chico de "Me gusta el arte" a cinco años del video viral y contó su lucha contra el bullying" (2020) https://www.clarin.com/viste/reaparecio-chico-gusta-arte-anos-video-viral-conto-lucha-bullying_0bmeWGhcv.html

⁸ Canal de Youtube del medio Clarín, nota periodística a Juan Sánchez publicada con el título "Me gusta el arte": el joven ridiculizado en las redes por una frase cuenta su verdadera historia" <https://www.youtube.com/watch?v=rX7Iuzs2VE8>

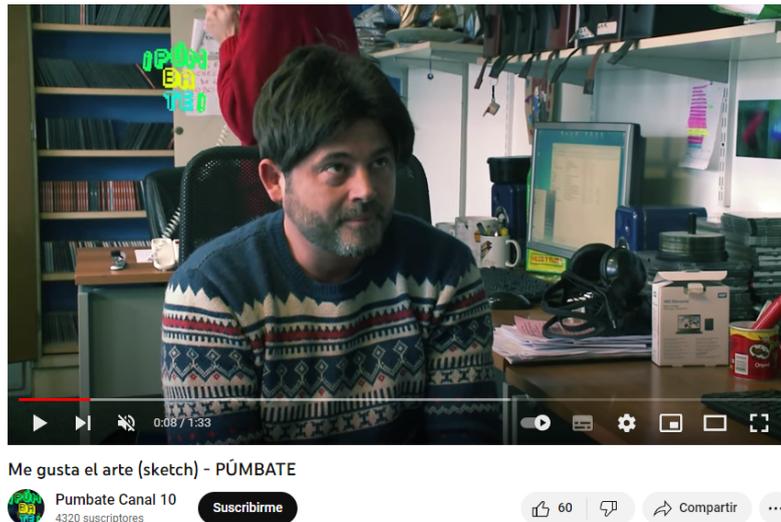
conocen. Hay gente en España, México, toda América Latina. Mi nombre es casi una marca registrada". (Sánchez, 2020)

Como bien mencionamos anteriormente, la voz del niño fue un factor llamativo para el público a la hora de burlarse de él. *"La voz. Hablaba en un español neutro que era monstruoso. Pero ha pasado el tiempo, no creo estar hablando en ese tono de español. Y espero no hablarlo. Porque sino sería increíblemente hipócrita de mi parte"* comenta Sánchez. De todas formas, el bahiense víctima de ciberbullying aseguró que no fue tan afectado por los comentarios en las redes sociales. Confiesa que su madre y su psicóloga, se encargaban de leer toda la información negativa para así hacer un filtro de las cosas que le comentaban a él.

Como acciones legales, la Defensoría del Pueblo de Buenos Aires, ordenó a YouTube y Google que eliminen todos los contenidos relacionados con un niño de 12 años que fue objeto de ridiculización en videos en línea después de participar en una nota. La exposición desmedida del niño causó hostigamiento en las redes sociales, habiendo -en ese momento- más de 100 direcciones únicas relacionadas con el niño que luego fueron eliminadas, pero todavía se pueden encontrar imágenes alusivas a él. Claro está que aunque el daño ya está hecho y no se puede reparar el sufrimiento del adolescente, la representación en línea de este niño tiene un impacto profundo a nivel social y personal.

Diversos programas de televisión, conducidos por personas adultas y profesionales, como "Showmatch", conducido por Marcelo Tinelli, "Periodismo para Todos", conducido por Jorge Lanata, entre otros, llevaron imitadores a sus programas para "recrear" -en realidad, burlarse- del "mini personaje del día". Si bien dichas emisiones no se encuentran en Internet, se puede observar en el siguiente video⁹ un "sketch" interpretado por adultos que parodian la entrevista en cuestión.

⁹ Sketch "Me gusta el arte (sketch) - PÚMBATE" del programa "Pumbate" de Canal 10 https://www.youtube.com/watch?v=O_pQ-0Kyey8



Epígrafe: “Pumbate” realiza diversos sketches y parodias en la TV y subidos a su canal de Youtube
Fuente: Canal de Youtube @pumbatecanal1069

Se trata del programa “Púmbate” emitido por Canal 10 en donde los profesionales Karina Vignola y Gaspar Valverde lo conducen. Valverde interpreta el supuesto papel de Juan, lo cual prosigue siendo mayormente una ridiculización de él menor en cuestión ya que las respuestas que da son inexistentes y llevadas a la exacerbación. Siendo así, que al final del video se observa al adulto en el papel de Juan diciendo “me gusta cruzar la calle” cuando luego es atropellado por un auto.

La parodia tuvo 60 me gustas totales en el canal de youtube, pero con mayoría de comentarios negativos de usuarios quejándose de qué los adultos del programa eran desconsiderados, inmaduros, vergonzosos, indignantes, entre otras palabras utilizadas para demostrar el desprecio.

Cabe destacar que, alrededor de los actos de ciberbullying y ciberacoso hacia Sánchez, se dieron diversos comentarios micromachistas en base a su manera de expresarse en la nota. A continuación, abordaremos el análisis de las construcciones sociales y la relación que estas tomaron con respecto al caso.

Masculinidades y construcciones sociales

Una construcción social es un concepto o categoría que se ha creado y difundido por la sociedad, y que se considera como verdadero y real. Las construcciones pueden incluir ideas sobre la raza, el género, la edad, la clase social, la orientación sexual, la salud mental, entre otros aspectos y están acompañadas de un impacto en la percepción y el comportamiento de las personas.

Ahora bien, es importante destacar que en el 2014 dentro de la sociedad argentina, si bien regían leyes, discursos o movimientos activistas relacionados a la discriminación de género y/o sexo, identidad, libertad de expresión, por ejemplo, no tenían el mismo peso e impronta como los tiene hoy, 9 años después. La masculinización de los varones y la feminización de las niñas estaba aún consolidada de una manera arcaica y no era tan cuestionada como lo está siendo hoy en 2023. El concepto de usar falda y llevar el color rosa, estaba ligado a “ser” una mujer. Como el de jugar a la pelota y usar shorts de fútbol, estaba ligado a “ser” un varón. Que si bien esas construcciones sociales siguen permaneciendo, hay una mayor conciencia sobre los estereotipos de género y sobre la construcción de la identidad.

Si bien no es la intención de este trabajo final de carrera buscar análisis únicos, la situación de cyberbullying y ciberacoso tal como venimos viendo se va conformando desde diferentes componentes. ¿Hubieran resultado tan viralizadas las respuestas si Sánchez hablaba en otro tono, si el tema era un deporte, o si estaba al lado de un campo de deportes?

Con respecto al concepto de masculinidad. ¿Qué es? La masculinidad es un término que tomó y está tomando mucha popularidad en la opinión pública de la sociedad argentina pero también a lo largo del mundo. La masculinidad varía a lo largo del tiempo y en diferentes culturas, pero algunos elementos comunes incluyen la fuerza física, la independencia, la competitividad, la razón y la capacidad de proveer y proteger al prójimo. Dicho criterio, comenzó a ser deconstruido a partir de los cuestionamientos de la identidad de género, roles y estereotipos en la sociedad.

Para definirlo, es interesante proporcionar la explicación de la palabra dada por el sociólogo, docente y escritor argentino, Sebastián Fonseca en su escrito **“Masculinidades y discursos de odio” (2021)** en el cual refiere al concepto de “Masculinidad Aprendida”

“La masculinidad es un aprendizaje. Es una construcción cultural que se reproduce socialmente, por esto no puede definirse fuera de su contexto social, económico e histórico. Esa construcción se desarrolla a lo largo de toda la vida, con la intervención de distintas instituciones (la familia, la escuela y todas las instituciones del Estado, la religión, los medios de comunicación, etc.) que moldean modos de habitar el cuerpo, de sentir, de pensar y de actuar el género”. (Fonseca, 2021:16)

La frase de Fonseca enfatiza la idea de que la masculinidad no es algo inmutable o inherente, sino un constructo social y cultural que se aprende y se reproduce a lo largo de la vida. La masculinidad se ve influenciada por distintas instituciones y factores sociales, económicos e históricos, lo que significa que no existe una definición universalmente aplicable de lo que significa ser masculino. Además, esta construcción -que se va moldeando a lo largo de la vida

por los distintos actores- juega un papel crucial en el desarrollo de la masculinidad y en la construcción de los estereotipos de género que se asocian con ella.

“Esta construcción de la masculinidad se desenvuelve en el marco de un sistema de poder. Como todo sistema de poder, existen jerarquías que guían y estructuran las miradas y las prácticas. Ser varón es algo que se debe conquistar y merecer, y quienes darán el visto bueno serán otros varones ya validados como tales”. (Fonseca,2021:16)

Entendemos por sistema de poder a la manera en la que se ejerce el poder y la autoridad, en este caso en la sociedad. Es así como Fonseca sostiene que la construcción de la masculinidad se desarrolla dentro de un sistema de poder patriarcal, que establece actitudes y comportamientos deseables, en este caso, en los varones.

Durante la etapa de la pre-adolescencia y adolescencia es cuando más se refuerza el rol de lo que es “ser” hombre y “cómo serlo”. Esto se da mayormente en los hogares, escuelas o instituciones educativas a través de las distintas lecciones, y reglas que se instauran en estos espacios. Como también, a través de la creación de distintos grupos de varones que compiten entre sí para llegar a obtener esa masculinidad deseada. La manera en que se refuerza esta idea en las escuelas, por ejemplo, puede variar dependiendo de la cultura y el contexto. Sin embargo, a menudo se destacan ciertos patrones que refuerzan esta idea principal como:

- **El uso de un lenguaje sexista:** se atribuyen cualidades y/o características a los estudiantes basándose en su género. En el caso de los varones, se les hace una unión con la cualidad de ser valientes, fuertes, etc.
- **La competitividad:** se suele fomentar la competitividad entre los varones y solo genera un mayor refuerzo de que deben ser triunfadores y competitivos entre sí.
- **La vestimenta:** usualmente, en los colegios religiosos o más estrictos, rige una norma de reglas a seguir basadas en la vestimenta. Por ejemplo, que los varones no puedan llevar perforaciones, dejar su pelo muy largo, o utilizar accesorios. También, es muy recurrente que este tipo de escuelas tengan reglas para las niñas. Como por ejemplo que no puedan llevar pollera o shorts cortos, escotes, pelo suelto, o uñas pintadas, entre otras cosas

“Los varones se forman en género valiéndose del ejercicio de la violencia a través de la homofobia, la burla y hasta la agresión física, buscando la aprobación de otros varones. En tal sentido, la construcción de la masculinidad tradicional o mayoritaria es también una competencia. Se compete con otros varones, no con las mujeres, que aparecen en la retina de esta concepción tradicional de la masculinidad más bien como trofeos o posesiones” (Fonseca, 2021:16)

Existió y existe una gran presión social por cumplir con estereotipos de masculinidad que termina generando un impacto negativo en la salud mental y emocional de los hombres. La idea de que existe una única forma correcta de ser hombre es limitante y puede llevar a la represión de emociones y a comportamientos dañinos. Juan, en la entrevista, no tenía ningún inconveniente con su manera de ser y expresarse, sino que el problema provino de afuera, de los usuarios que les resultaba raro y “anormal” la manera de mostrarse del niño.

Ahora bien, tomando este análisis del concepto de masculinidad, lo primero a destacar de la entrevista es el tono de voz formal y agudo de Sánchez. Sin ninguna intención de generar comentarios de odio hacia él, el niño contestó -de manera ingenua- las preguntas que se le realizaron. Acompañando esas respuestas, con su pizca de autenticidad y libertad de expresión en sus entonaciones o elección de palabras más “sensatas” para la edad comprendida. Fueron la voz y las palabras escogidas por el menor, la “excusa” de los acosadores para generar humor entre los habitantes de Internet. Esto, se ve acompañado de que las actividades de ocio que le agradaban al bahiense, las cuales eran dibujar y leer, no eran las esperadas en un varón de 12 años en la Argentina del 2014. Al mismo tiempo, Juan fue criticado por su aspecto “inusual” para un varón. Su vestimenta fue burlada por aparentar la vestimenta de una persona mayor. ¿Qué pasaría si en esa entrevista él estaba vestido con un estilo distinto y con otro peinado? Nuevamente aquí se produce un reforzamiento de la masculinidad ya que él no llevaba puesta una camiseta de fútbol, ni una pelota, ni un corte de pelo “esperado” para un niño de su edad.

“Al hombre, para ser aceptado socialmente y ser considerado como tal por otros, tiene que gustarle el fútbol, ser mujeriego y, entre amigos, contar la mejor hazaña en cuanto a estas dos cosas (más aún en la década del 90 y 00)”. (Isse, 2021:46)

En este extracto tomado de **“No te merecés ser hombre”**, crónica escrita por Federico Isse para la edición de la revista en cuestión, él hace mención del peso que sintió al crecer en una sociedad tan arraigada a los roles de género impuestos. Durante su niñez y adolescencia, el redactor cuenta que estaba muy inmerso e intrigado en el arte en general y destaca, a su vez, que su aspecto físico de ese entonces no era muy “varonil” debido a su notoria delgadez. Se puede establecer una relación directa entre el caso de Isse y el de Juan Sánchez, ya que este último expresó públicamente su interés por el arte y demostró una forma de expresión más llamativa y alternativa, que iba en contra de las normas de la masculinidad predominantes en aquel momento. Asimismo, es importante destacar que la asociación entre la voz grave y la masculinidad es un estereotipo de género que se ha transmitido a través de la cultura y la sociedad.

La creencia de que la voz grave es más masculina que la voz aguda se ha derivado de las nociones culturales sobre la autoridad, la confianza y la fuerza, que se han asociado tradicionalmente con los hombres y la masculinidad, como se mencionó anteriormente. Esto resultó en que Juan fuera objeto de burlas por su tono de voz agudo, lo que tristemente afectó su capacidad para integrarse con los demás niños y contribuyó a otras formas de burla dirigidas hacia él. "Al notar que yo me relacionaba con respeto, me tildaron de "homosexual" y "maricón", como una burda manera de justificar mi comportamiento tranquilo, con intereses distintos, tendiente a evitar problemas". (Isse, 2021:46)

Nuevamente Isse, refleja algo muy similar a lo que le sucedió a Sánchez durante la entrevista. Efectivamente se operó un estereotipo de la forma en la que tenía que hablar un niño de 12 años a partir del tema que trataba, las palabras y el tono que usaba el niño, se lo compara con un señor mayor. Si bien los usuarios no relacionaron la voz de Sánchez con la homosexual, sí se le atribuían adjetivos relacionados a la vejez, o lo raro o formalidad para la edad que él comprendía en ese momento. Dicha cita es un ejemplo de la forma en que las normas de género pueden afectar la manera en que las personas se comportan y se relacionan entre sí, y cómo aquellos que desafían esas normas pueden ser estigmatizados y discriminados. En este caso, el comportamiento tranquilo y respetuoso de ambos, fue interpretado por otros como algo que no encajaba con las expectativas tradicionales de masculinidad, lo que resultó en insultos y estereotipos dañinos que se utilizaron para justificar la exclusión y el acoso.

En conclusión, la asociación entre la voz grave, la forma de vestir, o expresarse, y la masculinidad es un ejemplo de cómo los estereotipos de género pueden ser influenciados por factores culturales y se transmiten a través de la sociedad. Es importante tener en cuenta que ni la voz, ni la ropa, ni las maneras de expresión pueden ser usadas para determinar el género de una persona y que cada persona tiene derecho a ser reconocida y respetada de acuerdo con su propia identidad de género.

A su vez, es fundamental recordar que las construcciones sociales pueden mantener desigualdades y estereotipos negativos, y es crucial cuestionarlas y desafiar su influencia en la sociedad para avanzar hacia una sociedad más justa e inclusiva. Al reconocer las construcciones sociales como tales, podemos desarrollar una comprensión crítica y consciente de cómo estos conceptos impactan nuestras vidas y la sociedad en su conjunto.

Discursos de odio en redes sociales

Suele suceder que muchas personas -tanto en mundo físico como en mundo digital- confunden la libertad de expresión con la libertad de discriminar o incitar a la violencia libremente, pero esto es una confusión perjudicial para la sociedad y va en contra de los

valores fundamentales de la democracia y los derechos humanos. Por eso es pertinente lograr un entendimiento propio de la ley que rige en cada país, en este caso en Argentina, para poder comprenderla y ejercerla con responsabilidad.

El artículo 13 de la Constitución Nacional de la República Argentina establece el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información. Éste establece que "toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, a la producción y difusión de ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de difusión". Sin embargo, para proteger los derechos de los demás y garantizar que la libertad de expresión no se convierta en un arma para dañar a otros, la misma ley marca un espacio en el que no se puede decir cualquier comentario de cualquier manera. Al mismo tiempo, establece cuestiones como por ejemplo:

- La prohibición de difamar a otras personas
- Incitar a la violencia o a la discriminación
- Difundir información falsa o perjudicial para la sociedad.

Es importante tener en cuenta que, aunque Juan sabía que estaba siendo entrevistado, su madre había dado su autorización también porque le parecía un reconocimiento hacia su hijo, todo lo que vino después en las redes sociales, los sorprendió y los superó. De todas formas, los eventos en línea son delicados debido a las diferentes reglas y disparidades en comparación con el mundo físico. En el artículo "**Circulación del sentido y construcción de colectivos**" (*Mario Carlón, 2020*), se señala que la libertad de expresión en Internet no está regulada específicamente en el país y que los casos de este tipo "deben ser resueltos por la legislación civil, las leyes de defensa del consumidor o de protección de datos, según corresponda, junto con la jurisprudencia y la doctrina".

Sumado a ello, la comunicación en internet y las redes sociales se caracterizan por su masividad y descentralización, lo que significa que muchos usuarios pueden acceder a la información y compartirla fácilmente. El video con la entrevista de Juan fue rápidamente viralizado y luego rediseñado en el formato de meme. Esos contenidos que se publican pueden permanecer en línea de forma indefinida y ser compartidos en diferentes plataformas, algo que sucedió ya que fue compartido en Yahoo, Facebook, Youtube, Twitter, entre otras. Además, es común que se utilicen seudónimos o se mantenga el anonimato, lo que puede hacer que los usuarios se sientan más desinhibidos al expresarse en línea. Sabemos que internet y las redes sociales son un medio de comunicación "sin fronteras" con un gran potencial multiplicador. Sin embargo, ¿todo vale?.

El cyberbullying y ciberacoso cometido hacia Juan, fueron actos de discursos de odio que atentaron contra el menor y su familia. Ahora bien, los discursos de odio son expresiones verbales o escritas que incitan o promueven la discriminación, el hostigamiento o la violencia contra un grupo o individuo específico. Esta violencia suele darse en base a:

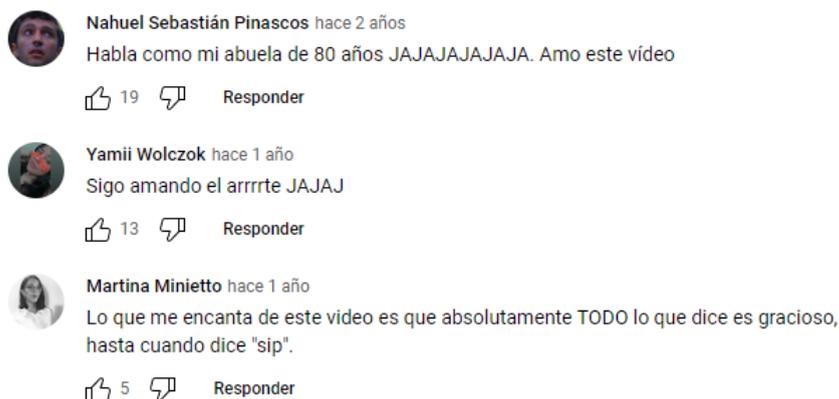
- La raza
- El género
- La religión
- La orientación sexual
- La identidad de género
- La discapacidad
- La nacionalidad

Dichos discursos pueden tener un impacto negativo en la sociedad al fomentar la división y el prejuicio, y pueden ser especialmente perjudiciales para los grupos y personas que son objeto de ellos. Desde el Observatorio de la Discriminación en Internet, en el texto de la revista **“Masculinidades y Discursos de Odio. Revista Inclusive” (INADI, 2021)** se menciona que el discurso de odio se genera y propaga a través de tres canales que a su vez, se retroalimentan entre sí:

- Los medios de comunicación
- Internet
- El espacio público.

Como mencionamos previamente, en el 2014 los estereotipos de género y las descripciones de las masculinidades eran arcaicos y cerrados. Esto no quiere decir que hoy día siga no siga siendo así, sino que lo continúa siendo pero se ve acompañado de un mayor cuestionamiento y, por ende, intentos de deconstrucción de esas conductas. Efectivamente se creó un prejuicio hacia Juan ya que las características que se le presentaban al hablar y expresarse fueron catalogadas como “raras” o “graciosas” para los usuarios. A partir de esos prejuicios y adjetivos asignados al niño, se crearon discursos de odio hacia él debido a que se vio manifestada una violencia en base al género de Juan y, en consecuencia, a los roles esperados para ese género. Se cuestionó e insultó su manera de hablar, de vestirse, de expresarse, como también sus gustos y preferencias.

A partir del video editado en forma de meme, podemos ver cómo los usuarios participaron en esos discursos sumando comentarios del estilo:



No sólo surgieron comentarios citando a las frases más “llamativas” para el público sino que también se manifestaron comentarios del estilo estigmatizante como por ejemplo: “es un niño encerrado en el cuerpo de una señora”, “habla como una abuela de 80 años”, o “es el némesis del pitufo gruñón”, entre otros.

Como tal es el caso, la mamá de Juan compartió su vivencia y la de su hijo en el podcast “**Internet Me Arruinó**”¹⁰, dirigido y conducido por Sebastián Davidovsky, periodista, escritor y conductor de radio argentino. En el **episodio número 22** titulado “**Mi hijo es viral**”¹¹, el profesional invita a Gladys Schroeder, mamá de Juan, para contar todo lo vivenciado en aquel entonces. Así es que ella comienza contando que su hijo siempre fue un apasionado del arte. Ella comenzó a anotarlo en talleres artísticos a la edad de 3 años ya que veía un gran interés en él. “La Biblioteca Bernardino Rivadavia realizó un taller de arte textil en las vacaciones de invierno del 2014” cuenta, y “yo fui con Juan, quería acompañarlo”.

Asistiendo a su hijo y apoyándolo en su pasión, la mamá jamás se hubiese imaginado que ese día su hijo se haría viral. Ella explica que cuando el medio entrevistador consultó a qué niño/a podría entrevistar, inmediatamente las maestras presentes en el momento, recomendaron a Juancito. “*Él hablaba un montón y tenía muy buena dicción más allá de su tonalidad, tenía un muy buen vocabulario*” compartió Schroeder. Es así como, luego de una semana, se transmitió la nota por el medio y ese día fue una alegría y memoria para el menor y toda su familia. Sin embargo, la señora cuenta que luego de un año recibió la noticia de que su hijo estaba siendo viral. En el episodio detalla que no solo le sorprendió -negativamente- los comentarios de otros

¹⁰ Podcast de Sebastián Davidovsky “Internet Me Arruinó” (2022)
<https://open.spotify.com/show/3aET9Y9tVXlnQQchq1geUO?si=1235b1fe806943d1&nd=1>

¹¹ Episodio número 22 del podcast de Davidovsky “Mi Hijo Es Viral” (2022)
<https://open.spotify.com/episode/1dFLSvmlCbA0HEp2A2YSAu?si=6caed669a7324135&nd=1>

niños, sino que también y sobre todo, los discursos de odio provenientes de adultos. “Yo soy psicólogo y como psicólogo puedo decir que este nene tiene todo para ser un asesino serial”, eran comentarios que había leído Gladys sobre su hijo. Sumado a ello, pudo leer a otros usuarios que realizaban comentarios sobre un diagnóstico de que él joven padecía de asperger, autismo o incluso, esquizofrenia. “De repente todos eran médicos” acota la señora.

“Las redes sociales funcionan como avalanchas imparables, nadie las puede parar. Entre los distintos usuarios se empaletonan, se ríen públicamente. No hay diálogos privados Son intercambios que buscan visibilidad y hacer reír a terceros. La víctima o no puede estar leyéndolos y es una bola interminable que a veces se desinfla y otras veces, no” (Davidovsky, recuperado de podcast “Mi hijo es Viral”)

Como bien menciona Davidovsky, las redes sociales son un arma de doble filo sin fin. Los usuarios toman provecho de ellas a través del poder que éstas traen consigo para generar contenido y viralizarlo al instante, hacer uso del anonimato, de la complicidad con otros usuarios, etc. Gladys menciona que además de observar aquellos discursos de odio en las redes también se vio la burla y humillación en programas de televisión como el reconocido show de Tinelli, quien llevó a un imitador. O mismo, Lanata, donde se imitaban los dichos del menor. Podemos reconocer -claramente- cómo se manifiesta en estos ejemplos las particularidades de la “pantalla pequeña” de la cual Bourdieu nos presenta en su escrito. La agresión a Juan Sánchez fue un acto significativo de ciberacoso y ciberbullying para la sociedad argentina debido a la cantidad de memes, burlas, sketches, e imitaciones que se hicieron en base a él, las cuales terminaron acosando al menor. Sumado de que los medios de comunicación, reprodujeron la entrevista sacada de contexto sin tomar en cuenta que lo que estaba sucediendo era un acto de ciberacoso y ciberbullying. A medida que los medios de comunicación y programas de entretenimiento mencionaban el tema en sus transmisiones, fue como eso captaba la atención de los espectadores y de los competidores. Por lo tanto, conductores como Tinelli, Lanata o Vernaci, los tres presentadores audiovisuales llevaron a sus programas la imitación y burla de Sánchez con el fin de generar un aumento en la audiencia, y destacarse por sobre los demás. Así es como se producía la “circulación circular de la información” que presenta el autor en su teoría (Bourdieu, 1996).

Además de todos esos discursos, una de los episodios más fuertes que cuenta la mamá de Sánchez es que hasta se llegó a utilizar la frase y la cara de su hijo para videos pornográficos. Acompañado de la creación de videos animados con la voz de su hijo. “Juan ya era retraído. Pero esto lo retrajo aún más. Le daba miedo salir a la calle”, declara. En su escuela, lo filmaron en un recreo para luego subirlo a la Web. La señora cuenta también, que vio retratos en las paredes de un museo con la frase “Me gusta el arte”, hecho que podemos establecer un vínculo con el capítulo 1 cuando al hablar de memes, “Brian Sin Suerte” fue un meme retratado

en museos. Si bien el protagonista del meme de "Brian Sin Suerte" configuró el meme junto a su amigo, pero Juan no lo eligió, comparten en común la viralidad que ambos tuvieron hasta, por ejemplo, llegar a museos. Para cerrar con la continuidad de episodios burlescos hacia Juan, Gladys agrega que a cualquier lugar que Juan iba, le gritaban y pedían selfies y autógrafos.

Ahora bien, ¿es posible frenar un contenido que está siendo viralizado?

En Argentina, actualmente no existe una ley específica de "derecho al olvido". Algo que pudo notar Gladys Schroeder al acercarse ante el juzgado de Bahía Blanca y que le digan "no, lo que sucedió con tu hijo no es delito".

Davidovsky, cuenta en el podcast que existen penas menores para aquel que intimide u hostigue a otro a través de un medio digital. Sumado que las multas correspondientes a dichos actos, "son como si fueran un ruido molesto en el edificio" dice el periodista.

De todas formas y si bien no existe esa figura legal para denunciar dichos hostigamientos, si rige en el país una ley sobre la protección de datos personales y la privacidad en línea que están reconocidas por la Constitución Nacional y por la Ley de Protección de Datos Personales 25.326. Dicha Ley establece el derecho de las personas a solicitar la rectificación, actualización o supresión de sus datos personales que se encuentren en posesión de empresas o entidades gubernamentales. A través de este derecho, es posible solicitar la eliminación de datos personales que ya no sean relevantes o necesarios para los fines para los cuales fueron recopilados. Sin embargo, ¿cómo reconocemos si una empresa o entidad gubernamental cumple realmente con dicha ley?

Además de no tener certeza si los datos solicitados son suprimidos, se dan diversos debates en torno a dicha facultad en los ciudadanos ya que se pone en cuestionamiento la libertad de expresión en las personas, como también en las corporaciones y/o instituciones, por ejemplo.



Epígrafe: *La madre cuenta que cuando se fueron a vacacionar a la playa, unos niños lo llamaban a Juan para sacarse fotos.*

Fuente: *José López para Clarín*

La experiencia de la madre de Juan fue desafortunada, como bien expresa en el podcast. El mismo juzgado, el cual es el encargado de administrar justicia en nombre del Estado, fue quien le comentó que lo que sucedió no era un delito. A su vez, fue quien le indicó a Gladys que debería asistir a la escuela ya que era una problemática de bullying. Furiosa, ella cuenta que no le parecía que era un caso de bullying escolar ya que todo el acoso provenía 100% de las redes sociales y no solo de personas y usuarios menores de edad sino que también había adultos involucrados.

Tras diversos intentos de denuncia a partir de las políticas de las redes sociales de Facebook, Twitter y Youtube, Schroeder recibió un llamado de la Defensoría de Bahía Blanca comentándole que podían detener la viralización de los videos. Una vez que la respectiva institución se contactó con la empresa Google, se le solicitó a la mamá de Juan que envíe los links donde se encuentren los videos y los denuncie, para que la compañía pueda eliminarlos completamente. Si bien esta fue una señal de escucha a sus denuncias, fue algo engorroso para Gladys. Ella se sintió un poco incómoda, como bien cuenta, ya que ella debería ser la encargada de buscar cada link y suprimirlo. Es así como, durante cinco meses de recolección de todos los links y envío de los mismos a Google, Gladys, junto con la intervención del organismo (La Defensoría de Bahía Blanca) pudo lograr que se suprimieran. A partir de este factor que cuenta la entrevistada, podemos destacar la cantidad de información que ronda en el buscador, y así, la cantidad de usuarios bajo el anonimato que existen ya que no es una tarea compleja encontrar todos los links de las acciones cometidas. Es el día de hoy que siguen encontrándose algunos vestigios de la entrevista, aunque no con la misma magnitud que antes. Sin embargo, ella afirma que como el tema “ya no está a flor de piel”, elige dejarlo así y que también, siente que es algo que no puede borrarse al 100% ni de la mente de Juan ni de la mente de los ciudadanos.

Es importante destacar que los discursos de odio no son solo una cuestión de libertad de expresión mal entendida (como que se puede decir todo de cualquier persona) , de vulneración de derechos sino que también pueden violar las leyes y normas de la sociedad y tener consecuencias legales. Muchos países tienen leyes que prohíben o limitan la difusión de discursos de odio, y las plataformas en línea también están implementando políticas para combatir este tipo de discurso en sus plataformas.

A pesar de los esfuerzos de muchas organizaciones e incipientes políticas públicas para combatir este tipo de discursos, este problema sigue siendo una amenaza persistente en muchas partes del mundo. Allí radica la importancia de trabajar en identificar, en generar estrategias para combatir los discursos de odio y fomentar un uso respetuoso e inclusivo de las redes sociales. Esto puede implicar promover la educación y la conciencia sobre los efectos negativos del discurso de odio, fomentar la tolerancia y el respeto por la diversidad y la inclusión en nuestras comunidades como también poner en marcha leyes y políticas efectivas que penalicen el discurso de odio. Existen y se pueden seguir generando medidas y estrategias comunicacionales para fomentar un discurso respetuoso e inclusivo en las comunidades. Es importante recordar que cada uno de nosotros puede hacer la diferencia al promover la tolerancia y el respeto por la diversidad en nuestras vidas diarias ya sea para nuestros hijos, o familiares menores, como para también aquellos desconocidos que se ven vulnerados al poder recibir un acto de ciberacoso y cyberbullying en algún momento.

La libertad de expresión es un derecho fundamental en Argentina y en todo el mundo, pero debe ser ejercido de manera responsable y respetuosa, sin dañar a otros o incitar a la violencia. Debemos recordar siempre que como todo derecho, se implica su ejercicio de manera responsable, sin dañar a otros o incitar a la violencia.

Los derechos de los niños en la era digital: protegiendo a los más jóvenes en la web

Habiendo mencionado la Ley de Libertad de Expresión y la Ley de Protección de datos, también es pertinente hacer mención de los derechos que comprenden los niños y niñas en la era digital. UNICEF, plantea un Decálogo de los e-derechos para los niños y niñas y menciona los siguientes:

- 1) **Derecho a la protección:** Los niños tienen derecho a protección contra la explotación, el comercio ilegal, los abusos y la violencia en línea y fuera de línea. Además, tienen derecho a utilizar internet como una herramienta para protegerse, dar a conocer y defender sus derechos.

- 2) **Derecho a la intimidad:** Los niños y niñas tienen el derecho a la privacidad en sus comunicaciones electrónicas. Tienen derecho a no revelar información personal en línea y a proteger su identidad y su imagen de posibles usos indebidos.
- 3) **Derecho al esparcimiento:** Los niños y niñas tienen derecho al ocio, a la diversión y al juego, a través de internet y otras tecnologías. A su vez, es importante aclarar que este derecho también es el de otorgar la posibilidad de que los contenidos no contengan violencia, ni mensajes racistas, sexistas o denigrantes.
- 4) **Derecho de los padres a educar y orientar a sus hijos:** Es tanto un derecho como una responsabilidad de los padres y madres guiar, enseñar y acordar con sus hijos e hijas el uso responsable de internet. Esto implica establecer límites de tiempo, sitios web que deben evitarse y datos personales que no se deben compartir para proteger a los menores de mensajes y situaciones potencialmente peligrosas.

Conclusión general

Podemos destacar varios factores llamativos a partir de este trabajo final de carrera. En este sentido, la redacción y presentación de este escrito tuvo sus inicios en un interés profesional para abordar una problemática en la sociedad de hoy día: la creciente violencia que se observa en los medios y plataformas digitales, impulsada por las nuevas herramientas tecnológicas que van surgiendo. Dicha cuestión, se vio profundizada a partir de la hipótesis que muchos usuarios tienen la percepción errónea de que estos espacios están libres de reglamentaciones y sanciones, lo que agrava aún más la situación.

Para atender este desafío, nos apoyamos en antecedentes relevantes que justifican el proceso de análisis llevado a cabo a lo largo del proceso de investigación. Recordemos, por ejemplo, el informe ***“Primer Estudio sobre el Cyberbullying en América Latina. 2021”*** en el cual se releva que Argentina se encuentra posicionado como el segundo país de Latinoamérica con mayor incidencia de cyberbullying. En primer lugar, destacamos que tanto el cyberbullying como el ciberacoso tienen un impacto psicológico difícil de cuantificar en comparación con el caso presencial. Tanto estos como los demás registros, nos dieron un panorama realista y a su vez, preocupante, sobre la situación.

El objetivo general el cual era analizar detalladamente el caso de cyberbullying y ciberacoso sufrido por Juan Sánchez en las plataformas digitales Twitter y Facebook en 2014, como también en algunos medios de comunicación para tener una comprensión del impacto de dicho fenómeno en la vida de las víctimas y proponer maneras de colaborar siendo profesionales de la comunicación. Éste fue abordado ya que pudimos destacar que fue, además de un caso de cyberbullying, también un acto de ciberacoso además de dar cuenta del uso de las redes sociales y de articularlo con autores referentes en materia de comunicación.

En cuanto a los objetivos específicos, el primero de ellos consistía en presentar y describir las políticas de uso y el funcionamiento de las redes sociales involucradas, sumado de lo mismo con el fenómeno de la televisión. En este contexto, se realizó una presentación de las distintas particularidades de estas herramientas para poder comprender -de una forma más completa- cómo funcionan y qué percepción se tiene de las mismas. Al mismo tiempo, este objetivo específico estuvo anexado con el objetivo número 2 en el cual hicimos un estudio conceptual de las maneras de comunicarse en los distintos espacios para poder introducir y estudiar el concepto del contrato de lectura. A partir de ello, obtuvimos, una comprensión de los modismos y códigos que hay en las redes sociales, como también las culturas participativas que rigen en ellas. En cuanto al concepto de contrato de lectura, éste mismo fue significativo a lo largo del trabajo ya que nos permitió aprehender de una manera más exhaustiva los atributos que las

redes o la televisión ofrecen, como también lo que éstos espacios reciben a cambio por sus consumidores. Tal como denotamos en el camino del análisis de dicha idea de Verón, es indudablemente un acuerdo que se ve comprendido en diversos espacios digitales. En paralelo a este objetivo, desglosamos las maneras de hacer humor que las redes sociales y programas televisivos engloban. Determinamos lo que es un meme, cómo se genera, sus características y categorizaciones. Pudimos llevar adelante un estudio del desarrollo y trasfondo de los memes más relevantes. Realizamos esa misma conceptualización con los sketches, parodias e imitaciones que también -y mayormente- se dan en los programas de televisión.

Por otro lado, y respondiendo al último objetivo sobre el análisis de las características del ciberacoso y ciberbullying, éste fue también abordado para comprender las diferencias y denominadores común entre ambos fenómenos partícipes dentro del caso de estudio. Esta examinación nos permitió reflexionar, destacar y estudiar herramientas de prevención y acción frente a los casos de acoso digital. Como también, determinar el rol que cada figura responsable cumple en este tipo de casos, ya sea el rol de comunicar la existencia de dichos fenómenos como el rol que se cumple para accionar ante ellos.

Ahora habiendo leído y estudiado el caso en profundidad, ¿podemos decir que el caso de Juan Sánchez fue un acto de ciberbullying más? En el capítulo número 2, pudimos obtener una presentación y revisión del episodio y en consecuencia, el fenómeno de cyberbullying y ciberacoso sucedido hacia el niño menor de edad en 2014, estableciendo una articulación con el marco teórico del capítulo principal.

Las numerosas características y evaluaciones expuestas en el estudio nos dejan una imagen clara y definida de que el caso de Sánchez no se trató simplemente de otro incidente de ciberbullying común. El preocupante diferencial que lo distingue es que también éste perteneció a un caso de ciberacoso, ya que el menor de edad fue objeto de burlas fuera del ámbito escolar. Más lamentable aún, fue un acontecimiento donde los adultos, tanto personalidades de la televisión como usuarios mayores, fueron también los acosadores de Juan.

Tal es así que destacamos como Tinelli, Lanata, Vernaci, Valverde y Vignola, por ejemplo, decidieron llevar a sus programas imitadores o sketches de “humor” sobre el caso de Sánchez pasando por alto cuestiones como: la edad y etapa de crecimiento de Juan, el entorno familiar, y sobre todo, las consecuencias e implicancias que esas imitaciones podrían tener en la vida de la víctima, entre otras cosas. Los medios y programas de televisión como sus personalidades, no tuvieron la consideración de la gravedad de lo que estaban replicando como “chiste” en sus espacios de comunicación. Este hecho no sólo dañó la integridad del menor, sino que también puso en riesgo la responsabilidad de la familia de Sánchez de protegerlo ya que fue una tarea compleja resguardar al menor a partir de los actos cometidos hacia él.

Pudimos subrayar que, lo que sucedió con Sánchez, fue una situación particularmente inquietante, y sobre todo, real y mera de detener a futuro.

A partir de la observación de los memes realizados, los sketches presentados y los discursos de odio ejecutados, pudimos destacar que los usuarios no solo buscaban informarse sobre la situación, sino que también, llevar a cabo distintas acciones de violencia digital.

En consiguiente, hicimos mención sobre las construcciones sociales existentes en aquel entonces y en el año actual y así, pudimos obtener una comprensión de las mismas. Esto nos permitió detectar los mandatos sociales que aún siguen vigentes en la sociedad y que, en el momento de la viralización de la entrevista de Sánchez, jugaron un papel importante a la hora de agredirlo. A partir de la vestimenta que usaba, de las palabras que implementaba y las maneras de expresarse que manifestaba, los acosadores se arraigaron a la idea del “varón promedio” de aquel entonces, y se dieron cuenta de las diferencias que -para ellos- existían en relación al niño.

Dentro de este capítulo, pudimos denotar cómo los medios de comunicación de carácter informativo, desarrollaron un eco de la nota transmitida por el Canal bahiense, y también hicieron elecciones de titulares como “El chico que le gusta el arte” por ejemplo, que no hacían ni más ni menos que reforzar los prejuicios, estigmatización y burla hacia Sánchez. Acompañado del importante factor de que invadieron su privacidad e integralidad con la información que compartían de él. Si bien los medios de difusión cuentan con un gran poder de llegada a una amplia audiencia, éstos también tienen la responsabilidad de asumir un papel comprometido y consciente frente a la comunicación de los casos de ciberbullying y ciberacoso.

Como otro punto a relevar, podemos mencionar que la supuesta “Ley del Olvido” funciona -efectivamente- de manera selectiva. ¿Por qué este supuesto? Ya que como bien mencionó la progenitora de Sánchez en la entrevista, los reconocidos presentadores de televisión llevaron a cabo imitaciones en sus programas los cuales hoy en día no se encuentran. Sin embargo, el único sketch que se encuentra es el de un canal de producción no tan reconocido (Pumbate) y que persiste en Youtube. A partir de esta observación podemos cuestionarnos si, en este caso, el derecho al olvido no solo funciona para los afectados sino que más aún para dichos productores. ¿Qué prima más? ¿Desvincular a las personalidades de sus actos cometidos para evitar una condena social o rencor o la integridad e intimidad de Juan Sánchez?

Es importante tener en cuenta que la conclusión de este análisis no sugiere descartar las nuevas tecnologías ni consumo de medios de comunicación. Sino que la propuesta está en tener en cuenta que la violencia digital existente y usualmente es minimizada. Como también, es pertinente repensar el uso que cada uno le otorga, realizar un detenimiento en el contrato de

lectura que tenemos con estos espacios de consumo para así poder hacer un uso consciente y responsable de los mismos.

Este trabajo final de carrera tiene implicaciones para la práctica de las profesiones de ciencias de la comunicación y/o periodismo. Al tener una mejor comprensión de cómo los usuarios interactúan con los medios y cómo se ven afectados por la información que consumen, los profesionales de estas áreas podemos mejorar la calidad de nuestro trabajo para así poder llegar a audiencias específicas de una manera efectiva. Como también, podemos comenzar a cuestionarnos las estrategias de comunicación para así desarrollar comunicaciones responsables y eficaces con el fin de cumplir nuestro rol de portadores de la información.

En última instancia, los medios y profesionales de la comunicación, tenemos la responsabilidad de ser éticos y responsables en la cobertura de casos de violencia digital y así trabajar para contribuir a una sociedad más segura y respetuosa en línea.

Bibliografía

Bibliografía General:

Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? Universidad de La Sabana.

Carlón, M. (2016). Apropiación Contemporánea de la Teoría Comunicacional de Eliseo Verón. Ediciones Complutense.

Dijck, J. V. (2013). La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Siglo Veintiuno.

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture - La cultura de la convergencia de los medios de comunicación (Paidós ed., Vol. 1).

Manovich, L. (2001). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la nueva era digital. Paidós.

Sandoval, L. (2017). Semiosis ilimitada, producción de sentido en memes de internet.

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones - Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa.

Scolari, C. (2008). Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización. Designis.

Scolari, C. (2013). Narrativas Transmedia - Cuando todos los medios cuentan. Deusto.

Sibilia, P. (2013). La intimidad como espectáculo. Fondo de Cultura Económica.

Tabachnik, S. (2016). La construcción del acontecimiento en la era de Internet. Inmediaciones de la Comunicación.

Verón, E. (1985). El Análisis de Contrato de Lectura Un Nuevo Método Para Los Estudios Del Posicionamiento De Los Soporte De Los Media.

Bibliografía Específica:

Arab, E., & Díaz, A. (n.d.). *Impacto de las redes sociales e Internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos.*

Betancourt, M. A. (2014). *Prevención del acoso escolar: bullying y cyberbullying : texto autoformativo y multimedia. Instituto Interamericano de Derechos Humanos.*

Castañeda, A. S. (2018). *Acoso Escolar y Cyberbullying, Retos, Prevención y Sensibilización (Vol. 1). Jessica Judith Sánchez Morales y Adela Noemí Monroy Enriquez.*

Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación. (2018). *Ciberacoso: la amenaza sin rostro. Grupo Comunicar Ediciones.*

Inadi AAVVV (Ed.). (2021). *INADI. Masculinidades y Discursos de Odio, (3).*

Kowalski, R. (2010). *Cyber Bullying: el acoso escolar en la era digital. Desclée de Brouwer.*

Molina, M. P., Furnari, A., & Hagelstrom, I. (2016). *Guía de Sensibilización Sobre Uso Responsable de TIC y Construcción de Ciudadanía Digital. United Nations Children's Fund, The (UNICEF).*

Salazar, G. P., Edwards, A. A., & Archilla, M. E. G. (2014). *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake.*

Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture (The MIT Press Essential Knowledge series). The MIT Press.*

Villar, C. M. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social.*

Páginas web consultadas

Bermúdez, G. (2015). "Lo cargaban por un video y logró que lo borren de Internet". (última consulta 26/04/2023)

https://www.clarin.com/sociedad/cargaban-video-logro-borren-internet_0_Sy-2tZYw7x.html

Bullying Sin Fronteras. (2021). "Primer Estudio sobre el Cyberbullying en América Latina. 2021". (última consulta 26/04/2023)

<https://bullingsinfronteras.blogspot.com/2016/12/primer-estudio-sobre-el-ciberbullying.html#:~:text=El%2070%25%20de%20las%20v%C3%ADctimas.a%20un%2053%25%20de%20varones.>

Clarín. (2020). "Reapareció el chico de "Me gusta el arte" a cinco años del video viral y contó su lucha contra el bullying". (última consulta 26/04/2023)

https://www.clarin.com/viste/reaparecio-chico-gusta-arte-anos-video-viral-conto-lucha-bullying_0_bmeWGhcv.html

Crónica. (2020). "El origen del meme: ¿Cuál es la historia de "Brian mala suerte"?. (última consulta 26/04/2023)

<https://www.cronica.com.ar/cosa-de-locos/El-origen-del-meme-Cual-es-la-historia-de-Brian-mala-suerte-20201118-0112.html>

El Cronista. (2022). "Se terminó Twitter: estos son todos los cambios que anunció Elon Musk para la red social". (última consulta 26/04/2023)

<https://www.cronista.com/espana/pc-movil/se-termino-twitter-estos-son-todos-los-cambios-que-anuncio-elon-musk-para-la-red-social/>

El Sindical. (2015). "Ordenaron a YouTube dar de baja videos en los que le hacen bullying a un nene". (última consulta 26/04/2023)

<https://www.elsindical.com.ar/notas/ordenaron-a-youtube-dar-de-baja-videos-en-los-que-le-hacen-bullying-a-un-nene/>

Kleinman, Z. (2022). "El acuerdo más loco de la historia de Silicon Valley": cómo se fraguó la compra de Twitter por Elon Musk y qué puede cambiar en la red social. (última consulta 26/04/2023)

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-63429142>

Ley 25326 (2000). "Protección de los datos personales". (última consulta 26/04/2023)

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64790/texact.htm>

Télam. (2022). "La cultura en las redes sociales: ¿Cómo multiplican el humor los internautas?". (última consulta 26/04/2023)

<https://www.telam.com.ar/notas/202210/607257-redes-sociales-contenidos-culturales-humor.html>

Torres, L. (2022). "La cultura en las redes sociales: ¿Cómo multiplican el humor los internautas?". (última consulta 26/04/2023)

<https://www.telam.com.ar/notas/202210/607257-redes-sociales-contenidos-culturales-humor.html>

UNICEF. (2022). "Ciberacoso: Qué es y cómo detenerlo". (última consulta 26/04/2023)

<https://www.unicef.org/es/end-violence/ciberacoso-que-es-y-como-detenerlo>

Youtube. (2016). "Me gusta el arte video original". (última consulta 26/04/2023)

https://www.youtube.com/watch?v=dnOcAapyotk&ab_channel=VideosVirales