



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA DISCRIMINACIÓN EN *YOUTUBE*.
APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LAS INTERACCIONES EN INTERNET

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

ALBERTO ENRÍQUEZ FERNÁNDEZ

TUTORA: MTRA. VERÓNICA OCHOA LÓPEZ

MÉXICO, D.F. 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Gracias por el apoyo a la Universidad Nacional Autónoma de México y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por los apoyos para poder concluir la Maestría en Comunicación.

Gracias a las personas que dedicaron su tiempo a leer mis avances y escritos que permitieron completar esta tesis. Gracias a los lectores de la tesis por su tiempo de lectura y aportaciones a este trabajo.

Gracias a mis compañeros de maestría por sus comentarios a las exposiciones de mi trabajo y por compartir los suyos, me aportaron muchos conocimientos y cuestionaron mis posicionamientos.

AGRADECIMIENTOS

Gracias al amor, cariño, tiempo paciencia, respeto y apoyo que me han brindado:

Tita, Alberto, Sergio, Adriana, Carlos y los demás que vienen con la sangre.

Martha, Blanca, Rocío, Denise, Roberto y los demás que he elegido.

Y Christian, porque elegimos estar juntos. Por cada día de frustración, enojo, desilusión, desesperación, espera, tensión y desgano por estar ahí e invitarme a seguir adelante.



Caracol, te amo.

ÍNDICE

Introducción	1
1. Interacción virtual	7
1.1 Interacción	7
1.2 Entornos virtuales	11
1.3 La interacción virtual	21
2. Discriminación en entornos virtuales	27
2.1 Qué es la discriminación	27
2.2 Tipos, grados y formas de la discriminación	43
2.3 Discriminación en entornos virtuales	50
3. YouTube	65
3.1 Naturaleza de <i>YouTube</i>	65
3.2 Descripción (fenomenológica) de <i>YouTube</i>	70
3.3 Interacción en <i>YouTube</i>	84
3.4 Tendencias virales	87
3.5 Discriminación y libertad de expresión	90
4. Aspectos etnometodológicos de la investigación	95
4.1 Etnografía virtual	95

4.2	Criterios de selección	99
4.2.1	Selección motivada por temas	99
4.2.2	Criterios técnicos	101
4.3	Videos seleccionados	103
4.4	Procedimiento de sistematización y análisis	111
5.	Análisis de las interacciones discriminatorias	116
5.1	Situación	117
5.2	Participantes	120
5.3	Finalidades	125
5.4	Actos	132
5.5	Tono o claves (<i>key</i>)	140
5.6	Instrumentos	142
5.7	Normas	148
5.8	Género	153
5.9	Aportaciones generales del <i>SPEAKING</i> etnovirtual	154
6.	Reflexiones Finales	158
	Bibliografía	165
	Anexo 1	170

INTRODUCCIÓN

La elección del presente tema de investigación, obedeció a intereses personales, a partir de una investigación previa sobre la participación de los jóvenes. Durante la búsqueda del tema de investigación, este investigador se encontró con el Informe de la CNDH sobre las agresiones a los *emos* (2009), a partir de ahí surgió el interés por enfrentarse a materiales con contenido discriminatorio. Pero aún sin saber cómo abordarlos aunque casi todas las huellas de lo acontecido me remitían a *YouTube*.

Desde ese momento se trabajó en la conceptualización de la palabra discriminación y en los procesos implicados en dicha conducta, descubriendo importantes diferencias entre un trabajo y otro. Durante la búsqueda encontré el texto de Carlos Belvedere (2002), a través de *Google Books*, sin embargo, no estaba disponible en forma completa, por lo que se buscó arduamente hasta conseguir dicho libro. A través del perfil del investigador en *Facebook*, encontrado fácilmente, se decidió contactarlo, obteniendo una rápida respuesta, además del ofrecimiento de enviarme el libro a México desde Buenos Aires. Gracias.

En el texto se habla de las características relacionales de la discriminación y de la imposibilidad de acabar con el fenómeno cuando culturalmente se ha enfatizado a la diferencia como valor que jerarquiza y no como encuentro o virtud.

Sin embargo, descubrí que para un estudio en comunicación era más trascendente investigar sobre los actos comunicativos antes que indagar las medidas que toman las organizaciones con respecto a contenidos discriminatorios o sus víctimas.

La interacción sería el tema central de la investigación y no la discriminación.

La interacción de personas en Internet, por otro lado, ha sido abordada en un gran número de estudios. Los orígenes de estas investigaciones se remontan a más de una década y surgen del concepto llamado Comunicación Mediada por Computadora (Hine 2004), en él se intenta privilegiar aquellas relaciones gestadas entre personas, antes que la relación de éstas con el artilugio tecnológico.

Esta investigación intenta prestar atención una vez más a este tipo de interacciones, pero desde una temática específica, la discriminación.

Es recurrente hablar de discriminación cuando se tienen interacciones en entornos virtuales, sin embargo, poco se ha trabajado en la comprensión de las interacciones que se concretan en dichos espacios, a partir de contenidos discriminatorios. De hecho, el tema se ha abordado mayoritariamente bajo la condena de una conducta victimizadora, y no, como un mecanismo relacional.

Para la realización del presente estudio se eligió a *YouTube*, la plataforma de mayor difusión de videos en Internet, por ser uno de los espacios más representativos en la socialización de contenidos; los usuarios tienen la posibilidad de postear (publicar) cualquier clase de video. Escenario que ha llevado al sitio a recibir una gran cantidad de denuncias.

Si bien es cierto que existen condiciones de uso para el sitio, la incapacidad de revisión previa es inmanente, debido a la masa de información que se publica cada minuto (YouTube 2010); lo que de algún modo garantiza espontaneidad. Sin embargo, pese a la diversidad de contenidos publicados, para efectos de esta investigación el material seleccionado contiene escenas de discriminación a partir de las cuáles se plantea la pregunta ¿Qué tipos de interacciones virtuales surgen del encuentro con videos discriminatorios en *YouTube*?

La posible respuesta a este cuestionamiento, tiene implícito el supuesto de que las interacciones virtuales surgidas del encuentro con algunos videos discriminatorios en *YouTube*, contienen características correspondientes a cualquier interacción presencial, no obstante que existen diferencias que responden a las particularidades de la plataforma en la que se encuentran los videos.

Por tanto, el objetivo de esta investigación estriba en conocer y describir las interacciones virtuales surgidas a partir de una selección de videos con contenido discriminatorio, monitoreados en *YouTube*.

Es por ello que en el primer capítulo se conceptúa la *interacción virtual*, partiendo de la visión de la Escuela de Palo Alto y sus axiomas de comunicación e Interaccionismo Simbólico para entender el acto relacional, y por tanto, la interacción social; siempre reflexionando sobre la comunicación interpersonal, para preguntarse si ésta puede darse en entornos virtuales.

Pregunta que se resolverá acudiendo a Javier Echeverría (1999) con la construcción de su concepto de entorno. A partir del cual se hace una analogía entre los comportamientos que se tienen en un mundo presencial y en uno virtual, alejándose de la premisa que dicta que lo virtual es irreal y al afirmar que las conductas que se encuentran en un entorno, se encuentran en el otro, por la naturaleza de los comportamientos.

Asimismo, se apuntan las diferencias entre lo presencial y lo virtual, retomando las investigaciones sobre el tiempo y el espacio, que nos dibujan un panorama respecto a la ubicuidad representacional que impera en los entornos virtuales.

Después se construirá un pequeño marco sobre los sitios o situaciones donde impera la naciente interacción virtual, a partir de datos generales que ofrecen las plataformas de seguimiento. Esto para alfombrar el camino a los apuntes que desarrolla Ana María Gálvez Mozo (2006) para la adecuación de las categorías de Erving Goffman (2001, 1979, 1998) con respecto a la interacción interpersonal, para los entornos virtuales, donde se hablará de episodios, situaciones y posicionamientos.

En la segunda parte de la investigación, se aborda el segundo objetivo específico de este trabajo, es decir, la construcción de un concepto operativo de discriminación, con el fin de que se entienda como un proceso relacional, antes que enfocarse a las afectaciones de las víctimas. Esa tarea se hará retomando a los autores mexicanos que, por un lado han marchado en una tradición más

legalista, y por el otro se contraponen la visión sociológica de Carlos Belvedere (2002).

Posteriormente, se incorporan al cuerpo teórico elementos antropológicos que refuerzan la construcción relacional del término, donde lo más importante es cómo se relaciona el individuo con la otredad, el *otro*¹.

Una vez construido lo anterior, se procedió a la creación de una gradación o escaleta sobre el propio concepto de discriminación, utilizando la investigación de Manuel Cárdenas Castro (2009) para identificar tanto el tipo de discriminación explícita como la implícita. Se incorpora también la antigua gradación del prejuicio de Gordon W. Allport (1962), y se ajusta la definición más actualizada del concepto *discriminación*.

Retomar autores clásicos en este estudio, tiene como objetivo regresar al sentido esencial de los conceptos, así como observar sus cambios y la viabilidad de su actualización, para dar respuesta a los objetivos de esta investigación.

Para cerrar este apartado se presenta una breve reseña que tiene como objetivo, destacar las formas de discriminación más comunes en la sociedad mexicana, llevando este panorama a los entornos virtuales; exaltando como ejemplo el caso de los emos y su persecución durante 2007 y 2008.

En el tercer capítulo se realiza una descripción de la plataforma que comprende el objeto de estudio: *YouTube*. Haciendo una revisión de su naturaleza e historia en el entorno mediático actual. Se desglosan los vínculos, botones, acciones, invitaciones, propuestas, e incluso, restricciones e infracciones del sitio.

Esto se hace para presentar las maneras en que se puede interactuar dentro de *YouTube*. Al mismo tiempo, que se destaca la importancia de su interrelación con otras redes sociales para la proliferación de sus contenidos, generando viralidad, concepto en el que también se profundiza.

¹ En adelante se hará referencia a la otredad en términos de “*otro*”, en cursivas para reconocer el significado que se le atribuye. Esta acepción de *otro*, es común en los estudios de la relación del individuo con la otredad, sólo se hace la acotación para evitar confusiones.

En este sentido, se da una descripción casi fenomenológica de lo que comprende *YouTube*, a través de estudios antropológicos que abordan la razón de ser de la plataforma, así como los intereses mostrados por sus usuarios.

Una vez estipulados los elementos necesarios que componen la investigación y contextualizado el espacio donde suceden las interacciones se dará paso al procedimiento metodológico de la investigación. Por lo que en el cuarto capítulo se describe el proceso etnometodológico y la aplicación que puede darse en la investigación. Se hace una breve síntesis sobre el método, sus herramientas y su flexibilidad durante la aplicación en campo, haciendo hincapié en las características indisociables que deben contemplarse al aplicar la etnografía en un entorno virtual.

Partiendo de lo anterior, se establecen criterios de selección de un corpus de investigación a partir de ejes temáticos y técnicos. Estos últimos, en función de los datos ofrecidos por la plataforma entre los que destacan: el número de vistas, la relevancia, la población que más reproduce el contenido, etc.; mientras que los temáticos irán de la mano con la gradación realizada con antelación en el concepto de discriminación.

Los videos seleccionados contienen características significativas para el análisis, que requiere puntualizaciones como: el nombre del video, su ubicación virtual, el nombre del productor, fecha de posteo, duración y descripción del video, tipo, grado y forma de discriminación, total de reproducciones, categoría, etiquetas, calificaciones, comentarios, respuestas, entre otros.

Finalmente, en el quinto capítulo, se realiza el análisis de las interacciones virtuales, basado en la modificación de herramientas propuestas por Dell Hymes (1964). Este autor utiliza su técnica conocida como *SPEAKING* para el análisis conversacional, sin embargo, en el presente trabajo se modifica la técnica con la finalidad de que forme parte de las directrices para realizar un trabajo etnográfico, de localización de interacciones, identificación de participantes e intencionalidad, además de interpretar los actos ocurridos en los videos, ello sin olvidar los

instrumentos y normas de interacción generados, a partir de una propuesta discriminatoria.

Al final, los resultados del análisis son presentados de acuerdo al propio acróstico de la técnica, para darle lógica y sentido al mismo; de tal suerte que se puedan enfatizar las características de cada una de las interacciones surgidas en los elementos de la selección, además de permitir el comparativo entre un video y otro.

La presente investigación pretende ser un acercamiento al estudio de las interacciones virtuales, por lo que lejos de pretender imponer normas de análisis o generalizaciones con respecto a este tipo de contenidos, se propone poner a prueba este método con otro tipo de contenidos para verificar la validez de lo aquí expuesto.

Ante el surgimiento de distintas plataformas hoy en día, la interacción en entornos virtuales se hace más compleja, y más aún acotándola al tema de la discriminación, por este motivo los estudios surgidos al respecto se aprecian como esfuerzos importantes pero no suficientes. De ahí que todo esfuerzo que intente comprender el comportamiento humano y sus procesos comunicativos dentro de dichos entornos, es bien recibido.

CAPÍTULO I

INTERACCIÓN VIRTUAL

Cuando se habla de interacción virtual surgen más dudas que afirmaciones categóricas, empezando por qué es una interacción y si esta categoría no es polisémica. Luego se puede preguntar si esta categoría se aplica a entornos virtuales y, si es el caso, cómo puede describirse ésta en la sociedad actual.

1.1 Interacción

La interacción es, *stricto sensu*, la acción que se ejerce de forma recíproca entre dos o más cuerpos, sean estos sujetos, objetos, agentes, fuerzas o funciones.

El término ha sido estudiado ampliamente en el área de la física, sin embargo, se ha difundido en otras disciplinas como la medicina, la química y el diseño, sólo por mencionar algunas. El concepto fue atraído también por la antropología, la sociología y la psicología para reconstruirlo como interacción social.

El concepto sigue obedeciendo a su sentido original, pues se refiere a la vinculación que se da entre diferentes sujetos y las consecuencias o afectaciones que esta relación genera. De tal forma que las interacciones sociales (en adelante: interacción-es) pueden entenderse como la forma más básica de las conexiones, contactos, vínculos, relaciones sociales y objeto de estudio primario de las ciencias sociales.

Para los estudios en comunicación es sumamente relevante lo anterior, si consideramos que toda interacción puede entenderse como el acto comunicativo que un sujeto lleva a cabo con otro u otros y con las expresiones que éstos realizan en diferentes contextos. Lo que le permite tejer un entramado social. En este sentido, la interacción es acto comunicativo en sí mismo.

Afirmación para la cual se apela al sentido más básico de la comunicación, que se refiere a poner en común o comunión. Ver a la comunicación como interacción tiene como vehículo propio al Interaccionismo Simbólico y la Escuela de Palo Alto (Rizo García 2004, 3).

En el Interaccionismo Simbólico, Blumer (1982) propone tres premisas básicas del enfoque, que pueden resumirse en tres puntos: 1) las personas actúan a partir del significado que dan a los objetos o personas, y de acuerdo al contexto o situación en la que se encuentran; 2) la interacción con otros resulta en una significación; y 3) significaciones que se utilizan para los procesos de interpretación que permiten normar las relaciones de las personas con los objetos.

A partir de lo se presenta al sujeto como intérprete del mundo, capaz de enriquecerse del *otro* a través de sus interacciones. Luego, las interacciones son aquellos procesos mediante los cuales se construye un yo, en la medida en que somos afectados o incididos por el *otro*, el *self* es imposible de consolidarse si no es partir de la interacción con el sentido de existencia del *otro* (Mead, 1934).

En esta misma línea, Erving Goffman (2001, 1979, 1998) retoma el concepto de persona y lo hace desde la Grecia Antigua para verla como histrión dentro de una escenificación teatral, que es la sociedad, lo cual implica que las interacciones se dan mediadas o, a través, de apariencias o vestuarios que las personas generan de acuerdo al contexto y significaciones que da a los otros, dentro del escenario.

El análisis dramático de la vida cotidiana propuesto por Goffman, permite entender las interacciones generadas a partir de la convivencia de las personas o grupos, por lo menos en un nivel microsocial.

La Escuela de Palo Alto, por otra parte, sirve como enfoque complementario en el estudio de las interacciones, pues brinda una perspectiva multidisciplinaria. Esta perspectiva parte de la construcción del concepto de la comunicación holístico, es decir, que incluye todos los procesos mediante los cuales las personas se afectan o inciden unos en otros. “La comunicación fue estudiada, por tanto, como un proceso permanente y multidimensional, como un todo integrado, incomprendible sin el contexto en el que tiene lugar.” (Rizo García 2004, 12)

De acuerdo a este enfoque la esencia de la comunicación está en la interacción; todo comportamiento humano, en tanto ser social, tiene un valor comunicativo, de tal forma que, cualquier evento o situación que aqueje a los involucrados en el proceso comunicativo se reflejará en el mismo acto. Así, la comunicación implica un sinnúmero de acciones verbales, gesticulares y espaciales.

Bajo las premisas anteriores es que Watzlawick, Beavin, & Jackson (1971) llegan a los cinco Axiomas de la Comunicación:

- Es imposible no comunicar, debido a que en un sistema dado, todo comportamiento de un miembro tiene un valor de mensaje para los demás;
- En toda comunicación cabe distinguir entre aspectos de contenido o semánticos y aspectos relacionales entre emisores y receptores;
- La definición de una interacción está siempre condicionada por la puntuación de las secuencias de comunicación entre los participantes;
- Toda relación de comunicación es simétrica o complementaria, según se base en la igualdad o en la diferencia de los agentes que participan en ella, respectivamente.

A través de estos postulados se rompe con la linealidad o la unidimensionalidad de la comunicación, incluso se habla de actores más que de emisores y receptores, pues dependiendo del contexto en el que se encuentren asumen uno u otro papel. Va más allá de la acción o la reacción, pues es al final parte de una complejidad superior. “En una situación comunicativa, por tanto, el objeto de estudio fundamental es la relación misma, más que las personas [y sus

características] que están implicadas en ella. De ahí que la interacción se erija como el centro del debate y como el objeto a atender antes que cualquier otro elemento” (Rizo García 2004).

Son estos dos enfoques los que permiten a esta investigación hacer énfasis en la interacción como objeto de estudio, considerándola como proceso comunicativo y reconociendo en ella la importancia de los actores y su capacidad de discernimiento, aunque también su naturaleza empática, razón que permite la incidencia de terceros. Todo esto dentro de un contexto o situación que limita o permite cada una de las interacciones; resultaría absurdo hablar de interacciones sin describir a los actores, explicar los múltiples mensajes o la consideración del entorno en el que se dan las interacciones en su conjunto.

Con base en lo anterior, en esta investigación se considerará a la **interacción como un acto relacional, por tanto comunicativo, mediante el cual se construye una interpretación del entorno por parte de los actores involucrados, que puede incidir o afectarlos.**

Los entornos donde se generan las interacciones son diversos (un aula, un templo, un hogar, un parque, etc.); incluso podríamos ejemplificar qué tipo de interacciones se generan en una sala de espera de abordaje de vuelos internacionales en el aeropuerto de la Cd. de México el 24 de diciembre por la mañana y notaríamos un sin número de mensajes entre los diferentes actores, el cansancio de quienes trabajan, el entusiasmo de los niños y las miradas sensuales entre dos pasajeros, por ejemplo.

Amplios son los estudios, sobre las interacciones interpersonales, desde los estudios sobre comunicación. Pero ¿cómo se estudian las interacciones en entornos virtuales, sobre todo, en Internet²? Existen ya numerosos esfuerzos que se han acercado al estudio de estos espacios, sin embargo, aquellos que tienen por objeto de estudio los actos comunicativos interpersonales son los menos.

² Se utilizará Internet como nombre propio para evitar la discusión propia del género que le corresponde, inmersa en el propio diccionario de la Real Academia Española.

A continuación, una breve explicación de aquello que puede considerarse interacción en entornos virtuales, para después hablar de su modo de análisis.

1.2 Entornos virtuales

Cuando dos jóvenes juegan Xbox cada una en su casa, interconectados a Internet gracias a su consola y se ubican en un mismo juego, ese juego es un entorno virtual, es una situación específica de la realidad donde se comparte y se interactúa. Dentro del juego, los participantes pueden relacionarse (comunicarse) e interpretar el propio juego y los mensajes enviados entre ellos, los cuales generan reacciones en su propio actuar.

En el ejemplo anterior los usuarios interactúan pese a no tocarse, más aún sin estar de manera presencial³.

Pero, entonces, un entorno virtual es Internet o qué es. En un primer acercamiento y sin tratar de reducir injustamente la tesis de Javier Echeverría (1999), el autor se refiere a los diferentes entornos en los que el humano se ha desenvuelto. La naturaleza de los tres entornos se puede resumir de la siguiente forma: El primero es aquel donde el ser humano utiliza sus propias capacidades físicas para lograr un objetivo; el segundo entorno, es donde se crean utensilios que permiten a las personas reducir sus limitantes físicas, y el tercero, es el que acentúa lo anterior con la generación de espacios donde no se requiera de su presencia, sino de una representación. Además existe un Entorno Cero, el cual se limita a sugerir como espacio lo relativo a lo divino o lo sagrado.

Por ejemplo, cuando dos niñas juegan manitas calientes lo hacen en el primer entorno, interactúan con sus cuerpos. Si las niñas juegan en los carritos chocones

³ Existe una discusión con respecto a la "presencialidad" en Internet, es decir se puede hablar de la presencia de alguien aún sin ocupar un espacio físico. Sin embargo, durante la investigación me referiré a lo presencial en contraposición a lo virtual, con el objeto de evitar los anglicismos "on-line" y "off-line" y sus traducciones. Además de adecuarse mejor al tratamiento que dan los autores utilizados.

de alguna feria, se ubican en el segundo entorno, los aparatos mecánicos que se convierten en extensiones y son fundamentales para el desarrollo del juego. Finalmente, en el tercer entorno, las niñas pueden estar jugando cada una desde su propia casa, pero interactuando en una situación creada en alguna red (en este caso Internet).

En este último ejemplo, Echeverría alude al concepto de entorno como espacio social de Ortega y Gasset, en donde se ve al ser humano como modificador del mismo.

El ser humano no sólo es producto de la adaptación al medio, sino que interactúa con ese medio, modificándolo en función de sus propias necesidades... Para Ortega, el hombre es el ser técnico por antonomasia, y en ello radica una de sus notas diferenciales con respecto a los animales. (Echeverría 1999, 37)

Echeverría encontró propiedades estructurales derivadas de las tecnologías de la telecomunicación e informática (entre otras) que permiten la interacción de los seres humanos en un espacio con propiedades topológicas, métricas, físicas y sociales distintas al primer y segundo entorno. (Echeverría 1999, 36)

La existencia de las características mencionadas por el autor puede ser observada a partir de aquellos desarrollos tecnológicos como el teléfono, la radio, la televisión, el dinero electrónico, las redes telemáticas, los multimedia, etc., que han tomado relevancia desde los años sesentas y que actualmente permean gran parte de las realidades urbanas del mundo.

Las propiedades del tercer entorno son enumeradas por en el siguiente orden: ser distal, reticular, informacional, representacional, artificial, multicrónico, comprimido, con fluencia electrónica, de rápida circulación, con asentamiento en el aire, inestable, global, bisensorial, con memoria artificial externa, digital, con integración semiótica, con heterogeneidad, con interdependencia y privilegia el consumo.

Este autor, echa mano de la figura de la polis para construir Telépolis, con el objetivo de volver asequible el espacio y el tiempo que en un principio son inocuos

físicamente hablando; no se involucra la pentasensoridad propia de los seres humanos y es solamente bisensorial⁴.

Telépolis es así, “un nuevo marco espacio-temporal para las interrelaciones sociales y humanas” (Echeverría 1999, 147). Esta ciudad tiene sus cimientos en el aire, en los satélites artificiales que han conectado al mundo con un sin número de redes telemáticas, telefónicas, televisivas, monetarias, etcétera⁵.

Todas estas redes son parte de la misma ciudad y se interconectan entre sí. La interconexión es un concepto fundamental, continuando con Echeverría, en Telépolis las personas no se reúnen se interconectan: Mientras la familia se reunía en el comedor, la grey en el templo y los estudiantes en el aula en el segundo entorno, en el tercer entorno las personas se interconectan a través de sus teléfonos, computadoras, tarjetas de crédito, entre otros, y permiten que una representación (nombre de usuario, fotografía, avatar etc.) ocupe su lugar en este espacio informacional, transitando grandes distancias a través de cables y señales al ritmo de la velocidad de la luz. Esta interconexión permite la interacción.

Dicha interconectividad es la razón la reticularidad de Internet, las conexiones que se forman de nodo a nodo (servidor, terminal, aparato.) permiten reducir la importancia de la separación física, de hecho nunca se considera la distancia geográfica entre un nodo y otro, es más relevante la vinculación entre ellos, pues es lo que brinda mayor velocidad. La sincronía de las acciones tampoco es fundamental, aunque sigue existiendo: actividades en “tiempo real” y el *podcast* por ejemplo, lo que desemboca en una ciudad multisincrónica.

Otras características importantes de la interconectividad son el tamaño de la información, medida en bytes; la velocidad de transferencia, la capacidad operacional del procesador, entre otras.

⁴ Por bisensorial se hace referencia a la vista y el oído, aunque ya se habla del comienzo del tacto en entornos virtuales, en la actualidad no es un realidad cotidiana o sensible, aún hay camino por recorrer hacia la trisesorialidad.

⁵ De ahí que su existencia dependa de la tecnología y su mantenimiento, lo que la vuelve inestable (sin energía eléctrica o baterías de litio es imposible conectarse).

La digitalidad vista a través del código binario, es la integración semiótica que da vida a Telépolis y tiende cada vez más a la homogeneidad en cuanto a lenguajes de programación se refiere, e incluso, en artefactos que sirvan de puertas o ventana hacia la ciudad, con el objetivo de ampliar la cantidad de interacciones. Irónicamente, ello también permite una heterogeneidad cultural, al difundirse un código o lenguaje común (la telemática, digitalización hasta ahora) se abre la posibilidad de “subir” a Telépolis cada vez más expresiones de la interacción social propias de los entornos presenciales. Las traducciones en tiempo real, por ejemplo, permiten el incremento de dicha heterogeneidad, dando acceso a contenidos culturales ajenos al usuario, quien tiende a diversificar su propia cultura.⁶

En un entorno presencial la escuela se define como un espacio físico donde los alumnos asisten a las aulas, leen libros, hablan el mismo idioma y comparten su identidad cultural; por lo tanto la ausencia se traduce como un retraso en el aprendizaje. En cambio, en el tercer entorno cada quien se incorpora al grupo desde donde esté y a la hora que pueda, algunas veces coinciden en foros de discusión, se elige un avatar para representar al alumno, todo lo que ahí se hace, incluyendo tareas y tutoriales, es digital y la capacidad multicultural es muy amplia.

Las posibilidades de aprendizaje, interacción, comunicación y trasmisión del conocimiento son las mismas en ambos entornos, pero cambian sus formas. Y así como sucede en la escuela, este fenómeno se repite en casi todos los escenarios del ser humano: la oficina, el templo, el banco, el museo, en un concierto, en un partido, sólo por mencionar algunos.

Los recintos de la información son los servidores y los vehículos son las representaciones que hacemos de nosotros mismos. Los aparatos particulares se pueden dividir en dos: aquellos que dan acceso (puertas) y aquellos que nos

⁶ Cabe destacar que si bien la traducción instantánea de contenidos no es perfecta, permite la comprensión de contenidos ajenos. La traducción además no se limita a los idiomas, sino a los tipos de archivos (jpg a bmp, mov a flv, wmp a mp3, etc.) Además si bien al inicio del Tercer Entorno era casi único el Inglés para la comprensión de los contenidos en Internet cada vez más otros idiomas gana terreno, sobre todo el chino. Para el resto de los medios existen otras realidades, pero el Inglés ya no es el idioma hegemónico.

permiten ver la ciudad (ventanas). Algunos de los aparatos que funcionan como puertas son: el celular, la PC, la hand gel, el punto de venta, la consola de videojuego y el codificador de la Tv por cable. Mientras la televisión, las cámaras de monitoreo y las pantallas de la bolsa de valores son ventanas, debido a que nos impiden la interacción pero permiten la observación.

En Telépolis, todo lo que sucede en el tercer entorno, es virtual, lo que no quiere decir falso, ilusorio o imaginario. “Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de .creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo, la superficialidad de la presencia física inmediata” (Lévy 1999, 13).

Cuando realizamos una llamada telefónica, ¿dónde tiene lugar ésta, donde está un actor, o donde está el otro? En estricto sentido en ningún de los dos lugares, sino en la red telefónica que si bien tiene un basamento físico, da lugar da lugar a la generación de un entorno virtual que depende de la situación. Se dirá entonces que en Telépolis se gestan un sin número de situaciones en entornos virtuales.

La virtualidad no es irreal, de hecho todo lo que ahí sucede es real en tanto que genera reacciones y permite la interacción. La diferencia predominante es la relación espacio-tiempo: el espacio está desterritorializado y el tiempo depende de la interconexión. (Lévy 1999, 21)

Por ejemplo, si una mujer manda un SMS a su una amiga, la interacción comienza con la construcción del mensaje: “Se manchó mi vestido, un niño vomitó. Voy de regreso a casa”. Aquí la actriz A sugiere un hecho que comparte con la actriz B, y abre así una situación en la que comenzarán a interactuar. La respuesta, una hora después: “Ewww [sic], luego te cuento qué pasa. Hablamos más tarde”. La situación es la conversación discontinua en un no lugar que es la red telefónica, se construyó así un entorno virtual.

En otras palabras, los entornos virtuales son aquellas situaciones que se generan a partir la interacción de los actores involucrados y sus contextos, sin basamento espacio-temporal en el sentido tradicional de los términos.

En el caso de esta investigación, se hará referencia a aquellos entornos generados en las interacciones telemáticas en Telépolis, específicamente en Internet. Por este motivo cabe invertir unas líneas en marcar las diferencias entre una y otra.

La teorización que hace Echeverría (1999) con respecto a lo que llama Telépolis se refiere al ya explicado tercer entorno. Considerando que existen otros autores como: Toffler, Dyson, McLuhan, Kerckhove, Negroponte, Castells, Chomsky y Ramonet, entre otros muchos, que han teorizado sobre el tema y le han dado matices tanto positivos como pesimistas. En este caso se ha preferido una versión más social acudiendo a Echeverría (que comulga más con Castells, enfocándose a cuestiones económicas, más que a la cuestión del ocio, pieza fundamental del objeto de esta investigación y tema trabajado por Echeverría).

Echeverría (1999) parte del consenso con Mitchell (*City of Bits*), Miller (*Civilizing Ciberspace*), Mathias (*La ciudad de Internet*), Castells (*La ciudad infromacional*) y Rötzer (*Telépolis*) en ver que la confluencia de las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones (TIC's) permiten un nuevo espacio social, que está más allá de los entornos presenciales y; que puede ser pensado como una ciudad, polis, donde se pueden integrar un sin número de formas sociales, actividades y conflictos con sus propias ofertas culturales, religiosas, artísticas y otras interacciones que no necesariamente están arraigadas a un territorio físico ni solamente en Internet.

Precisamente la amplitud de este nuevo espacio que representa Telépolis, vuelve imposible pensar sólo a Internet como otro mundo; más bien Internet es como la gran vía o la avenida principal de Telépolis (Echeverría 1999, 162) que más allá de tener una forma lineal tiene la configuración del sistema sanguíneo: terminales en cada sitio que permiten un sin número de interconexiones a otros sitios y a otras

avenidas, que son otras redes telemáticas que pueden ser monetarias (*Swift*), militares (*Milnet*), académicas (*UCAID*), o bien, de otro carácter.⁷

Y es que Internet, en sentido estricto, es un conjunto descentralizado de redes de computadoras interconectadas que utilizan un conjunto de protocolos⁸, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial (Wikipedia, Internet)⁹.

Esto implica que la serie de esfuerzos llevada a cabo para concentrar en una misma infraestructura un número más grande de servicios y transferencia de información (*multiplay*), se traduzca en una hegemonía de Internet sobre las otras redes Telemáticas, pues muchas tienden a desaparecer cediendo el paso a servicios encriptados dentro de Internet como la Telefonía IP.

El ensanchamiento de Internet se debe en gran medida a que permite la generación de rutas accesibles gracias la *World Wide Web* (www), que es el

⁷ Cada vez más estas otras redes pueden utilizar (técnicamente) la misma infraestructura de Internet y existe la discusión de si esto las vuelve parte de la misma o no., un ejemplo técnicamente complejo es el del Multi-play, antes triple-play y tetra-play. Hoy diferentes redes como la del teléfono fijo, el móvil, Tv e Internet viajan por la misma infraestructura, el mismo cable y utilizan IP (Protocolo de Internet), pero no son todos en estricto sentido Internet. Protocolo es el conjunto de reglas normalizadas para la representación, señalización, autenticación y detección de errores necesario para enviar información a través de un canal de comunicación (Wikipedia "Protocolo de comunicaciones").

Claro está que se habla hasta esta realidad, quizá en un futuro la convergencia de contenidos hagan que todo sea una misma red y se mantengan separadas sus redes internas mediante protocolos de seguridad más fiables.

Aunque muchos críticos de la unión de todas las telecomunicaciones (redes telemáticas) en una misma red (física: cables, antenas, satélites), la volvería muy vulnerable y por tanto inestable. E.i. un accidente que nunca se descifró cómo ocurrió rompió cables submarinos que conectaban las telecomunicaciones (integración de Internet, telefonía IP y otras transmisiones) de Oriente con Occidente lo que dejó sin acceso a Internet al 70% de Egipto y al 60% de India, incluidas las empresas de callcenters que trabajan con tecnología IP, impidiéndoles atender a sus clientes telefónicos de Estados Unidos y Europa (elmundo.es 2008).

⁸ Conocidos como familia de protocolos de Internet, debido a que en ellos se basa y en 2011 cumplen 11 años de existencia. "En ocasiones se le denomina conjunto de protocolos TCP/IP, en referencia a los dos protocolos más importantes que la componen: Protocolo de Control de Transmisión (TCP) [para la transportación de datos] y Protocolo de Internet (IP) [para la comunicación en la red], que fueron los dos primeros en definirse, y que son los más utilizados de la familia. Existen tantos protocolos en este conjunto que llegan a ser más de 100 diferentes, entre ellos se encuentra el popular HTTP (HyperText Transfer Protocol), que es el que se utiliza para acceder a las páginas web, además de otros como el ARP (Address Resolution Protocol) para la resolución de direcciones, el FTP (File Transfer Protocol) para transferencia de archivos, y el SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) y el POP (Post Office Protocol) para correo electrónico, TELNET para acceder a equipos remotos, entre otros." (Wikipedia) En otras palabras, Internet puede considerarse el protocolo mismo, pues cada vez menos son sus infraestructuras (cables, antenas, satélites, etc.) y más las interconexiones que se logran para la transferencia de datos.

⁹ Utilizo la definición de Wikipedia (Internet) ya que parece ser una síntesis del consenso de la mayoría de los desarrolladores, investigadores, usuarios y demás conocedores del tema.

sistema hipertextual en red¹⁰; mediante este se puede vincular un sitio con otro, obtener servicios y relacionar a través de la red. Muchas veces se confunde Internet con la web, pero se puede ocupar Internet sin esta telaraña, por ejemplo en ya citada telefonía IP (Pérez Salazar 2009, 323).

Otras redes sólo permiten viajar en rutas predefinidas, debido a políticas de seguridad y privacidad, o porque el acceso se convierte en negocio. En Internet es el propio usuario quien puede definir las rutas y vinculaciones que se hacen, mayoritariamente comenzando por un metabuscador, entiéndase *Google* por mencionar uno. Y el número de interconexiones son infinitas, de ahí que si bien la interacción entre personas no se reduce a Internet, es mediante esta red que se ha logrado el mayor número de interacciones telemáticas.

Es precisamente la interconexión que permite Internet lo que la ha convertido en la mayor expresión del tercer entorno o Telépolis, muchas veces confundándose entre ellas. Así mismo, se ha consolidado no sólo como una red de redes, sino como un conjunto de medios (multimedia) que incluyen por lo menos siete distintos tipos, de acuerdo con Echeverría (1999, 52-53).

Internet es también un medio de comercio e intercambio, que es la dimensión que le da vigencia y permite que exista un flujo financiero para su manutención. Es un medio de producción, que permite el desarrollo de productos en sí mismos, generando herramientas o aplicaciones que permiten no necesitar de programas instalados en un nodo (computadora) y más bien trabajar con lo que se tiene en la nube¹¹; además de poder distribuir los productos desarrollados en la propia ciudad

¹⁰ Este sistema logra la generación de las rutas a partir del protocolo HTTP (Hyper Text Transfer Protocol), el cual es usado en cada transacción. "HTTP define la sintaxis y la semántica que utilizan los elementos de software de la arquitectura web (clientes, servidores, proxies) para comunicarse. Es un protocolo orientado a transacciones y sigue el esquema petición-respuesta entre un cliente y un servidor. Al cliente que efectúa la petición (un navegador web o un spider) se lo conoce como "user agent" (agente del usuario). A la información transmitida se la llama recurso y se la identifica mediante un localizador uniforme de recursos (URL). Los recursos pueden ser archivos, el resultado de la ejecución de un programa, una consulta a una base de datos, la traducción automática de un documento, etc." (Wikipedia, Hypertext Transfer Protocol)

¹¹ Forma coloquial de llamar al espacio de almacenamiento en los servidores que permiten utilizar sin necesidad de mantener dicho material en las computadoras personales.

y, por si fuera poco, sirve como vía o de muchas Intranets de empresas, organizaciones y gobiernos.

Es también un medio para el ocio y el entretenimiento, ya que a través de ella se puede llegar a un sin número de alternativas: jugar de forma individual o con otros, echar chisme, ver videos o películas, oír música o radio, tener acceso a pornografía o consejos espirituales, entre otras. En Internet el comercio crece cada vez más; curiosamente el consumo del ocio y el entretenimiento es lo que permite la subsistencia de Internet.

Por supuesto, Internet es un medio de información por definición propia, pues es informático, se transfieren bytes que a su vez son imágenes y sonidos (muchos autores agregan texto, pero el texto al final es una imagen en los medios electrónicos). Pero eso sólo es la médula de Internet, esa información, sirve para otros fines.

Sirve para comunicarse, de ahí que sea un medio de comunicación, compuesto por otros medios de comunicación. ¿Será aceptable llamarlo multimedia de comunicación?

Internet se caracteriza por ser una red horizontal y en gran medida descentralizada¹². La comunicación se puede realizar de forma multidireccional (participar en un grupo de debate), unidireccional (leer, bajar archivos de la red, buscar información, etc.), bidireccional (conversar o jugar con alguien, intercambiar archivos o correos electrónicos) e interactiva. Y se establece tanto en ámbitos públicos como en privados. Al contrario que los medios de masas (radio, televisión, prensa, etc.) que no permiten interacciones transversales entre los participantes, los medios en Internet sí permiten este tipo de interacciones. El teléfono¹³ usa una comunicación uno a uno, en el ciberespacio un individuo es, potencialmente, emisor y receptor a la vez y todos pueden comunicar con todos en un espacio sincrónico o asíncrono, simultáneo o no concurrente. (Lamarca Lapuente 2009, #internet)

¹² No es descentralizado porque al final la infraestructura que permite su existencia es una propiedad privada o pública de pendiendo de aquellos Estados donde se localicen los servidores, cables, antenas, satélites. Basta recordar que se pueden bloquear contenidos (*Google* en China).

¹³ Teléfono tradicional o analógico, o no-digital.

De hecho, el resto de los medios de comunicación: La televisión, la radio, el teléfono, se han ido integrando a este multimedio: Por ejemplo, la televisión de la cual surgen muchas nuevas versiones sincrónicas y asincrónicas a través de Internet, incluso la televisión privada por cable digital, hoy utiliza la infraestructura de Internet, reservando parte del ancho de banda para transmitir su señal a través del principio nacido en Internet del *Streaming*.

Esta dimensión de Internet como medio de comunicación ha sido ampliamente descrita, explicada y defendida por Gabriel Pérez Salazar (2009):

Internet [es] una tecnología que posibilita la multimedialidad. Esto significa que es capaz de convertirse en una portadora de señales que son propias de otros medios, principalmente de la prensa, la radio, la televisión y el cine; en el caso de los medios masivos. Pero al mismo tiempo, también posibilita la realización de actos comunicativos interpersonales, a través del chat, correo electrónico y telefonía IP....Además, dicha multimedialidad puede ser simultánea en dos dimensiones, es decir, pueden presentarse **posibilidades comunicativas tanto en dinámicas masivas como interpersonales**, al mismo tiempo....De esta manera, en un mismo espacio virtual pueden darse **actos comunicativos**, unidireccionales, bidireccionales y multidireccionales; además pueden ser directos o diferidos, así como públicos y privados. (Pérez Salazar 2009, 80)

Más adelante Pérez Salazar (2009, 205-206) agregará que los actos comunicativos a los que se refiere (mensajes de texto, audio y audiovisuales) pueden ser sincrónicos (e.i. chat) o diacrónicos, también llamados asincrónicos (e.i. *Facebook*). Además, recordará que toma la idea de Raúl Trejo (2006) quien había bautizado a Internet como “medio de medios”.¹⁴

Ahora bien, de acuerdo a Echeverría (1999) Internet y en general Telépolis o los entornos virtuales, no son solamente un multimedio de comunicación, pues la parte fundamental de éstos es que permiten la interacción humana y no sólo los actos comunicativos entre las personas. Además, afirma el autor, posibilitan interacciones lúdicas, educativas, militares y financieras, por mencionar algunas.

¹⁴ Si bien Pérez Salazar (2009, 210) describe muy bien la multimedialidad de Internet, hace hincapié en que la característica propia de Internet no es la multimedialidad, sino su hipertextualidad.

Si se regresa a la aseveración de la Escuela de Palo Alto, se entenderá que todas las interacciones son actos comunicativos, motivo por el cual no se puede hacer una distinción plena entre comunicación e interacción, la primera no sólo se refiere al uso de los lenguajes verbales, incluso, se debe mencionar, que los lenguajes verbales se difuminan con la traducción inmediata de muchos de los contenidos en línea. Si existe un lenguaje común en todos los entornos virtuales es el código binario, el cual compete y dominan aquellos fabricantes de *hardware*, pues incluso en programación, no existe un único lenguaje de programación.

Hablar de comunicación es hablar de interacciones, independientemente de la naturaleza de éstas. Lo que lleva a preguntar ¿Cómo son las interacciones virtuales en Internet hoy?

1.3 La interacción virtual

El gran aumento en las capacidades de interacción en entornos virtuales se relaciona directamente con un desarrollo de la programación que permitió el cambio en los usos de los espacios de manera radical, más que de infraestructura (claro que la posibilidad de banda ancha fue decisiva pero no determinante; los chats antecedieron a la banda ancha). Se ha consensuado referirse a este hecho como el surgimiento de la Web 2.0, que no es otra cosa que reconocer su capacidad interactiva de las plataformas actuales.

La discusión con respecto al término es amplia y vigente. La forma más sencilla de comprender el cambio en la utilización de la web, y por tanto del aditamento 2.0, se puede ver a través de la tabla del sitio Sociedad de la información, de Fundación Telefónica que aquí se presenta (O'Reilly 2006):

Web 1.0	Web 2.0
Doble click	<i>Google AdSense</i>
Ofoto	Flickr
Akamai	Bit Torrent
Mp3.com	Napster
Enciclopedia Británica	Wikipedia
Webs personales	Blogging
Publicación	Participación
Sistema de gestión de contenido	Wikis
Directorios	Etiquetas
Páginas visitadas	Pago por clic
Screen scraping	Servicios web
Stickiness	Sindicación

La interactividad de los entornos virtuales, puede representarse por sitios, portales, aplicaciones u otros, y es la pieza fundamental de la socialización propia de la web. De ahí que se tenga que explicar dicho fenómeno desde la capacidad que tienen las tecnologías, en este caso los entornos virtuales, de habilitar e inhabilitar (Silverstone 2004, 44) la interacción entre sus usuarios.

Los ejemplos puestos en la tabla de Telefónica sirven como guía para entender el fenómeno que se suscitó en los usos de Internet, pero no ilustra la interactividad de los entornos virtuales y la impresionante cantidad de interacciones que se dan en la web.

Pero antes que continuar explicando lo anterior habría que hacer un alto en el camino para explicar la diferencia entre interacción e interactividad. Aunque se debe aclarar que esta investigación no pretende sumergirse ampliamente en la discusión de las diferencias conceptuales entre ambos términos, pero si de lo que se habla en Internet es interacción o interactividad.¹⁵

Existen tres tradiciones en la investigación sobre la interactividad: interacción de persona-persona, interacción de persona-documentos e interacción persona-sistema (McMillan 2002).

¹⁵ Un artículo sumamente abundante en bibliografía y referencias hacia las distintas posiciones en esta materia es "Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents, And Systems" de McMillan (2002).

En los tres casos la interactividad o interacción debe ser el centro de la atención de las investigaciones sobre entornos virtuales o “nuevas” tecnologías de acuerdo a muchos de sus estudiosos (Lee, 2000; McMillan and Downes, 2000; Morrison, 1998; Newhagen, Cordes y Levy, 1996 en McMillan 2002).

Partiendo de lo anterior, resulta fundamental que los estudios sobre entornos virtuales privilegie la atención hacia las interacciones y los sujetos que en ellas participan Heeter (2000) pues, de acuerdo a Kiousis (1999), la interactividad reside, por lo menos en parte, en las percepciones individuales. Cosa en la que coinciden Newhagen, Cordes y Lévy (McMillan 2002).

Esta investigación se centrará en la interacción que existe entre personas antes de la que se da con el sitio, sin ignorar las herramientas que provistas en la plataforma que afectan en parte la interacción dada entre los usuarios. En este sentido, se diferencian los términos de la siguiente forma: interacción como acción que involucra seres vivos e interactividad como aquellas herramientas que provee un entorno virtual para permitir o facilitar la interacción entre personas.

Mucha de la literatura sobre la interacción persona-persona, o usuario-usuario¹⁶, fue ampliamente conocida como “comunicación mediada por computadora” (CMC). Este término se ocupa cada vez menos, pues simplifica mucho la relación de la persona con los entornos virtuales.

De hecho, la referencia a la computadora en los estudios, tiene que ver cada vez más con las investigaciones sobre los usos de los artilugios o aparatos en la vida cotidiana. Más aún, en los campos de la antropología y la psicología¹⁷.

Sin embargo, la aportación del concepto CMC suministró muchas herramientas para comprender la interacción social en entornos virtuales. Sobre todo para entender que las personas interactúan en los entornos virtuales esperando que estos obedezcan o sigan las reglas sociales, propias de los entornos presenciales (Hesse, Werner y Altman, 1988; Reeves y Nass 1996 en McMillan, 2002).

¹⁶ A las personas se les asume como usuarios en tanto que ocupan internet, por lo tanto, es común la sustitución de sujeto o persona por usuario en la jerga informática.

¹⁷ Véase por ejemplo el trabajo de Rosalía Winocour (2009).

Para fines prácticos, se puede aseverar que los espacios virtuales son interactivos porque posibilitan la interacción, ya sea con la información o con otros usuarios, mientras que entre personas o usuarios se habla de interacción, toda vez que pueden interactuar en los espacios virtuales, que son interactivos. Pues son los espacios los que facilitan o no, posibilitan o no, habilitan o no la interacción que puede darse en un entorno virtual, como ya lo apuntaba Roger Silverstone (2004, 44). Interacción que, hoy día, puede ir mucho más allá de la comunicación escrita, con el *Kinect* de *Xbox*, por mencionar algo.

La interacción usuario-usuario se enfoca en las formas en que el individuo interactúa con otros. Este tipo de interacción precede a los llamados nuevos medios, por lo que es loable utilizar nuevas herramientas para rehabilitar viejas técnicas que permitían el análisis de los procesos comunicativos.

Entre los señores de los entornos virtuales de Internet, por lo menos en 2011, pueden enlistarse *Google*, *Facebook*, *Yahoo*, *Windows*, *Amazon*, *E-Bay* y *Wikipedia* en la escala global, pues si bien *QQ* y *Baidu*, chinos ambos, tienen una fortaleza deseable por muchos, su éxito reside en su mercado local y no en el exterior¹⁸. Básicamente los mismos más dos periódicos, una televisora, un blog y un sitio porno en el caso de México (con datos de *Alexa.com* 2011). Los distribuidores de acceso a Internet son un grupo de poder aparte.

Los siete poderosos de la web, se caracterizan por la capacidad de interacción que ofrecen a sus usuarios.

Pero lo fundamental es que cada vez más sitios o entornos, permiten la interacción entre sus usuarios, abriendo la posibilidad de comunicación, siempre que asumamos, una vez más, que la comunicación es interacción.

Partiendo del primer axioma de la comunicación propuesto por Watzlawick, Beavin, & Jackson, “Es imposible no comunicar” (1971), es perfectamente comprensible lo propuesto por Blumer (1982): las personas actúan a partir del

¹⁸ Cabe destacar que en China no se utilizan los servicios de las empresas .com más poderosas, debido a la censura o la incapacidad de adecuarse al sistema político-económico chino.

significado que dan a los objetos o personas y el contexto (o situación) en la que se encuentran; significación que resulta de la interacción con otros; y que se utilizan como procesos interpretativos que permiten normar las relaciones de la persona con los objetos u otros sujetos.

Y ambas aportaciones son completamente compatibles con los entornos virtuales, igual que lo es la premisa de Goffman, con respecto a que la interacción se da a través de apariencias histriónicas y/o vestuarios: La puesta en pantalla (Gálvez Mozo 2006).

En los entornos presenciales las interacciones se determinan por los lugares y las apariencias físicas que se proyectan, es el contexto físico el que da la coherencia y sentido a las propias interacciones, pues se desarrolla en la “presencialidad” como la llama Gálvez Mozo (2006).

Desde un trabajo etnográfico, como suelen desarrollarse muchas observaciones sobre la comunicación interpersonal, es común que se delimite a través de lugares físicos al objeto de estudio: una escuela, un hogar, una sala de espera, algún pasillo, etc. La misma metodología puede ser utilizada en los entornos virtuales haciendo, claro, sensibles cambios en las técnicas utilizadas para adecuarse a las características propias de los entornos.

El primer punto es hacer anotar que un lugar físico no determina un espacio; comprender que el espacio, no va unido al tiempo, ni a la presencialidad o habitabilidad, sino que se determina a partir de una situación, un sitio común. Podemos hablar de *eluniversal.com.mx* o *taringa.com*, son espacios que no dependen del tiempo (*stricto sensu*), por las propias capacidades asincrónicas que los componen, la reticularidad les permite existir para muchos sin ser presenciales, la digitalización les permite traducirse en instantes y existir como espacio para más usuarios, la distalidad que les facilita el contacto, volviéndose internacionales y no sólo nacionales (hoy más que nunca los periódicos son nacionales). Los sitios se generan más allá de la presencialidad y la habitabilidad.

Estas características propias de los entornos virtuales, modifican, posibilitan o habilitan distintas interacciones propias de espacios que son inhabitables, pero que generan reacciones, incidencias y afectaciones en las vidas de sus usuarios, efectos que a su vez lo llevarán a responder, a interactuar. “El ser humano no sólo es producto de la adaptación al medio, sino que interactúa con ese medio, modificándolo en función de sus propias necesidades” (Ortega y Gasset en Echeverría 1999, 37).

Es en esta capacidad donde se erige una de las más importantes aseveraciones consensuadas: Internet es un espacio en el que se gesta cultura (Gálvez Mozo 2006, 32). De ahí surgen muchas afirmaciones que a falta de sustento han ido cayendo por su propio peso. Una de ellas es la ya tradicional frase: “Detrás de la computadora puede estar un perro” que Galvés Mozo (2006) combate explicando que Savick (1996), Dietrichv (1997), Shaw(1997), Zickmund (1997), Poster (1998), Burkhakter (1999) y Obrien (1999) ya habían demostrado que la identidad se mantiene en los usuarios de Internet, que la experimentación para el cambio de identidades era menor, además de poder rastrear las verdaderas a través de los discursos.

Lo que en verdad se da es un “**posicionamiento**”, que serían los cambios de vestuarios en Goffman. La gran diferencia está dada por las características propias de la tecnología, pues se pueden mantener muchas posiciones al mismo tiempo: una con quien platicas en el chat, otra al contestar a un amigo en *Facebook*, una más al escribir un correo al jefe, aún otra al comentar un video en *YouTube*. Incluso los cambios se pueden dar en una misma conversación. Las posiciones son sumamente flexibles, a diferencia de las identidades.

A esta investigación concierne observar las posiciones que se generan a partir de propuestas discriminatorias, en este caso algunos videos en *YouTube*. Pero, antes de continuar con la explicación amplia de la plataforma, debe atenderse qué es la discriminación y cómo funciona ésta en los entornos virtuales.

CAPÍTULO II

DISCRIMINACIÓN EN ENTORNOS VIRTUALES

Un lugar común al hablar de la discriminación en entornos virtuales es hablar de las víctimas de actos discriminatorios en la red. Sin embargo, pocas veces se toma las precauciones para definir el fenómeno de la discriminación de manera operativa con la finalidad de poder utilizar el concepto y sus indicadores para acercarse a un tipo de interacciones determinadas.

A lo largo de capítulo se intentará mostrar la profundidad del fenómeno y la inferencia que puede lograr en las interacciones que se presentan en entornos virtuales, ya que el objetivo de esta investigación atiende a las interacciones generadas a partir de cierto tipo de contenidos y no en la existencia o no de la discriminación en dichos contenidos. Se da por sentado que existen ciertos contenidos discriminatorios, aunque se asume que son una minoría.

Entonces se dará paso a una breve reseña de lo que puede entenderse como discriminación.

2.1 Qué es la discriminación

Carlos Belvedere comenzó uno de sus libros así:

Un día el cazador entró en el bosque y dijo: “Hoy voy a matar a todos los animales que tienen cola”. Y el sapo, con su gran boca, comenzó a reírse a carcajadas: “¡Ja, ja, ja!”. A la mañana siguiente, el cazador anunció: “Hoy voy a matar a todos los animales que tienen alas”. Y nuevamente el sapo se

puso a reír. Hasta que una vez el cazador comentó “Hoy voy a matar a todos los animales que tienen boca grande”. Y el sapo, frunciendo los labios, exclamó: “Pobrecitos los cocodrilos”. (2002, 13)

Una sonrisa parece ser la mejor forma de entrar en este tema. Sobre todo, cuando es tan gráfica y permite adentrarse en el problema.

Cuando se habla de discriminación, muchas veces se asume que existe un consenso claro sobre el fenómeno. Tanto así que muchos acuerdos internacionales velan por el derecho a no ser discriminados, entre ellos la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948)¹⁹, los firmados en Naciones Unidas y de otros organismos internacionales²⁰.

Sin embargo, hoy por hoy, el concepto de discriminación no es claro aún, de hecho, se mantienen debates abiertos al respecto. Por ejemplo, durante abril de 2010, se litigaba el caso *Christian Legal Society vs. Martinez* (*New York Times*, 18/04/2010).

La *Christian Legal Society* (CLS, por sus siglas en inglés), es una organización nacional estadounidense compuesta por abogados, líderes políticos y estudiantes. Ésta, forma células al interior de algunas universidades buscando promover sus creencias y acercarse a aquellos que podrían ser sus cuadros políticos en un futuro.

Esta asociación estudiantil desde 2006 ha buscado el reconocimiento de la *Hastings College of the Law*, la escuela de leyes de la Universidad de California, con la finalidad de tener derecho a usar las instalaciones y acceder a recursos económicos otorgados por la universidad, tal como lo hacen otros colectivos dentro de la institución, para realizar actividades.

¹⁹ Proclamada el 10 de diciembre de 1948 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, como se mencionó ya, apelaba por la igualdad de los seres humanos desde el artículo primero. En el segundo artículo enfatizaba que todos tienen los derechos y libertades en ella inscritos e impedía que se hicieran distinciones por condiciones políticas. Pero en el capítulo séptimo hizo patente la “protección contra toda discriminación [...] y contra toda provocación a tal discriminación”.

²⁰ Todos los documentos pueden ser consultados, junto con un análisis detallado en el texto de Miguel Carbonell (2006)

Pero la CLS se niega a firmar el acuerdo contra la discriminación, ya que de aceptarlo implicaría permitir el acceso a personas que profesen otra religión y a personas con orientaciones sexuales distintas a la heterosexual. Ellos defienden su “derecho a discriminar”, toda vez que aseguran, no existe razón por la cual una persona que no profesa sus creencias (dato que constatan con la firma de su estatuto, donde hacen patente que se debe creer en sus postulados) quiera incorporarse a sus filas. Si permitieran la entrada de personas opuestas a sus creencias, arguyen, se correría el riesgo de perder el control de la organización en manos de grupos adversos a ellos que se incluirían en la agrupación para cambiar sus preceptos y romper así con sus creencias, violando su derecho a la libre expresión y libertad religiosa consagrados en la primera enmienda.

Por otro lado, la Universidad de California, representada por Leo Martinez, asegura que no coarta esos derechos, ya que no impide su organización y sus actividades, pero que de acuerdo a las leyes de California, la universidad no puede brindar espacios dentro del campus o recursos económicos a organizaciones que discriminen por raza, religión, origen nacional u orientación sexual, entre otros, ya que recibe, dinero público.

En entrevista con Tim O'brien (16/04/2010)²¹, Martinez argumentaba que una universidad pública no podía decirle “Oh, te admitimos. Pero, por cierto, hay ciertos grupos en los que no eres bienvenido” que además cuentan con el apoyo financiero de la universidad.

Ante la pregunta de O'brien sobre si un musulmán debe tener acceso a una liga contra la difamación contra los judíos, Martinez respondió que sí. ¿Y a un supremacista blanco en un grupo pro defensa de negros –continúa O'brien–? También –responde Martinez–... por lo cual con el régimen de excepción (en defensa de las creencias, propuesto por CLS) estaríamos obligados a subsidiar a cualquier otro grupo con prácticas discriminatorias también.

²¹ En Religion and Ethics, News Weekly consultado el 30 de Abril de 2010
(<http://www.pbs.org/wnet/religionandethics/episodes/april-16-2010/christian-legal-society-v-martinez/6109/>)

Finalmente, la Suprema Corte de los Estados Unidos resolvió que la Universidad tenía la razón toda vez que es una escuela pública, que ninguna agrupación estudiantil con estatus oficial tiene permitido discriminar o excluir y que las organizaciones que aspiraran a obtener reconocimiento oficial debían firmar el acta contra la discriminación. Esto en su sentencia número 08-1371 del 28 de junio de 2010.

Con este largo ejemplo, se puede asentar que el asunto de la discriminación es un tema inacabado que aún tiene muchos elementos por discutir. Ni siquiera se puede afirmar que la discriminación sea una conducta inaceptable en las sociedades. Tanto así que para muchos investigadores en asuntos de discriminación como Jesús Rodríguez Zepeda, Carlos Belvedere, Gilberto Rincón Gallardo, Juan María Alponde, Pedro Salazar Ugalde y Rodrigo Gutiérrez Rivas, entre otros, plantear una definición operativa del término se ha convertido en tarea primordial.

Existen definiciones legales en diferentes marcos jurídicos nacionales, como en el caso de México que desde 2001 incorpora una definición de discriminación en el artículo cuatro de la Ley federal para prevenir y eliminar la discriminación: “toda distinción, exclusión o restricción que, basada en el origen étnico o nacional, sexo, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra, tenga por efecto impedir o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades de las personas. También se entenderá como discriminación la xenofobia y el antisemitismo en cualquiera de sus manifestaciones.”

Sin embargo, estas definiciones siempre resultan poco operativas al momento de la investigación, aunque se debe reconocer que existen ejes centrales derivados de estudios sobre discriminación que realizaron expertos en el ramo, coordinados por Gilberto Rincón Gallardo, y se lograron incluir en esta ley.

Para comenzar un trazo del concepto discriminación²², debemos destacar sus transformaciones a lo largo de la historia. El Diccionario en línea de la Real Academia de la Lengua Española (2010) le brinda dos acepciones a la acción discriminar: 1. Seleccionar excluyendo y 2. Dar trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, etc. Lo mismo sucede con el término en inglés²³. La primera acepción se refiere al hecho de separar o distinguir sin ninguna valoración axiológica, mientras que en el segundo caso se manifiesta un claro sentido social en la definición.

Jesús Rodríguez Zepeda hace un recorrido sobre la definición del concepto. La primera anotación que realiza es la diferenciación entre las dos acepciones primordiales de la discriminación, pues advierte que la primera forma lexical de la palabra puede ser utilizada para justificar acciones con alguna orientación axial (2006, 22).

Con respecto a la segunda connotación del concepto, Rodríguez Zepeda afirma su sentido político. “[Un] componente social y político parece avizorarse cuando vemos aparecer la referencia a una “relación entre personas”, y para ser más precisos, una “relación asimétrica entre personas”. En la segunda acepción, la discriminación implica “un trato de inferioridad y una diferenciación por motivos como la raza o la religión” (2006, 22).

Lo anterior nos permite acercarnos a una definición más amplia que permita analizar el fenómeno, pues alude al resultado de una relación y sus consecuencias; la importancia de estas últimas es destacada por Rodríguez Zepeda en su definición: “la discriminación es una conducta, culturalmente fundada, y sistemática y socialmente extendida, de desprecio contra una persona o grupo de personas sobre la base de un prejuicio negativo o un estigma relacionado con una desventaja inmerecida, y que tiene por efecto (intencional o no) dañar sus derechos y libertades fundamentales.” (2006, 26).

²² Del latín *discriminatio*, -onis

²³ Consultado en el Online Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2010)

Dicha definición es más amplia que otras que han sido llevadas al terreno social, se menciona que la discriminación “es una conducta sistemáticamente injusta y desigual contra un grupo humano determinado. Discriminar consiste en privarle a un grupo humano de los mismos derechos que disfrutaban otros.” (Marchant 2004).

En este mismo sentido, Gilberto Rincón Gallardo (2001, 21-22) en un primer acercamiento a la definición de discriminación aseguraba que es “un trato diferenciado que daña la dignidad humana aun cuando se esconda tras el respeto formal de las libertades y la igualdad legal o política. [...] alimentado por el desprecio hacia personas o grupos”, a lo que añadiría en otros de los abundantes textos que escribió al respecto, “basado en algún(os) prejuicio(s)”.

Así, la definición de Rodríguez Zepeda parece ser una de las definiciones técnicas que más ha trabajado el contexto histórico de la discriminación, además de considerar y reconocer el sentido axial del concepto; así como las consecuencias como parte fundamental del fenómeno, mismas que están inmersas necesariamente en el terreno jurídico al reconocer a las personas como sujetos de derechos supranacionales o supra estatales.

Sin embargo, el proceder de Rodríguez Zepeda, abunda en la construcción jurídica, privilegiando la noción de los derechos y libertades civiles, y deja de lado el tratamiento cultural y social del término.

Belvedere, desde la noción sociológica, sostiene que:

la discriminación social es la exclusión legitimada y/o institucionalizada basada en un estereotipo que naturaliza una identidad social mediante la sutura entorno de rasgos particulares a los cuales se les adscriben dogmáticamente como indisociables características negativas que no le son necesarias (2002, 35).

Se entiende que Rodríguez Zepeda realice la acotación en cuanto a los derechos con el fin de excluir otras prácticas de la discriminación *per se*. Pero dicho acotamiento menoscaba la intención de entender o inscribir a la discriminación en el terreno social y cultural.

Es necesario recurrir a la noción de poder de Michel Foucault, cuando habla del subpoder, "una trama de poder microscópico, capilar". Dicho poder no se refiere al poder político, ni al de los aparatos de Estado, ni siquiera al de una clase privilegiada. Se refiere al "conjunto de pequeños poderes e instituciones situadas en un nivel más bajo. No existe un poder; en la sociedad se dan múltiples relaciones de autoridad situadas en distintos niveles, apoyándose mutuamente y manifestándose de manera sutil" (Antroposmoderno 2004)²⁴.

Desde esta noción el aspecto legal puede pasar a segundo término. El acceso y protección de los derechos son sin duda tarea del Estado. Pero la discriminación, no puede contener en su definición la apelación a su antónimo "el derecho a la no-discriminación".

Lo importante es saber ¿quién discrimina? O mejor dicho ¿quién no discrimina? A esto Belvedere (2002, 39) asegura que no es a la persona en sí misma a quien se discrimina sino al *tipo ideal*, al símbolo, a lo que representa. Hablar de personas en una definición sociológica y técnica permite llevar a buen término esta investigación, pero no puede medir o calcular el *desprecio* que siente una persona por otra, como lo solicita Rodríguez Zepeda, en todo caso se puede medir a partir de percepciones. Así, cuando se habla de discriminación sería más efectivo medir la exclusión²⁵ que resulta de ella, en tanto que se puedan ubicar los símbolos objeto de calificaciones negativas, que la colectividad legítima.

²⁴ Este fenómeno ha sido abordado desde dos relaciones: 1) Contrato - opresión, de tipo jurídico, con fundamento en la legitimidad o ilegitimidad del poder, y 2) Dominación - represión, presentada en términos de lucha - sumisión. El poder no se puede reducir al de la soberanía, ya que entre los individuos se tejen relaciones de autoridad, de poder, que al final logran generar una retícula que da paso al poder soberano, que le permiten existir y funcionar: "El hombre no es el representante del Estado para la mujer. Para que el Estado funcione como funciona es necesario que haya del hombre a la mujer o del adulto al niño relaciones de dominación bien específicas que tienen su configuración propia y su relativa autonomía". El poder se construye y funciona a partir de otros poderes, de los efectos de éstos. Las relaciones de poder se dan en la familia en la pareja, en el trabajo, etc.

²⁵ Se debe agregar que por exclusión se entenderá el proceso multidimensional y multifactorial por el cual una persona o grupo es impedida en el ejercicio de su ciudadanía y es así sometida a permanecer en una situación de desventaja en cualquier ámbito de su desarrollo, ya sea profesional, económico, político, social, etc. A través del trabajo coordinado por Manuel Hernández Pedreño (2008) y sobre todo a partir del seguimiento que hace del concepto en el primer capítulo del texto, desde su origen sociológico hasta los concesos conceptuales a los que se han llegado con respecto al término, reconociendo que está inacabada su construcción, se propone este acercamiento que no pretende convertirse en definición, sino volver operativa esta investigación.

Ahora, las dos definiciones tienen elementos que pueden sintetizarse, lo primero es que ambas reconocen que es un fenómeno ampliamente extendido, toda vez que está inserta en la cultura y que la sociedad legitima dichas conductas. Se atribuye también a la discriminación es su dimensión cultural, permitiendo así extenderse entre la sociedad. Para efectos de la investigación se entenderá cultura como “el conjunto de símbolos, normas, creencias, ideales, costumbres, mitos y rituales que se transmiten de generación en generación, otorgando identidad a los miembros de una comunidad y que orienta, guía y da significado a sus distintos quehaceres sociales” (Peschard 1995, 9)²⁶.

Así, la cultura es la que determina el proceder de cada sociedad, por tanto, es la que legitima, incluso hasta la institucionalización, cualquier conducta de la colectividad, sin menospreciar la continua transformación al interior del sistema simbólico y la lucha entre los diferentes grupos y culturas al interior de la sociedad. Pues como dejaría suponer Levi Strauss a lo largo de su obra, ninguna persona cuenta con la cultura *per se*, sólo en la colectividad se encuentra.

Esta culturalización y socialización de la discriminación puede abordarse desde los estudios antropológicos y otros estudios que afirman que el ser humano se ha construido a partir del *otro*.

Ryszard Kapuscinsky explica la relación con el *otro* (2007), al responder la pregunta sobre las posibilidades que existen al encontrarse con un extraño, es decir, al encontrarse con el *otro*. Dice que el ser humano tiene tres alternativas: Ser indiferente, luchar contra él o dialogar con el *otro* para conocerlo, pues se sospecha un origen divino. Este momento de encuentro lo llama el “acontecimiento”, debido a que la cultura determina en gran medida la forma en que se relacionará la persona con la otredad.

²⁶ No se desea hacer con esto un reduccionismo de la amplísima discusión con respecto a qué es cultura. Es notorio que la definición no atiende a ninguno de los más estudiosos del tema. Se entiende que, siguiendo a Levi-Strauss y a sus críticos, como Geertz, la cultura es un sistema simbólico, lo que incluiría a las creencias, normas, ideales, costumbres, mitos y rituales en sí mismo, a través de los cuales se configura una sociedad, se pueda interpretar o no, desde la mirada de otra o incluyéndose en ella. Y siguiendo a la Teoría crítica, tampoco se intenta omitir la importancia de lo material y la historicidad, para la conformación de la misma.

Para Morris Berman, siguiendo la tendencia actual de la antropología que reconoce lo siguiente, afirma que las sociedades responden ante su realidad de tres maneras diferentes. El embotamiento, que podría sintetizarse en la indiferencia ante el entorno; el complejo de autoridad sagrada que significa ver al mundo de manera axial (dualidades radicales) que parte de la confrontación entre dos posiciones extremas; y la conciencia paradójica donde existe cierta naturalidad con el *otro*, donde no existen claras diferencias entre el *otro* y el yo o *sí mismo*²⁷.

En otras palabras tanto la versión de Kapuscinsky y Berman coinciden en ver tres formas de relación con la otredad, muy parecidas entre ellas. Pero además, esto se puede rastrear en un sin número de autores. Por ejemplo, cuando Roger Bastide en *Las Américas Negras* (1974 en Alponete 2005, 67) muestra que los negros brasileños, procedentes de diferentes naciones africanas para ser esclavos, no se ensimismaron ante la diferencia de los “otros”, por el contrario asimilaron a los mulatos, mestizos, indios e, incluso, europeos. Esta ósmosis cultural, en definitiva corresponde a una concepción de la realidad distinta, que podría ejemplificarse, continuando con Berman y Kapuscinski, como conciencia paradójica que les permitía no sentir como amenaza lo diferente.

En cambio aquellos que se reusaban a aceptar su esclavitud y nunca se asimilaron fueron los islámicos, como lo apuntaría Freyre desde antes (1952 en Alponete 2005, 72), ya que la construcción islámica responde más a una respuesta axial (cultural). Nunca se adaptaron a las nuevas condiciones, donde eran vistos como inferiores, por otra cultura que también basada su relación con el *otro* de manera axial.

Las sociedades occidentales y en general las comunidades numerosas han utilizado las últimas dos respuestas cada vez más, el embotamiento y la autoridad sagrada según Berman, fortaleciéndose con la instauración de monoteísmo y la construcción de la individualidad, que logra su máximo apogeo en la modernidad

²⁷ Síntesis realizada a partir del trabajo del propio Morris Berman, pero fundamentalmente del estudio de su obra de Jorge Márquez intitulada *Cuerpo, espíritu y embotamiento* (2009).

(Márquez Muñoz 2009). Esta ruptura logró aumentar la brecha entre el *otro* y el *sí mismo*.

La tragedia, diría Juan María Alponete (2005, 62), con respecto a esta forma de interactuar con la otredad, es que se ve a la diferencia como un “valor” y no como “encuentro”.²⁸ Un valor que posiciona por encima del *otro*, que se cultiva desde la crianza y estructura a la sociedad, enfatizando las diferencias y promueve la competitividad promoviendo discursos axiales, o más bien maniqueos, donde lo diferente se vuelve enemigo o inferior.

Márquez (2009) ejemplifica el distanciamiento del *sí mismo* de los *otros* con el aumento en la producción de los espejos que se dio en el siglo XVI, cuando el artefacto se convirtió en un elemento esencial de la vestimenta, y cuando hasta los libros contaban con uno. Bajo el Modelo Italiano, nombre que retoma de Berman para referirse a la forma de pensar axial y embotada, el trato a los animales cambia considerablemente por el mismo efecto de diferenciación entre el *yo* y el *otro*, de convivir en la ciudades pasan a ser objetos irracionales que no merecen ser objeto de castigos humanos, pero tampoco parte de las urbes.²⁹

²⁸ Con esto no se sugiere en ningún sentido una justificación a la esclavitud, ni mucho menos.

²⁹ En este contexto, siguiendo al autor, surge también el control como pieza fundamental de lo que se constituirá como el pensamiento moderno, el cual implica un *aumento progresivo de la vergüenza*, sobre todo de lo que parece mundano o natural, de lo corpóreo. El reflejo que se produce ante la diferenciación es la autoconsciencia, la autoobservación y una autopercepción más aislada. “Durante el proceso de civilización, las clases educadas de Europa aprendían en sus cuerpos el fenómeno del desapego y la autoobservación. Newton, Copérnico y Galileo, no podrían haber aparecido o sido comprensibles en una cultura que no tenía ese aprendizaje” (Márquez 2008, 73). Así, los procesos económicos, técnicos y científicos adquirirían más relevancia, donde lo mágico, lo místico y lo sensorial, pese a haber influido en el proceso inicial (origen mítico de la ciencia), se vuelven inaceptables. El mecanicismo triunfaba y la visión del mundo como una máquina (primero un reloj, ahora una computadora) se imponía al mismo tiempo que el temor y la angustia se convertían en materia de ocultamiento, había que lidiar con las sensaciones.

Incluso la crianza, expone Márquez, fue modificada en esta etapa. El concepto de familia pasó de ser un grupo de treinta miembros que incluían la familia extendida a unos cuantos que constituían la familia nuclear. Las mujeres perdieron poder al perderse el vínculo vernáculo del género. La profesionalización de las madres fue casi absoluta para entonces. Los adultos se convirtieron en supervisores y disciplinadores de los menores. La ropa de los más pequeños comenzó a variar para remarcar la diferencia. La supervisión se intensificó en pos del autocontrol a tal punto que en las universidades se imponían severos castigos físicos hasta que incluso hacían sangrar a los alumnos. Las expresiones corporales comenzaron a ser menos, lo visual comenzó a reemplazar a lo corporal. Ejemplo de esto fue la novedosa creación del espacio específico del dormir: durante el Medioevo las camas se encontraban por toda la casa y durante esta época las camas comenzaron a pertenecer a un espacio privado, la recámara. En este mismo sentido, los niños comenzaron a criarse en cunas y de ser posible, en habitaciones diferentes a las de los padres (2008, 80).

La configuración de las sociedades occidentales va privilegiando la diferenciación, rescatando el *valor* de ser diferente, la diferencia como prestigio se puede ganar, deja de ser dada, divina o natural y así es como se fortalece la competitividad.

Gilles Lipovetsky (2006, 64) asegura que cada vez más personas se obsesionan por el culto a la personalidad, el *yo* exagera su deseo de revelar su ser verdadero o auténtico. No mostrar la personalidad se vuelve sinónimo de frialdad y anonimato. Sin embargo el culto a la personalidad no se traduce en explosividad, por el contrario el auto-control y la discreción reinan en la relación con el *otro*.

Y su principal temor es todo lo que queda fuera de él, lo extraño, al *otro*. Teme y odia lo *otro*, haciendo notar la distancia que existe entre ellos. Lo que predomina hoy es el valor de la diferencia basada en el egoísmo y no el respeto a la diferencia en convivencia. Es así como la discriminación obtiene su dimensión cultural ampliamente socializada.

Así es como se ha socializado el valor de la diferencia, en tanto “me separa del *otro*” a través de la modernidad, haciendo notar que es poco probable apelar a una calidad moral con respecto al fenómeno de la discriminación. Hablar de discriminados y discriminadores, sería negar que se trata de un acto de voluntad, ampliamente difundido que se adhiere al elemento reticular del poder, legitimando de esta manera las acciones discriminatorias.

El fenómeno cultural que es la discriminación debe utilizar herramientas o facilitadores que permiten su reproducción. De ahí que Rodríguez Zepeda mencione al prejuicio y el estigma, Belvedere mencione el estereotipo.

Así, se debe acudir en primera instancia a un clásico en el tema Gordon W. Allport (1962) en su *Naturaleza del Prejuicio*, donde toma una postura axiológica, que no moral, afirmando que se trata de “una actitud hostil o prevenida hacia una persona que pertenece a un grupo, simplemente porque pertenece a ese grupo, suponiéndose por lo tanto que posee las cualidades objetables atribuidas al grupo.” (Allport 1962, 22) y lo completa con una definición de W. Ackerman y M. Jahoda: “El prejuicio es una pauta de hostilidad en las relaciones interpersonales

que se dirige contra un grupo entero o contra sus miembros individuales; cumple una función irracional específica para quien lo sustenta.” (Allport 1962, 27)

Esta definición se acerca a la categoría de discriminación propuesta por Rodríguez Zepeda; menciona la existencia de un grupo con características determinadas, una actitud, un desprecio y una desventaja. La claridad del concepto hace enfático el carácter axiológico negativo del prejuicio de Rodríguez Zepeda, dentro de la definición técnica de la discriminación reduciendo la ambigüedad con respecto a la categoría del prejuicio.

Los prejuicios, argumenta Allport, además de estar arraigados severamente en las personas, debido a que permiten la estructuración de su convivencia, son generalizados en su mayoría. Explica a partir de otras investigaciones que aquellas personas que esgrimen prejuicios en su convivencia, no lo hacen hacia un grupo en particular sino con todos aquellos grupos que difieren de su propia configuración social. Convirtiéndose así en una forma de cognición del mundo o del entorno.

Si bien Allport reconoce que existen momentos o situaciones que logran exaltar los prejuicios a través de expresiones verbales, la evasión, la negación de derechos, el ataque físico y el exterminio; también advierte que “el prejuicio es básicamente un rasgo de la personalidad. Cuando echa raíces en una vida, crece como una unidad. El objetivo específico del prejuicio es relativamente inmaterial. Lo que ocurre es que la vida síquica entera está afectada; la hostilidad y el miedo son sistemáticos.” (Allport 1962, 92)

Allport, (Whitley y Kite 2006) afirman que el comportamiento en torno a los prejuicios negativos, si bien se puede dar a un grupo en específico por alguna experiencia específica, muchas veces atiende a un tipo de comportamiento generalizado con respecto a lo diferente, la otredad.

Son precisamente Whitley y Kite (2006, 4-11) quienes definen al estereotipo como la imagen que se crea en cada uno con respecto a un grupo de personas, lo que da lugar al prejuicio posteriormente y finalmente puede convertirse en

discriminación, toda vez que, como advertía Rodríguez Zepeda (2006) se traduce en la restricción de derechos y libertades fundamentales. Y vemos también de esta forma que el estereotipo, del que habla Belvedere, tiene su propia relación con el prejuicio. No puede hablarse de prejuicio sin hacer referencia a un estereotipo, pero el concepto de prejuicio contiene en sí mismo los conceptos de miedo y rechazo a la otredad que facilitan la comprensión del fenómeno de la discriminación.

En tercer lugar se encuentra la definición de estigma, que utilizó por primera vez Emile Durkheim (1895), pero que fue teorizado por Erving Goffman en 1963 (1998). Si bien existe, como del prejuicio, una bibliografía amplia debe apuntarse la cercanía de esta categoría con la anterior. El estigma, que en principio significa marca, parte de la visibilidad que este tiene y de los juicios que de él pueden emanar.

En el fenómeno de la estigmatización, juegan dos elementos fundamentales: la dominación y el prejuicio. Los grupos dominantes o privilegiados esgrimen para reforzar y hacer notar en su status un cuerpo normativo, legitimado con una reglamentación jurídica o simplemente como tradición cultural, que les atribuye características superiores. De tal suerte que aquellos que no logran cumplir con las características propias del grupo dominante serán marcados y vistos como inferiores (Jones et. al. 1984 en Whitley y Kite 2006, 455).

La estigmatización de alguna característica, se relaciona más con la cultura que con la universalidad de la misma. “El estigma no implica tanto un conjunto de individuos concretos separables en dos grupos, los estigmatizados y los normales, como un penetrante proceso social de dos roles, al menos en ciertos contextos y en algunas fases de la vida. El normal y el estigmatizado nos son personas, sino, más bien, perspectivas, estas se generan en situaciones sociales durante contactos mixtos, en virtud de normas no verificadas que probablemente juegan en el encuentro.” (Goffman 1998, 160)

Los estigmatizados sólo tienen vigencia en cierto espacio y tiempo, dependiendo del contexto. El grupo estigmatizado o devaluado por las normas dominantes no siempre es una minoría, al contrario, en ocasiones una minoría puede estigmatizar a una mayoría numérica.

Dicho lo anterior, las tres categorías utilizadas son útiles, toda vez que el prejuicio hace referencia a una actitud hostil y una “creencia exacerbada” que se caracteriza por el desconocimiento, el estereotipo inscribe a las personas en un grupo de acuerdo a una imagen (generalmente prejuiciosa) construida en torno a ese grupo y el estigma es la marca que se impone ante las personas con un afán reduccionista que permite la dominación.

De esta forma se puede suponer que el fenómeno de la discriminación ocupa estas tres herramientas como base para sustentar la acción y le sirven para hacer funcionar el mecanismo que posibilita la socialización de la discriminación.

Estas categorías se adhieren a las personas o grupos para justificar o legitimar los actos discriminatorios vinculando, relacionando o suturando características inmerecidas o negativas que resultan en la exclusión y marginación de derechos, libertades y oportunidades, haciéndolas permanecer en una situación, ahora sí, de desventaja con respecto a otros, imposibilitando tener otra participación en la retícula del poder en el sometimiento.

Pero, una vez más, siempre que la discriminación es resultado de la cultura y se encuentra arraigada en el tejido social, determina muchas de las relaciones que entablamos con el *otro*, por lo tanto, es necesario entender, como lo hace Carlos Belvedere (2002), que no se trata de diferenciar a los discriminadores de los discriminados, por lo menos no para efectos de esta investigación. “En la mayoría de los casos, no existe el discriminador puro ni el discriminado total” (Belvedere 2002, 15).

Si bien es cierto que existe en determinados grupos una respuesta discriminatoria similar hacia todo aquello que queda fuera de *sí mismo*, es más preciso decir que muchas veces los discriminados son discriminadores en un afán de supervivencia

o defensa que les permita movilidad social, lo que hace difícil diferenciar a un grupo del otro. Si se insistiera en la diferenciación entre discriminadores y discriminados, se caería en un juego maniqueo entre buenos y malos (Belvedere 2002, 15) lo que implicaría una invalidación de la investigación toda vez que el autor del texto tendría que tomar una posición entre lo bueno y lo malo.

Por un lado, no se pretende enarbolar un discurso que privilegie la posición que atribuye la discriminación a un problema de acción o conducta individual, que al final aterrizaría en un marco jurídico que la impida o tienda a ello, pero tampoco aquel que pretende justificar las acciones discriminadoras. La discriminación en tanto fenómeno social, puede permear todas las interacciones de la sociedad, de ahí que se retome a Belvedere (2002) para explicar que “la discriminación constituye un sinnúmero de relaciones sociales” (2002, 17) donde discriminar no es el fin, sino el medio por el cual se pueden alcanzar diversos objetivos o finalidades dentro de la propia sociedad.

En este sentido Belvedere (2002, 15) sostiene que el trabajo sobre discriminación antes que atender a las personas en tanto individuos debe atender este fenómeno en torno a tipos ideales, creados en los grupos.

Cuando se aborda la discriminación de la que es objeto algún colectivo, se puede abordar desde la “santidad de la víctima” (Belvedere 2002, 24) o **acudir a los tipos que se persiguen en el grupo minoritario**: la historia, el simbolismo, las representaciones, el entorno. Habrá que apuntar, continuando con Belvedere, que la categoría de minoría no se refiere a una condición estadística sino a un colectivo que en una relación de poder, se encuentra subordinado a otro, y no necesariamente a su número de integrantes. Las categorías minoría y mayoría son cualitativas antes de que cuantitativas.

Así, se debe avanzar en la construcción de investigaciones operativas para utilizar las categorías de prejuicio, estereotipo, estigma y discriminación. Por ello se propone hacer uso de la siguiente definición operacional en esta investigación. **La discriminación es un mecanismo que busca perpetuar relaciones de poder;**

se hace visible como una conducta ampliamente socializada, de origen cultural, que impone a una persona o colectivo características inmerecidas e indisociables con base en un prejuicio, estereotipo o estigma que tiene por efecto (intencionalmente o no) excluir y marginar al afectado de derechos, libertades y oportunidades, que se objetiva en formas simbólicas.

Entiéndase por formas simbólicas un amplio campo de fenómenos significativos, desde las acciones, gestos y rituales, hasta los enunciados, los textos, los programas de televisión y las obras de arte (Thompson 1998).

Además, la discriminación adquiere diferentes formas que se entrelazan, mutan y disuelven entre ella. De ahí, que valga la pena dedicar algunas líneas a la caracterización del fenómeno, de acuerdo a su proceder.

2.2 Tipos grados y formas de la discriminación

El Grupo Intereconomía³⁰ en España, ha producido, reproducido y defendido ciertos materiales donde acusó y denostó al gobierno español por apoyar la causa LGBT. En los videos utilizan algunos fragmentos de videos de la Marcha del Orgullo LGBT en Madrid y se observan vistosos disfraces y algunas palabras como “perra” y “la religión te mata”, preguntan a la audiencia “¿esta es la sociedad que quieres?”, “¿Tienen derecho como Gallardón a apoyar esto con dinero público?”, “¿Quieres que sea esto ejemplo para tus hijos?” y concluye con el texto “¿Orgullosos... de qué?”. (*YouTube* 001, 03/07/2009) Junto con otro llamado Orgullo Gente Normal, donde se cuestionaba la “normalidad” del colectivo LGBT (*YouTube* 002, 22/07/2009).

³⁰ Grupo de comunicación multimedia con injerencia en 24 empresas de radio, televisión, internet, publicaciones, cine, editorial y agencia de noticias. Surge en 1995 con radio especializada en economía y finanzas, que diez años después, en 2005, incursionó en la televisión privada y a partir de este año, cubre la red nacional de forma abierta. Sus valores se basan en el “humanismo de raíces cristianas” (Grupo Intereconomía, 2008) y a través de sus promocionales se asumen “orgullosos de pertenecer a las derechas” (2010) y apuestan por defender los “valores occidentales” en el creciente mercado conservador (2008).

Este spot se difundió previo a la Semana por la Diversidad Sexual en España. Pero este video tuvo como antecedente que un año antes, en la televisión española, apareció un video de larga duración donde se atacaba la aprobación del matrimonio entre personas del mismo sexo con imágenes parecidas. En ese entonces se realizaron una serie de mesas de análisis y comentarios a lo largo de la programación de la cadena que produjo el video. Se discutían “Diez motivos para no estar orgullosos del orgullo gay” entre los argumentos los analistas aseguraban que no hay base biológica para la homosexualidad, que las expresiones pro gay desprecian a la familia y discriminan a la mayoría, que se desnaturaliza el concepto de matrimonio, que se minan los cimientos de la civilización y se violan los derechos del niño, ya que “lo que no pueden hacer es cargarse el derecho de todo niño a tener un padre y un madre”, decían (El país, 06/07/2008).

La pregunta que surgió fue si se trataba de un acto discriminatorio o sólo del ejercicio de la libertad de expresión. Intereconomía pudo mantener su material al aire, bajo la segunda justificación: su derecho a la libertad de expresión. Ante la presión de usuarios en *YouTube*, *Google Inc.* decidió eliminar dicho video y todas las versiones por considerarlo ofensivo. Se pueden buscar los *spots* en espacios de denuncia que han sido rescatados por agrupaciones pro Diversidad Sexual.

Está claro que no hubo ninguna agresión física contra el colectivo LGBT por parte de Intereconomía, ni se impidió el desarrollo de la marcha, ni se apeló al exterminio de personas con orientaciones sexuales distintas. Pero ello revela que se debe atender la construcción de un aparato que permita “medir” la discriminación.

Se deben identificar y destacar las tres dimensiones que comprende el mecanismo de la discriminación: Tipo, Grado y Forma

Para la primera dimensión habría que recurrir a la investigación de Manuel Cárdenas Castro intitulada: *La Medida Explícita e Implícita de las Actitudes hacia las personas homosexuales. Un estudio sobre prejuicio sexual* (2009).

Cárdenas Castro (2009, 2) parte de la diferencia entre actitudes implícitas y explícitas. Define actitudes, de acuerdo a Petty & Wegener, como evaluaciones generales, favorables o desfavorables, que las personas realizan sobre los objetos de su entorno.

Así, la actitud explícita serían aquellas opiniones y creencias directamente afirmadas o expresadas por los sujetos de forma pública. Mientras que las implícitas son evaluaciones automáticas que las personas realizan sobre los objetos de su entorno, dice Cárdenas Castro siguiendo a Bargh, Chaiken, Govender & Pratto (2009, 6).

Siempre que las actitudes explícitas son expresadas de manera pública, su recopilación es más sencilla, pues se pide a los sujetos una opinión y se recupera solamente lo vertido por el mismo. Mientras que para las implícitas debe perseguirse una huella en la memoria, derivada de su presentación repetida, que permite la asociación de un objeto y su evaluación, que se activa más tarde por la mera presencia del objeto (Cárdenas Castro 2009, 6).

Las actitudes implícitas son de origen desconocido para el sujeto y sólo se activan ante la presencia del objeto a evaluar. Para su formación requieren una cierta historia de presentaciones y evaluaciones previas. Y son cognoscibles a través de respuestas involuntarias del sujeto de acuerdo a Greenwald y Banaji. (2009, 7).

Cuando se pregunta por una opinión, generalmente se evalúa el contexto en que uno se encuentra con el fin de determinar cuál sería la respuesta más conveniente al cuestionamiento formulado, de tal suerte que si se quiere llegar a las actitudes implícitas se deben formular herramientas que no sean directas para generar interpretaciones más certeras.

Esto se puede observar en las Encuestas Nacionales sobre Discriminación (Enadis 2005 y 2010), elaboradas por la Secretaría de Desarrollo Social y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación y por el mismo CONAPRED y el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Ahí se ubican percepciones con respecto al fenómeno y en vez de preguntar si aceptas a una determinada

persona por pertenecer a un colectivo determinado, los encuestadores preguntaron ¿Qué persona no estarías dispuesto a permitir vivir en tu casa? La respuesta más negativa fue para los homosexuales en ambas, 48.4% en la primera y 42.4% en la segunda, seguidos de las personas que viven con VIH/sida y los extranjeros. Así pueden determinarse actitudes negativas.

En este sentido, la discriminación puede dividirse entre explícita e implícita.

La segunda segmentación que puede apuntarse es el Grado. Gordon W. Allport (Allport 1962, 29 y 67-85) sugirió una escala de gradación para las conductas “rechazantes”, dividiéndolas en cinco: Hablar mal, evitar el contacto, discriminación, ataque físico y exterminación. Esto lo hace porque reconoce que no siempre un prejuicio puede terminar en una acción violenta, por lo que establecer un tipo de respuesta con respecto a los prejuicios que se mantienen en el sujeto es importante.

De hecho, Allport (1962, 30) afirma que los ataques verbales de Hitler (hablar mal de los judíos) llevaron a los alemanes a una actitud negativa hacia ellos, por lo que comenzaron a evitar el contacto, luego entonces, los judíos fueron segregados a los guetos, negándoles con ello sus derechos civiles (discriminación) que más tarde derivaría en ataques físicos callejeros, y finalmente, en su exterminio en los campos de concentración.

- A) Hablar mal, se refiere a la acción que permite al sujeto emitir su opinión prejuiciada, sobre todo en círculos cercanos, Allport afirma que pocos pasarán de esto.
- B) Evitar el contacto, conlleva un prejuicio más intenso que hablar mal, pero mantiene el conflicto con el sujeto prejuicioso.
- C) La discriminación, siguiendo al mismo, es una exclusión de espacios a los que tendría derecho una persona. Allport incluye la segregación en esta categoría, siempre que es una exclusión institucionalizada.

D) El ataque físico, se genera ante una fuerte tensión a la que se ve sometido el sujeto prejuicioso, ante la impotencia se superar su propio prejuicio.

E) Y el exterminio se trata del asesinato hasta la finalidad de acabar con el grupo perjudicado.

Allport redujo esta escala a tres categorías eliminando “Evitar el contacto” y uniendo al ataque físico con el exterminio.

La escala que se comenta brinda luz sobre la pretendida gradación sobre el fenómeno. Sin embargo, existen algunas diferencias e impresiones atribuibles a la temporalidad del trabajo. Por ejemplo, cuando Allport explica y ejemplifica el primer grado o la conducta más tenue de rechazo, hablar mal, lo hace siempre retomando comunicaciones de uno a uno, pese a que el primer ejemplo que menciona sea el de Hitler dando un discurso. Los elementos más básicos sobre el discurso (qué se dice, quién lo dice, dónde lo dice, por qué lo dice, cómo lo dice, cuándo lo dice, por qué medio lo dice y para qué lo dice) son nulificados.

Si el comunicador de un medio, como Intereconomía, emite una opinión llena de prejuicios e incita al odio, sería fundamental preguntar todas las comandas. Sería iluso creer que es una opinión perjudiciada basada en la ignorancia del conductor, cuando toda la programación del corporativo mantiene los mismos argumentos y se repiten sin cesar. Entonces dicha expresión verbal, se constituye en parte de un mecanismo que tiene por objeto apelar al prejuicio cultural en contra de los homosexuales, ya sea con fines mercadológicos haciendo un guiño ante su audiencia mayoritaria (que se caracteriza por ser jubilados que se identifican con el conservadurismo, a decir del propio grupo) o para mantener su exclusión ante derechos civiles fundamentales.

Por lo anterior se constituye como una conducta discriminatoria, lo que presenta problemas a la definición de su categoría de discriminación, que ha quedado rebasada por el estudio que se ha dado en cincuenta años con respecto a la amplitud del concepto. La exclusión a la que apela Allport en su definición de discriminación, constituye, precisamente, los límites de la misma, pues se puede

excluir e impedir el acceso a los derechos fundamentales de un sin número de formas.

Finalmente excluir de su gradación la voluntad de “evitar el contacto” que ejecutan muchas personas, clásica respuesta embotada de la actualidad, imposibilita la lucha contra la exclusión discriminatoria que se ejerce contra muchos grupos y colectivos en la sociedad, como las personas en situación de calle, que sufren un ostracismo hasta su muerte.

Cada uno de los grados propuestos por Allport contiene en sí mismo la discriminación, en diferentes intensidades que, si bien no pueden equipararse, no se puede minimizar su efecto.

Sobre la forma, tercer elemento de estandarización, de la discriminación existe mucho más, debido a que ha sido esta la forma de trabajo que ha predominado por las organizaciones y el gobierno, para combatir conductas discriminatorias. Las distintas formas que adquiere la discriminación dependen del número de colectivos perjudicados, es decir casi todos dependiendo del contexto.

Sin embargo, existen formas de discriminación más generalizadas y con una amplia legitimación social. Se enlistarán las formas más comunes de discriminación³¹.

- a) Discriminación por género. (feminicidio, sexismo, violencia sexual contra la mujer, violencia intrafamiliar contra la mujer, etc.)
- b) Discriminación por orientación sexual. (homofobia, lesbofobia, transfobia, sexismo, crímenes de odio, etc.)
- c) Discriminación étnica (incluye al racismo y antisemitismo).
- d) Xenofobia.

³¹ Se limitará la bibliografía con respecto a cada una de las formas expuestas debido a la abundancia de la misma con respecto a cada tema en particular. Esta lista busca ejemplificar la diversificación de formas de discriminación que existen.

- e) Discriminación por edad. (Hacia personas de escasa, mediana o gran edad, e.i.: adultocentrismo, gerontofobia, etc.)
- f) Discriminación por discapacidad.
- g) Discriminación por religión, culto o creencias.
- h) Discriminación por identidad social.

Son estas las formas más acabadas teóricamente de discriminación, sin embargo, no son las únicas, por el contrario, apenas son un acercamiento. Cada una de ellas se desenvuelve en muchas otras formas y existen muchas otras que no están contempladas en éstas.

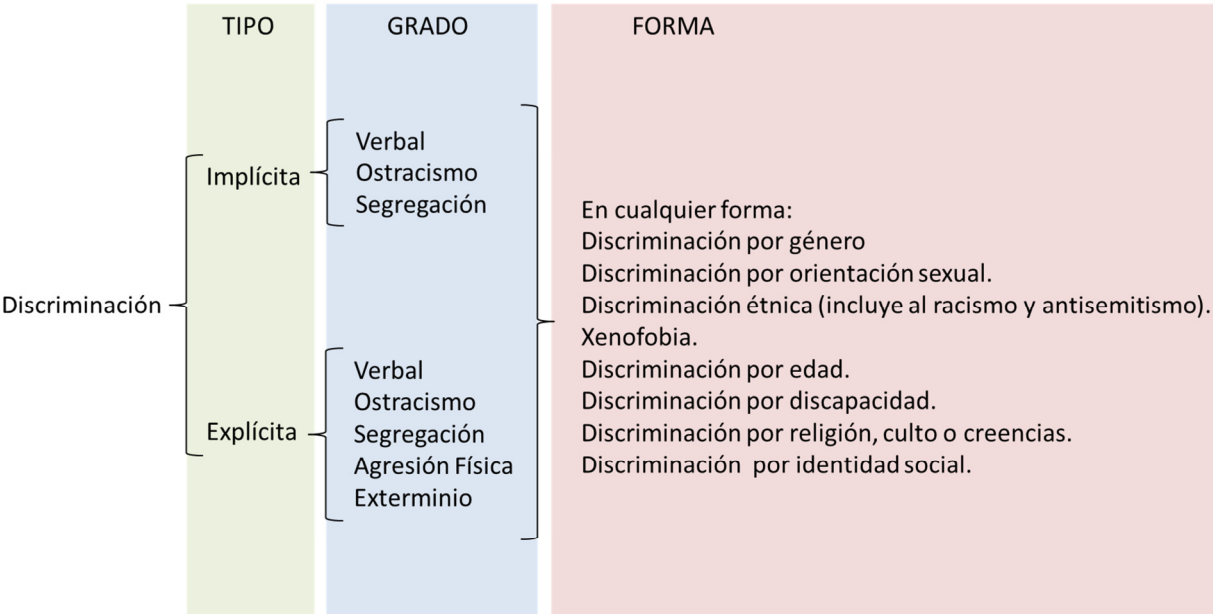
Las formas se entrelazan, mutan y disuelven entre ellas. El fenómeno de la discriminación es tan cercano al del poder que también es reticular. Las conductas discriminatorias se dan, toda vez que el individuo se quiere fortalecer a sí mismo, fortalecer su identidad: "su finalidad no es tanto exorcizar la alteridad, sino purificar la identidad" (Belvedere 2002, 77), por tanto, no son indispensables las diferencias sino los detalles que nos permiten diferenciarnos y marcar un sometimiento sobre el otro.

Las formas sirven para definir un campo de acción, pero no para explicar el fenómeno de la discriminación, ya que éstas se diluyen ante el lente teórico. La sociedad discrimina, en tanto fenómeno cultural que permite diferenciarnos para formalizar nuestra identidad, desgraciadamente esta diferenciación se hace de manera axial o con miedo.

Como ya se dijo, cuando se discrimina no se somete a Juan Pérez, se somete a todos los estereotipos que él representa a través de los prejuicios (Belvedere 2002, 69). Nadie es libre del fenómeno, la lucha es permanente, algunas veces para repeler las atribuciones impuestas y otras para descubrirnos marcado a los otros.

En esta investigación, se propone hacer una doble tipificación que intente hacer patentes las expresiones de la discriminación. La primer división sería la discriminación implícita que puede dividirse verbal, ostracismo y segregación. Y la segunda sería la discriminación explícita dividida a su vez en verbal, ostracismo, segregación, agresión física y exterminio.

Y dejar la gradación a la intensidad con que se consumó el acto discriminatorio estudiado. Es decir, establecer una escala con respecto a las consecuencias del acto. En resumen podría esquematizarse de la siguiente manera:



2.3 Discriminación en entornos virtuales

Cuando se habla de la discriminación en entornos virtuales, se debe recordar que en tanto entorno cumple con las características que permiten la interacción entre personas, generando actitudes y conductas propias de los actores involucrados, por tanto, no son irreales.

En Telépolis se puede observar la discriminación desde sus ventanas o involucrarse en ella. Por ejemplo la televisión, donde el lenguaje y las imágenes son las herramientas claras del mecanismo discriminatorio. En la televisión pública o privada, existen intereses de grupos de poder propietarios concesionarios, creadores de contenidos, clientes, etc. En tanto personas y sus intereses y debido a la verticalidad propia del medio, no se puede esperar más que inmovilidad, tiende a mantener el *staus quo*, de ahí que los prejuicios, estereotipos y estigmas sean difíciles de combatir; por ejemplo, la palabra “indio”, “vieja”, “naco” o “gringo” (Solis Ventura 2006, 64).

Estos grupos de poder pueden ejercer la discriminación sin hacerlo intencionalmente, dejando que los elementos culturales surjan, como lo describe en su trabajo la Dra. Joana Galleno (2010), quien explicó como en los periódicos a los hombres se les relaciona con acciones, mientras que a las mujeres con esencias adjetivadas: Él logró superar el record, ella es la reina de la natación, él dominó el escenario, ella es la *Tiger Woods* del golf.

Los grupos pueden ejercer intencionalmente el mecanismo para posicionar una convicción, como en el caso del Grupo Bimbo, de Roberto Servitje, quien en 2005 lanzó una fuerte contracampaña buscando la censura de algunos *spots* contra la homofobia en la Cd. de México, donde, según las organizaciones mediante las cuales presionó públicamente, se “atacaba a los heterosexuales” y “se ve como normal lo antinatural”. Dicha campaña inundó la televisión y otros medios electrónicos, donde se enarbolaba la “Naturaleza de La Familia”, además de una fuerte presión, sobre todo a las televisoras, bajo la amenaza de retirar su publicidad si los anuncios de Centro Nacional para la prevención y el control del VIH/sida (CENSIDA) y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación y (CONAPRED) salían al aire³².

³² Muchas notas se escribieron al respecto, entre ellas en La Jornada (Critican respaldo de Bimbo a la UNPF, 30 de junio de 2005). Uno de los comerciales contra la homofobia contenía el siguiente texto:

Mamá: Pues te ves muy enamorado mi hijito, ¿cuánto llevan?

Juan: cinco meses, mamá

Madre: ¿Y le gustó la idea de venir a cenar con la familia?

En el presente trabajo, se busca cuestionar este funcionamiento del mecanismo discriminatorio en las interacciones más horizontales que se presentan en Internet. De ahí que se haga un recorrido por Internet, buscando ejemplos de contenidos discriminatorios, ya sea resultado de una persona específica con megáfono o resultado de las interacciones de las personas, con el fin de hacer evidentes los tipos, grados y formas de las que se habló anteriormente.

Cabe aclarar que este recorrido no implica un juicio de valor hacia los contenidos y tampoco sirve como afirmación negativa sobre los usos o utilidades de la red. En Internet, en tanto extensión de la realidad social presencial, se pueden encontrar todo tipo de interacciones y contenidos resultado de ellas y aquellos que cuentan con algún sedimento de discriminación sólo parece ser reflejo proporcional (habrá que investigar más) de lo que ocurre en los entornos presenciales.

Escrito lo anterior, se procede a ejemplificar la discriminación en entornos virtuales.

La Fundación Wiesenthal (De Masi 2010) asegura que hay 10 mil sitios que fomentan el odio, de los cuales la mayoría se ubican en *Facebook*. Reconocen que es imparable el fenómeno debido a que transcurre más tiempo en que una autoridad retire el contenido, que en lo que otras personas replican el contenido en otros sitios, incitando al odio.

Se desconoce la metodología que utilizó el Centro Especializado en la Lucha contra el Anti-semitismo. Sin embargo, es previsible que la cifra se haya quedado corta. En general, la web ha sido fuente de denuncias constantes por su contenido. Las redes sociales como *YouTube* y *Facebook* han sido señaladas como el vehículo principal por el cual se distribuye la mayor cantidad de contenidos discriminatorios, e incluso, espacios a través de las cuales se orquestan agresiones físicas contra algunas personas y colectivos.

Juan: ¡Le encantó!, es más, preparó un postre que te va a encantar.

Madre: Espero que le guste lo que preparé, por cierto, ¿cómo dices que se llama?

Juan: Oscar, te acuerdas, se llama Oscar

Ejemplos de lo anterior son: “comomecaga” en *Fotolog* que dedicó un artículo semanal a la creación de contenidos que incitan al odio por diferentes grupos; canales como el “anticristo” en *YouTube* que produce constantemente videos *amateur* que sin excepción tienen por finalidad difamar e incitar al odio contra minorías; en *Facebook* los recurrentes grupos como “Yo también odio a los gays” o “Yo también odio a los judíos”.

Este tipo de espacios, tienen una finalidad muy específica o una intencionalidad amplia, que debiera analizarse caso por caso para evitar generalizaciones sin sentido, cosa que resulta imposible como esfuerzo personal pues la cantidad de recursos que se necesitan es importante.

Quizá es por esta última razón que los esfuerzos se han concentrado en los medios electrónicos de estructura vertical, pues su seguimiento es más sencillo (por lo menos metodológicamente) y porque su verticalidad permite intervenciones correctivas simples. Tal es el caso de los observatorios de radio y televisión en América Latina. Y un esfuerzo del Instituto Nacional contra la discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) en Argentina que inauguró un observatorio contra la discriminación en redes sociales (en Internet), sin embargo sólo atiende ante denuncias o escándalos mediáticos con respecto a contenidos específicos, empujando hacia la salida de contenidos discriminatorios en las redes sociales más comunes mediante mecanismos de denuncia y presión hacia los administradores de los sitios.

Explicando un poco el proceder, al teclear “Pinches Chinos” en *Facebook* (22 de octubre de 2010) estos son los primeros cinco resultados (sic):

- Grupo: “no jodas, pinches chinos maltraran a los animales.!!^{oo} D'!” (202 inscritos)
- Grupo: “pinches chinos” (3 inscritos)
- Grupo: “pinches chinos son una pinche plagaa” (45 inscritos)
- Grupo: “yo tmb odio a los chinos” (119 inscritos)

- Grupo: “Prefiero que ganen medallas los gringos a que gane alguna china!!!” (33 inscritos)

Entonces el observatorio denuncia y sacan de la nube estos grupos, pero como bien apuntan muchos, más tarda cualquier organización en realizar esta tarea que en replicarse los contenidos al interior, no sólo de las redes sociales, sino de todo Internet.

Luego, no es válida la pregunta sobre si la discriminación existe en Internet, sino cómo se reproduce. Qué oportunidades o herramientas ofrece la web, en sus muy diversos espacios, para la reproducción de esta conducta.

Siguiendo el formato generado con respecto al tipo, grado y forma en que se presenta la discriminación y las características de los entornos virtuales rescatadas por Echeverría, se puede argüir que existen ciertos grados de discriminatorios que no pueden presentarse en ellos.


La peculiaridad distal, digital (artificial) y representacional de los entornos virtuales, permite a los actores ejercer de manera un tanto más holgada acciones discriminatorias con escasa probabilidad de tener consecuencias en su vida presencial. Lo mismo aplica para las víctimas, puede ser que las acciones que se dan en los entornos virtuales tengan consecuencias emocionales o sociales importantes, pero no cabe la posibilidad (aún) de generar agresiones físicas dentro de los entornos virtuales.

Por ejemplo:

JAJAJAJA

DE: **2 C**

Usuari@ Anónim@ PARA: **La gorda de sabrina**

 Jajajajajajajajaja no mames pinche gorda nos cagas a to2 los del c osea no ma si te vas a pelear con aranza peleate sola x k eres tan perra todavia k eres una pinche vaca y no puedes pelear no mames gorda ya deja de tragar pareces cerda y luego te apesta el culo osea k asco me das ni cuando vas a jugar en vez de k t veas bien t ves mal ni puedes correr y no t tengo enviia pero k puta eres jajajaja recuerdo cuando carlos te corto el primer dia te pusiste a llorar y al menos nop me batean como a ti por ejemplo halan, carlos ,raul, juan carlos, cordero ,cristopher , jaja y elias jaja pinche gorda *como tu muchas como yo ninguna*

[COMENTAR](#)

ÚLTIMA RESPUESTA:

TU JEFA

DE: **Anónim@**

Usuari@ Anónim@ PARA: **los del c**

pinche bola de zorras antes no eran asi pero llego el sapo feo de jaimie y el horrible lleno de barros y gordo apestoso de mister been y se volvieron pendejas bueno solo les digo k no voy a malgastar mis palabras con ustedes
NOS TIENEN ENVIDIA A LAS DEL B
muerete de envidia

Miercoles, 26 de Mayo de 2010 | [REPORTAR](#)

Q POKA

DE: **algien**

Usuari@ Anónim@ PARA: **diana**

pinche bola de zorras antes no eran asi pero llego el sapo feo de jaimie y el horrible lleno de barros y gordo apestoso de mister been y se volvieron pendejas bueno solo les digo k no voy a malgastar mis palabras con ustedes

NOS TIENEN ENVIDIA A LAS DEL B

muerete de envidia

hay nena por donde empieso a yase con desirte q eres una zorra y una supet chismosa eee zorra por q andando con michel te besaste con makeda y no te a gas pinche mamona te haces la pinche niña buena onda la tranquila pero no eres de lo peor , ademas quiero q sepas q me caes de la patada a y ademas thu no te deverias de llamr diana thu nombre ideal seria ta tortuga pinche lenta.....

-yamuer

ete

que weva me das

 nches

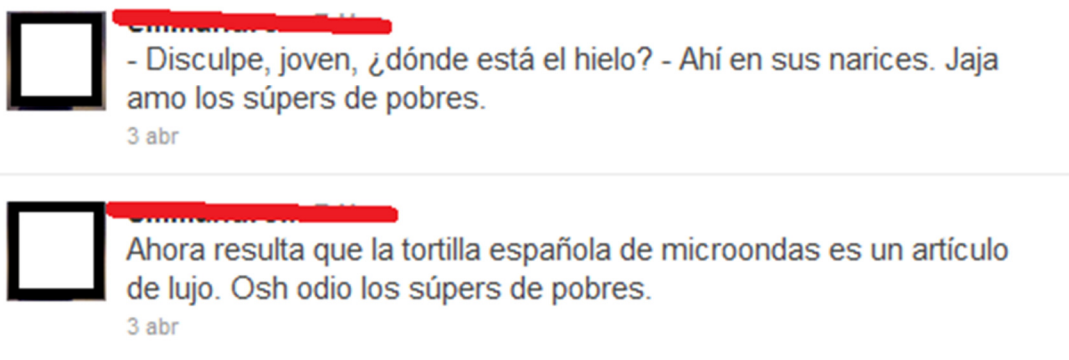
(Fuente: Lajaula.net)

En el gráfico anterior son evidentes las alusiones personales, entre compañeros que evidentemente conviven en un entorno presencial común (la escuela) y es altamente probable que estas conductas tengan repercusiones presenciales e incluso consecuencias físicas como pueden ser los enfrentamientos entre compañeros y definitivamente valdría una investigación sobre las repercusiones y los actores involucrados para entender la dinámica. Sin embargo, es claro que dichas palabras no constituyen una agresión física.

La distancia física entre los actores involucrados impide una agresión instantánea, lo mismo que la artificialidad del entorno lo impide y aunque existe una representación de los actores que logran concretar las acciones, el anonimato es fundamental en este entorno, lo que impide tener claro a los responsables de los actos (por lo menos con la información que se tiene).

Desde luego pueden darse consecuencias físicas, sin embargo, éstas ya no corresponderían al entorno virtual. Consecuencia de esto, la gradación antes presentada puede nulificar los dos últimos grados de lo que se ha llamado discriminación explícita.

La discriminación implícita y la explícita se pueden presentar en igualdad de condiciones. Pero, claro, la implícita es más difícil de conocer debido a la falta de rastreo, impedido por falta de elementos referenciales en muchas de las interacciones. Sin embargo, existe. En *Twitter*, por ejemplo:



(Fuente: *Twitter* [se protege la identidad del usuario])

Las aseveraciones generadas en estos microblogs denotan un prejuicio con respecto al estrato socio-económico de las personas, adjudicando características inamovibles a éstos. Pero no se hace de manera explícita y se contrasta con mensajes opuestos intentando matizar el discurso (el comentario de abajo se realizó primero).

El resto de los grados son plenamente visibles en el tercer entorno, en los dos ejemplos anteriores, nos enfrentamos a versiones verbales de diferentes tipos, pero también se da el ostracismo, cuando deliberadamente un foro evita a un participante por algún prejuicio y lo intenta disociar de la actividad en los diferentes entornos. O de manera implícita quienes bloquean a otros usuarios dentro de sus redes, sin razón explícita alguna pero con prejuicios marcados. De hecho esta actividad es lo más común en Internet y sus interacciones, toda vez que se ofrece como un paladín de la cultura horizontal: Se consume lo que se quiere consumir, uno discrimina entre personas como si se tratase de objetos dentro de las redes sociales.

Lo que Belvedere (2002) afirma con respecto a que esto es una práctica social aceptable y de hecho promovida, alejándose esta investigación de cualquier juicio de valor con respecto a la conducta.

Lo anterior va de la mano con la segregación, donde el mecanismo se relaciona más con el concepto de la exclusión. Debido a que muchas veces los procesos de segregación están relacionados al acceso y alfabetización digital de las personas, de tal suerte que se da de manera natural entre los usuarios.

En cuanto a las formas de discriminar, existe un sin número de ejemplos en cada uno de sus versiones: de género, étnica, xenofobia, edad, discapacidad, culto.

Pero más importante que las formas está la reticularidad de la red, que es una característica propicia para la reproducción de la discriminación, debido a que es en sí misma reticular en la sociedad, lo que implica una amplitud mayor en sus posibilidades de réplica.

De hecho, en los entornos virtuales son los contenidos los que generan el amalgamiento de los grupos. Los intereses determinan la creación de espacios comunes sin importar la distancia entre estas. Por ejemplo, las personas que se unieron a alguno de los grupos de *Facebook* antes mencionados, si bien podrían coincidir en el espacio habitable, lo que les permite la aglutinación es la capacidad distal y reticular de la red.

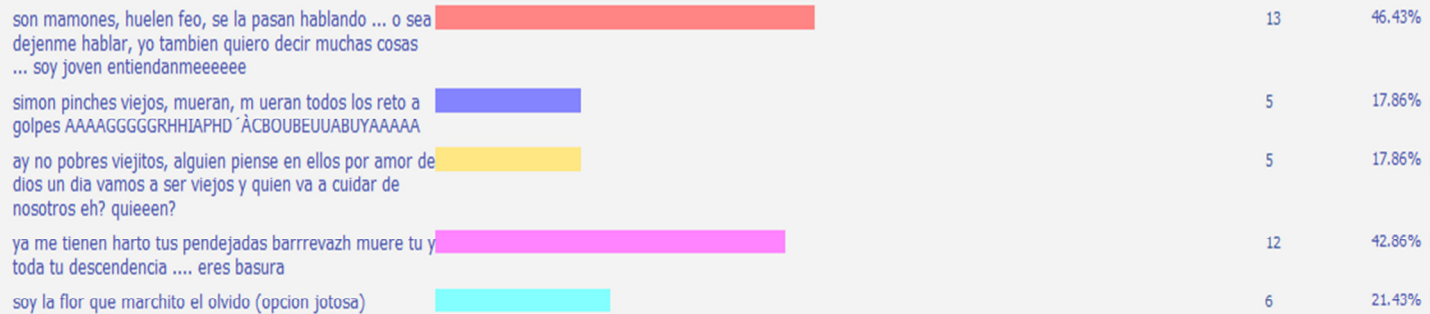
La discriminación en la web puede reproducirse en los diferentes entornos virtuales y gracias a la vinculación casi infinita que puede darse, los contenidos pueden llegar a cualquiera. Claro que las afinidades y relevancias, darán mayor peso a algunos contenidos o a otros.

Por ejemplo, aquí se encuentra una encuesta de un foro independiente, en el cual los votos se hacen a través de la cuenta de *Facebook*, de tal suerte que, si así lo decide el votante, la encuesta puede ser visible para todos sus amigos e incluso para los amigos de los amigos y lograr la difusión amplia del contenido:

Hola, estuve espiando tu computadora y aparte de tus fotos comprometedoras (oh, Facebook y Google, hay algo que no puedan hacer?), me dí cuenta de que supuestamente no estás **registrado** en Lé Foro, o tal vez no has entrado con tu cuenta. Qué penita, la neta. Y como **NO TE HAS REGISTRADO**, no puedes participar en las discusiones, y joder, con eso eres como un ciudadano de tercera en internet. Digamos, si tú y Osama Bin Laden se estuvieran quemando y yo sólo tuviera suficiente orina para apagar a uno de los dos, ps se la aventaría a Osama. Ya entendiste? El punto es, puedes ver todo el sitio, pero deberías **REGISTRARTE** si quieres participar, y desaparecer este mensaje.

Ver resultados: que piensas de los viejos decrepitos?

Sufragantes: 28. You may not vote on this poll



Multiple Choice Poll.

+ Responder

Mostrando resultados 1 a 14 de 14

Tema: EL TEMA DE LOS VIEJOS ... PUDRANSE VIEJOS DECREPITOS MUERAN TODOS

Me gusta

Sé el primero de tus amigos a quien le guste esto.

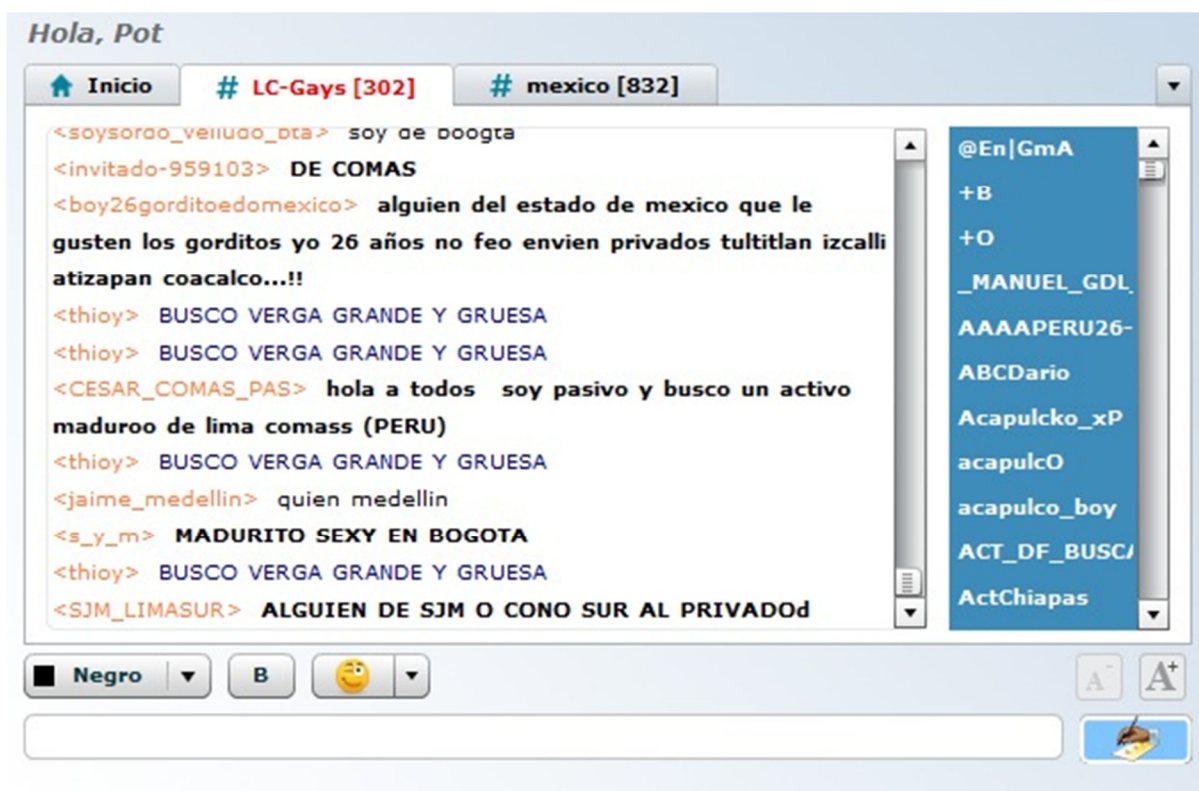
Herramientas ▾

22-jun-2010

#1

(<http://www.leforo.com/showthread.php?57081-EL-TEMA-DE-LOS-VIEJOS-...-PUDRANSE-VIEJOS-DECREPITOS-MUERAN-TODOS>)

Además de la reticularidad, que permite la aglutinación de odios, juegan otros elementos que favorecen la discriminación y su proliferación en entornos virtuales como son su cualidad global que permite acceder a públicos mayores de manera inmediata; que sean multisincrónicos; permite estar, aún cuando el productor o productores de los contenidos discriminatorios están ausentes; la integración semiótica, que permite presentar los prejuicios en sus formas más variadas y reforzarlos con otras, aún en el mismo mensaje; y por supuesto su capacidad representacional, promueve a sus vez la construcción de mensajes prejuiciados o estereotipados, más aún cuando se busca acelerar su consumo, por ejemplo cuando las personas asumen adjetivos y sustituyen así su identidad (auto-etiquetación), se asume el estereotipo como descripción:



(Fuente: LatinChat)

Este es un elemento que provee ventaja a quienes propagan (por interés económico o ideológico) mensajes de odio y apelan a discursos agresivos, se

reduce ampliamente la posibilidad de censura y respuestas físicas, lo que mantiene a salvo a aquellos que incurren en actos discriminatorios (o sea, a todos).

Por ejemplo @iaurabozzo



ie... x iaura Bozzo ✓ (Iaurabozz... x +

iaurabozzo iaura Bozzo ✓
Como puede alguien siquiera acercarse a [@chocosuperamigo](#)?
preguntenle a [@lushmariscal](#) le anda coqueteando que PUTO
(literal) asco.
hace 15 horas

iaurabozzo iaura Bozzo ✓
Ya vieron a este joto ridiculo [@lushmariscal](#) que coquetea con
[@chocosuperamigo](#) que asco a eso le llamo no tener dignidad.
hace 15 horas

iaurabozzo iaura Bozzo ✓
Dios mio la noticia es tan fuerte que se me han congelado los
dedos.... me estan llegando muchas imágenes impactantes de la
noticia....
hace 15 horas

iaurabozzo iaura Bozzo ✓
La noticia que les tengo es.... para infartarse!!
hace 15 horas

iaurabozzo iaura Bozzo ✓
El ano que tiene mas sida y menos dignidad es el
..chocosuperamig....
hace 15 horas

iaurabozzo iaura Bozzo ✓ 
[@MarianoPedrero](#) [@jennirivera](#) como no, es el marr-ano
hace 15 horas

iaurabozzo iaura Bozzo ✓
El tio mas pervertido es el Metomano jajaja
hace 15 horas

iaurabozzo iaura Bozzo ✓
Ya de tanto hablar de anos me estoy pareciendo a [@Ricky_Martin](#) o
[@Christiancha](#)

(Fuente: Twitter)

Otras características que dan fluidez a la reproducción del mecanismo, son su capacidad multicrónica, que sirve para mantener los mensajes a disponibilidad de sus audiencias esperadas; la rapidez con que circulan los contenidos, la heterogeneidad de herramientas, entornos e intereses; y sobre todo el consumo.

Muchos de los entornos o plataformas, no censuran ningún tipo de contenido, aún teniéndolos prohibidos estatutariamente, debido a la capacidad de circulación y vinculación que generan (consumo), lo que significa una mejor mercantilización de los espacios. Más visitas y más tiempo de exposición significan mayores ventas de publicidad.

Ante dicho panorama se ha buscado atacar el fenómeno de dos formas: censurando contenidos discriminatorios, mediante observatorios y otras prácticas represivas o reproduciendo campañas publicitarias que alienten a abandonar las prácticas.

Sin embargo, aún no hay claridad en la reproducción de estos mecanismos y tampoco existen resultados documentados sobre la eficiencia de alguna de estas dos vías. De hecho existen datos en sentido contrario como el provisto anteriormente en el caso del antisemitismo.

En este mismo sentido, el discurso de muchas organizaciones civiles que luchan contra la incitación al odio y la discriminación, han afirmado que los contenidos discriminatorios se replican fácilmente y se convierten en antecedentes de muchas agresiones físicas en los entornos presenciales, sin mencionar las secuelas que dejan de por sí mismas las agresiones virtuales. Además denuncian el acoso escolar (*Bullying*), la violencia física, el sexismo, el nacionalismo radical como secuelas de la proliferación de contenido discriminatorio.

Un ejemplo del tránsito entre conductas en entornos virtuales y presenciales es el ya emblemático caso de los *emos*³³, donde intervino en gran medida *YouTube*.

³³ Se ha referido esta etiqueta en varias ocasiones a lo largo de la investigación asumiendo claridad en el concepto, sin embargo, fuentes para consultar la historia, naturaleza, consumos, apropiaciones, representaciones e importancia de esta identidad colectiva, sírvase acudir a Enrique Hernández García Rebollo (2009) y a Patricia Rizo Morales (2009)

Tras el surgimiento del movimiento anti-emo en Estado Unidos en 2006 (año desde el cual se pudo rastrear información), esta posición intolerante, se ha permeado a lo largo Latinoamérica y el mundo en su totalidad, sobre todo a partir de entornos virtuales, fundamentalmente a través de la virulencia³⁴ de videos discriminatorios que llamaban al exterminio de este grupo juvenil.

En el caso mexicano la virulencia se dio a partir de la aparición de contenidos del tipo “Como matar un emo?” en diversos canales, fundamentalmente el “Anticristo”³⁵ o “Regue666”. Estos contenidos generaron reacciones en cadena que se difundieron a lo largo del país, logrando incluso alcanzar portales gubernamentales como Poder Joven, para la distribución de invitaciones a la organización en contra de este grupo.

Aunado a lo anterior, la virulencia (o contagio de consumo) se incrementó, debido a la difusión de *sketches*³⁶ en un canal restringido cuyo mercado es una audiencia juvenil, Telehit, donde los emos eran ridiculizados por no ser auténticos y ser afeminados³⁷.

La primera repercusión de importancia, debido a su traslado de los entornos virtuales a los habitables se dio en Querétaro en 2008 cuando un grupo de jóvenes³⁸ intentó desplazar a los emos de la plaza pública principal de esa ciudad. La convocatoria a este acto se había realizado virtualmente y a través de teléfonos celulares.

³⁴ Virulencia en entornos virtuales se llama a aquellos contenidos que a través de comunicaciones en interpersonales virtuales se difunde masivamente, alcanzando en poco tiempo un consumo importante. Esto es, como el contagio social que describe Christakis y Fowler (2010). Para el caso de *YouTube*, el sitio considera que un video es viral a partir de 100 mil visitas.

³⁵ Este canal fue desactivado tras los ataques en Querétaro, sin embargo, se ha reproducido en muchos usuarios y el mismo productor, cambio constantemente su cuenta tras los incidentes, siguiendo vigente, pese a las constantes presiones.

³⁶ En Wikipedia dice: Un sketch es una escena cómica que dura entre uno y diez minutos aproximadamente. En ella participan actores o comediantes y puede ser montada en un teatro o transmitida por televisión. Los sketches, que solían usarse en los vodeviles, han sido incorporados a espectáculos de variedades, programas cómicos, entretenimiento para adultos, talk shows y algunos shows humorísticos, como Chespirito. A menudo, el sketch es improvisado por los actores la primera vez que se realiza y el resultado de esto es posteriormente transcrito a modo de libreto. No obstante, la improvisación no se practica necesariamente en todas las ocasiones.

³⁷ De hecho, tras los incidentes se tomaron mediadas al respecto, como realizar mesas de discusión y el locutor que difundía estos contenidos tuvo que volverse en su principal defensor.

³⁸ En los medios de comunicación se dijo que de otras “tribus urbanas”, aunque si se analizan los videos de los hechos, la vestimenta y las actitudes no coinciden con esa afirmación.

El hecho logró una repercusión importante en otros medios electrónicos como la televisión y el radio. Hecho que lejos de desalentar a los agresores, logró aglutinar a muchos más y generar agresiones a lo largo del país.

Derivado de esto la Comisión Nacional de Derechos Humanos, realizó un informe (CNDH 2009), donde se documentó que la discriminación hacia este grupo se había vuelto extendida, tolerable e incluso legitimada por gobiernos locales (en Oaxaca se pretendía por acuerdo del congreso prohibir su presencia en plaza públicas porque “daban una mala imagen” a la sociedad).

El fenómeno continuó y alcanzó a 12 estados del país (CNDH 2009). En parte la burbuja subió al difundirse un video en el cual se aseguraba que una joven emo había sido asesinada a pedradas por sus compañeros en las afueras del CCH Sur, dato que se desmentiría tiempo después tras la inexistencia de informes respecto a la mencionada agresión y a la investigación de otros quienes advirtieron, aún después, que dicho video había sido tomado en Iráq y que a la joven se le asesinó por una cuestión de honor, además de ser sus familiares los perpetradores del crimen (C.G. 2007).

En la Cd. de México, los estragos fueron menores por la oportuna intervención de los cuerpos de seguridad del Distrito Federal que impidieron un encuentro entre los diferentes grupos.

En 2011, los videos contra los emos, siguen vigentes y con un amplio consumo, sin embargo han dejado de ser noticia. Pero en otros países como Russia (NME, julio 23 de 2008) y Arabia Saudita (AFP, mayo 22 de 2010), se cataloga a los jóvenes emos como jóvenes con “conductas ilegales”, prohibiendo su estancia en lugares públicos.

La participación de algunos jóvenes en estos actos de intolerancia muestra una tendencia generalizada, no sólo de los jóvenes, sino de toda la sociedad hacia la construcción de enemigos públicos³⁹, con el fin de consolidar una identidad. Es de

³⁹ Existe un texto escrito por un joven que califica a los emos como el resultado de muchos errores como país y los identifica como el pináculo de la ignorancia. Un párrafo de ejemplo:

preocupar el surgimiento de estas expresiones, no sólo por los agredidos o el rebasado “conflicto entre tribus” sino por el interés ante situaciones similares.

Más aún cómo fue que esto se gestó a tal grado que sólo se pudo intervenir ante las agresiones y no previamente. La violencia se generó en los entornos virtuales antes que en los entornos presenciales y no se tomó consideración. La nulificación de los hechos virtuales impidió una reacción atinada, y es que no era un conflicto entre tribus, concernía a un prejuicio consumado que la mayoría de la población aceptó y que algunos gobiernos locales legitimaron. La mayoría de los perpetradores no fueron miembros de otras contraculturas, sino jóvenes ordinarios, habrá que analizar los videos y los rastros que se quedaron como evidencias virtuales.

Lo anterior deja como tarea indiscutible la comprensión de las plataformas y los mecanismos que se activan mediante un estímulo discriminatorio. En este caso *YouTube*.

“Government: setting apart the fact that they are fucking the country (and also the mexican population is fucking the country, believe it or not) they see a good advantage on emo kids, why?? because they want an ignorant population, they want people who are easy to manipulate if they see any sign of revolution against government on people/music/cultural group/media, it is immediately censored, and sometimes repressed, so, emo boys are the perfect target to turn them into stupid and ignorant adults, to be manipulated” (harry24 2008)

A lo que se generaron respuestas como:

“I Agree... I think that all you said is true, but the most important is that we can let this happen! Police units and some other people helping those idiots while there are crimes and REAL problems to solve.”

Ambos comentarios sucedieron en los días más intensos de las agresiones en México.

CAPÍTULO III

YOUTUBE

La tarea fundamental de este capítulo será describir qué es *YouTube* y cuáles son las implicaciones culturales que tiene la plataforma en la vida de sus usuarios y las características que permiten a éstos interactuar con otros de manera horizontal sin limitaciones que se presentan en otros entornos o redes sociales.

Se intentará describir la naturaleza de *YouTube* desde la perspectiva antropológica de sus investigadores, así como su esqueleto o estructura que permite a sus usuarios apropiarse de sus herramientas para aplicarlas dependiendo de los intereses. Es decir, describir las partes de la estructura que producen situaciones donde interactúan los usuarios y viven virtualmente las experiencias que permiten la construcción de sí, incluso en la presencialidad.

Finalmente, se ofrecerá una panorámica con respecto a cómo ha surgido el tema de la discriminación en relación con esta plataforma, a partir de un ejemplos concretos que buscan determinar la relevancia del estudio y dar pie a una metodología más concreta.

3.1 Naturaleza de *YouTube*

YouTube es, un sitio electrónico que da alojamiento a videos⁴⁰ producidos por sus suscriptores, permite visualizarlos, compartirlos, comentarlos, incrustarlos y

⁴⁰ Que pueden provenir de los más distintos formatos (avi, mkv, mov, mp4, divx, mpeg, ogg, wmv, 3gp) y los convierte en formato FLV, que puede ser visualizado en el reproductor Adobe Flash Video probablemente el más popular y compatible.

vincularlos con resto de sus usuarios⁴¹. Pero no permite descargarlos (aunque se puede)⁴².

Pero *YouTube* es mucho más que eso, es un sitio que comenzó con una historia, quizá mito, de tres jóvenes empleados de una empresa “.com” que a partir de una fiesta, vieron la necesidad de compartir videos por la web y sucedió⁴³. En el fondo era un esfuerzo más por interactuar virtualmente. Creció hasta convertirse en un fenómeno social de grandes proporciones. *YouTube* cuenta con dos mil millones de visualizaciones diarias, cada minuto se suben 48 horas de contenido (YouTube 2011); es el tercer sitio más visitado en Internet, sólo detrás de *Google* y *Facebook* (Alexa.com).

Lo que comenzó siendo un sitio para bloggers y videos virales evolucionó hasta convertirse en una plataforma global que soporta Alta Definición y 3D, transmite temporadas deportivas enteras en vivo a más de 200 países, documenta revueltas civiles que denuncian injusticias en distintas partes del planeta y transmite en continuado a todo el mundo entrevistas dadas por el presidente de los Estados Unidos (YouTube Blog 2010).

Cuando surgió *YouTube*, las primeras reacciones o intentos de análisis lo comparaban con la televisión. En parte, por la propia simbología de su logotipo que invoca a aquellos televisores cuyas pantallas tenían las esquinas redondeadas y por la alusión a la “trasmisión” en su *slogan* (*Broadcast Yourself*). Cosa que sólo es resultado de aquello que Mirta Varela (2008) llama continuidades de los medios: Una forma de volver asequible a las personas un nuevo medio es encontrándole similitudes con aquellos con que están familiarizados. Y es que los cambios tecnológicos no van de la mano con los cambios culturales, entonces deben encontrarse puntos de conexión dentro del ecosistema mediático que permita ganarse un lugar dentro del mismo.

⁴¹ Con cuenta o sin ella, con algunas restricciones que más tarde se abordarán.

⁴² Si bien *YouTube* prohíbe su descarga, existen muchos sitios que permiten ejecutar dicha acción, además de un difundido reproductor, Real Player, ofrece la opción para cualquier video online, una vez instalado el programa.

⁴³ Historia ampliamente conocida que salta a primera vista al *Googlear YouTube*, al igual que sus desmentidos, donde se asegura que no fue casual y que dedicaron mucho tiempo en una pequeña empresa de cochera en California, como muchas empresas “.com”. La referencia más completa y accesible con suficientes fuentes, a pesar de su reputación entre los investigadores, es otro fenómeno de la web 2.0: Wikipedia.

Más tarde, se categorizó con un argumento parcialmente verdadero, a este sitio-medio como una red social (virtual). En efecto, los usuarios de *YouTube* pueden abrir una cuenta que les permite, a su vez, crear un perfil, siendo esta la única forma de poder subir videos, almacenar videos como “favoritos”, hacer listas de reproducción y hacer comentarios de los videos vistos, entre otras acciones. Sin embargo, las capacidades y posibilidades que brinda esta red son muy distintas a aquellas que ofrecen *Facebook*, *MySpace*, *Hi5*, *Orkuy*, *Buzz* o *Google+*.

De hecho, su éxito continuo depende de su movilidad o capacidad de interacción con otras redes sociales. Si bien actualmente se ubica como el sitio hegemónico de distribución de videos, cada vez más las redes sociales (de quien depende para hacer más eficiente su distribución a través del “compartir”) mejoran su infraestructura permitiendo montar videos directamente sin la intercesión de *YouTube*.

YouTube distribuye videos de manera generalista sin importar qué tipo de contenido sea, más allá de sus propios límites enmarcados en las “Instrucciones de la comunidad *YouTube*” (Consultar Anexo 1). Reglas que mucho se relacionan con los problemas jurídicos que han enfrentado en diferentes partes del mundo.

En sus primeros años, se permitió subir todo tipo de video, exceptuando pornografía o desnudos. Tras la pelea contra varias disqueras por derechos de autor, con algunas llegaron a acuerdos y otras prohibieron exhibir su contenido. Más tarde el sitio enfrentó quejas por violencia y transgresión de la privacidad, lo que ha abierto a su vez espacio para la competencia de otros distribuidores de videos, por ejemplo los que se especializan en contenidos pornográficos y otros que se especializan en actos ilegales como la piratería (películas que aún están en Cine, por ejemplo).

Pero sigue sirviendo para ver aquello que los espectadores no pudieron ver en TV o quieren volver a ver, para divertirse viendo la caída de alguien, ver videos musicales sin fin que amenizan fiestas, aprender a hacer una acrobacia *skate* o un pastel de

nuez, una pelea callejera, un bebé llorando y muchas cosas que jamás pensó el espectador ver, como 12 personas decapitadas en Yucatán (La Prensa 2008)⁴⁴.

Todo lo que entra a *YouTube*, como casi todo lo que entra a Internet, carece de legitimidad o distinción *per se*, más bien estas cualidades se las brindan los usuarios con el favor de su visita. Tanto así que *Google* funda sus búsquedas en la vinculación y vistas de los usuarios a los diferentes sitios a través de algo que llaman Page Rank⁴⁵.

Varela (2008) afirma que lo anterior se da por un fenómeno afectivo antes que crítico:

Se parece más a la necesidad que tenemos de leer el libro que adoró nuestra pareja o a interesarnos por los dibujos animados que le gustan a nuestro hijos: nos permite compartir algo con las personas que queremos y conocerlas un poco más antes que conocer o interpretar un objeto de la cultura. No se trata de incorporar datos a alguna enciclopedia cultural, sino de sumar lazos afectivos con el prójimo. (Varela 2008, 225)

Ricardo Blanco, representante de *YouTube* en América Latina, confirma esto al responder durante una entrevista (Shalalá 2010) por qué alguien decidía buscar algo en *Google* o buscar algo en *YouTube*. Su respuesta fue muy concreta: "Porque buscas cuestiones emocionales".

Y aquí se abren dos vertientes, por lo menos en cuanto a las personas que no utilizan el sitio con un afán lucrativo. Por un lado está los motivos que llevan a las personas a subir sus videos personales a la red. Y por el otro qué motiva a los usuarios ver un video e incluso interactuar con otros usuarios de la red.

Con respecto al primer punto, existen dos vertientes dignas de ser analizadas y quizá en algún momento complementarias. Michael Wesch (2008) afirma que

⁴⁴ Habría que analizar el fenómeno del Blog del Narco que invariablemente utiliza este espacio para subir videos de este tipo de sadismo, para ilustrar la violencia en el México y que genera más visitas que algunos periódicos de circulación nacional.

⁴⁵ Por lo poco que se sabe, revelado mayoritariamente por su competencia y *geeks*, es que *Google* analizan la vinculación entre las páginas y por cantidad asume cuál va primero en sus búsquedas. Aunque no sólo es la cantidad lo que determina al algoritmo, sino la calidad, dice *Google*, lo cual no ha podido revelarse. Pero es sabido que para esta parte "secreta", patente registrada, utiliza información del usuario. Y esa es la pieza fundamental.

YouTube brinda una voz a través de una nueva forma de expresión y generación de identidad, lo que significa que quieren compartir lo más íntimo de sí mismos para obtener una réplica y con ello dar sentido a esa experiencia e incluso generar satisfacciones personales. Mientras que, en sentido opuesto, Paula Sibilia (2008) afirma que se está frente a exposición de la privacidad, ante el vacío que experimentan las personas, reafirmando el valor de la fama, aspirando a ella; se refiere a una razón instrumental, con el objetivo claro obtener un beneficio de su exposición, el cual es por lo menos el reconocimiento de aquellos que pertenecen a su entorno cercano.

Sin embargo, estas perspectivas, tienen elementos comunes ampliamente aprovechables. Ambos antropólogos afirman que la exposición de la propia vida de los usuarios, da o tiene sentido en lo más profundo de sus seres. Que todos los comportamientos sociales perceptibles en los entornos habitables se replican en *YouTube*, desde las más afortunadas expresiones humanitarias, por ejemplo el video no comercial más visto "*Charlie Bit My Finger*" exalta la risa de un bebé, hasta el momento preciso de un asesinato. Pero

es difícil negar que buena parte de lo que se hace, se dice y se muestra en esos escenarios de la confesión virtual no tienen ningún valor. Es *digital trash*, un gran género sin pretensiones. No se trata de obras de arte, no lo pretenden y ni siquiera sueñan con serlo. Se presentan apenas como lo que son: pequeños espectáculos descartables, algún entretenimiento ingenioso sin mayores ambiciones, o bien celebraciones de la estupidez más vulgar. (Sibilia 2008)

La dimensión social del fenómeno es ineludible cuando se suben 48 hrs de contenido cada minuto y se ven 3000 millones de visualizaciones al día y no se habla de un medio masificado y donde el 88% del contenido es nuevo y original (Wesch 2008). Y tanto contenido genera una circulación inaudita, que permite a Varela (2008, 217) reafirmar la conceptualización que hizo Echeverría (1999) mucho tiempo atrás y caracterizar a Internet como autopista, no por la velocidad o la información contenida, sino por la posibilidad de interacción y movimiento que permite entre los diferentes espacios que se generan en Telépolis, en todos sus

entornos virtuales, es decir la interactividad. Y *YouTube*, ha logrado centralizar la circulación de los usuarios que buscan contenidos audiovisuales.

Es así que puede decirse que *YouTube* es un medio de comunicación, toda vez que interviene en el proceso comunicativo y permite la concreción de actos comunicativos que describe Pérez Salazar (2009) que al final son interacciones. *YouTube* ofrece una miscelánea que yuxtapone información, entretenimiento, texto, imagen, voz y video, que remata ofreciendo la posibilidad de comunicarse interpersonalmente, lo que definitivamente afecta las relaciones afectivas entre sus usuarios y de estos con sus iguales en sus entornos presenciales. (Varela 2008, 226).

Estas posibilidades comunicativas son palpables, a partir de estructuras plenamente visibles en la plataforma, que deben ser descritas casi fenomenológicamente.

3.2 Descripción (fenomenológica) de *YouTube*

Un paso anterior a la comprensión antropológica hecha por los autores antes citados, cabría un ejercicio de descripción de las características particulares de la plataforma *in comento*, que en determinado momento se acercaría a un ejercicio fenomenológico.

Simplificando a Edmund Husserl (1998), la fenomenología permite describir el sentido de los objetos a partir de las vivencias, de encontrarle el sentido a partir del aislamiento o puesta en paréntesis, considerando su temporalidad. Llegar a entender la plataforma a partir de la experiencia extenuante de cada uno de los aspectos que contiene y la componen, con todo y la subjetividad inamovible de todo investigador.

Así, se describirá a *YouTube* mediante la vivencia de cada una de sus características que lo componen y encontrarles un sentido más allá de cómo se presentan.

A continuación se presentarán una serie de impresiones ante el usuario que permitirán explicar la funcionalidad y lógica de cada una de las herramientas que ofrece *YouTube* a sus usuarios y se utilizarán indicadores gráficos alfanuméricos que permitirán detectar cada una de las posibilidades que ofrece el sitio.

Esta es la primera pantalla que aparece cuando un usuario teclea *YouTube.com* por primera vez en la computadora sin ser miembro de la red.



En primer lugar (1) aparece el logotipo de identificación de la página, en tamaño muy pequeño, seguido de una barra de búsqueda (2) para localizar el contenido que se desea. En tercer lugar aparecen los vínculos de acceso a miembros y la alternativa para crear una cuenta (3).

El elemento fundamental de esta primera página es la publicidad (4), que responde a la comercialización del sitio, después de ser adquirido por *Google*. Inmediatamente, se encuentra una invitación a unirse como miembro de la red social (5), seguido de información que anima a sacar una cuenta (7), diciendo que la plataforma puede brindar recomendaciones personalizadas a partir del consumo anterior, lo que significa que mientras se tenga una cuenta se da el rastreo de consumo de cada usuario.

Después aparecen invitaciones con imágenes de videos bajo el título “Más populares” (8) que es aquello que *Google* llama “relevancia” (que se definirá más adelante), divididos por género (ocio, música, noticias, cine, etc.) Del lado derecho aparecen las Tendencias, Videos destacados y Novedades (6), donde las dos primeras atienden al mismo principio de “relevancia” y el último apartado informa sobre las herramientas que el sitio incorpora a su plataforma, en este caos un sitio para móviles (teléfonos, reproductores –ipod–, tabletas) y *videos sin clasificar*.

Finalmente, aparece una barra de información sobre la plataforma (9) como Ayuda, Acerca de, Seguridad, Privacidad, Términos, etc. Además aparece el primer rastreo que hace el sitio sobre el usuario, mediante la ubicación a partir de la dirección IP⁴⁶, que es notorio al determinar el país y por tanto el idioma del usuario.

Por otro lado, la siguiente pantalla es la que aparece a los usuarios registrados en la red social.

⁴⁶ La dirección IP es una etiqueta numérica que identifica a un interfaz (elemento de comunicación/conexión) de un dispositivo (e.i. computadora) y que no es inamovible, se puede cambiar.

2*

1*

Hemos encontrado algunos canales que pueden gustarte

Google por Google **Suscribirse**

PoderPDA por edimagno **Suscribirse**

Nigahiga por nigahiga **Suscribirse**

Estas recomendaciones están basadas en tu historial de observación, videos compartidos y otras suscripciones del canal. **Mostrar más recomendaciones**

3*

Videos recomendados

4*

La revolución Social Media (subt...
Porque lo marcaste como favorito
La revolución de ...
4:23

Trabalho de Tecnologia da
Porque lo marcaste como favorito
La revolución de ...
8:38

Huelga Universidad de Puerto Ric...
Porque has visto
Arturo Rios / par...
3:03

RICKY MARTIN ES GAY
Porque has visto
Arturo Rios / par...
1:12

Videos recomendados

YOU AGAIN movie trailer - Kriste...
Porque has visto
No Strings Attac...
2:37

La Revolución de los Medios de C...
Porque lo marcaste como favorito
La revolución de ...
4:03

Artistas tratan de llevar alimen...
Porque has visto
Arturo Rios / par...
8:08

Blue Valentine - Official Traile...
Porque has visto
Amigos con Derech...
1:48

Subido por EIUниверsalTV (hace 18 horas)

Llega Ha-Ash 'A tiempo'
54 reproducciones
1:14

IPN joven y lleno de proyectos e...
48 reproducciones
3:03

INM
21 reproducciones
4:09

KARAROCKER
51 reproducciones
2:44

Subido por NolimexTV (hace 18 horas)

Responsabilidad con el alcohol...
147 reproducciones
2:29

Segunda semana del sonido...
15 reproducciones
2:17

Pobreza a la baja...
26 reproducciones
2:11

"Pausa Humanitaria"...
8 reproducciones
2:21

Subido por UnoNoticias (hace 22 horas)

Noticias-18/05/11-16:00hrs.
110 reproducciones
10:00

Uno Noticias - Noticiero del día...
188 reproducciones
9:16

Uno Noticias - Noticiero del día...
169 reproducciones
9:45

Uno Noticias - Noticiero del día...
242 reproducciones
11:20

Subido por NOTICIASMVS (hace 3 días)

Bronca en el Partido Morelia VS CAZ wmv
Una bronca durante el partido entre los Monarcas de Morelia y la Máquina del Cruz...
hace 3 días 7658 reproducciones NOTICIASMVS
4:48

Boletín por ejeCentraltv (hace 5 días)

U2 en vivo conquista al DF. Bono recuerda a víctimas de la violencia en México
U2 se presentó en la ciudad de México como parte de su gira mundial
360 grados en...
hace 1 semana 6016 reproducciones ejeCentraltv
5:20

Favoritos de mwesch (hace 1 semana)

Manhattan, Kansas - our community
6697 reproducciones imagemakersvideo
4:14

Japan, Robot Nation: Vanguard
27823 reproducciones Current
25:05

Trailer For Every Oscar-Winning ...
977217 reproducciones Cracked
3:29

Oh No, Pi Politics
208309 reproducciones Vihart
3:38

Le gustó a UnoNoticias (hace 1 semana)

Maratón de Paris Abril 10, 2011
Fotografías durante el maratón de paris 2011 en donde participo Francisco Martínez...
hace 3 semanas 95 reproducciones fmartine100
2:28

Cargar más videos

5*

El gráfico contiene indicadas en azul las cinco diferencias con respecto a los usuarios no registrados. Los vínculos a un lado de la barra de búsqueda están personalizados (1*). Aparece una barra de opciones de presentación (2*), la cual quizá sea temporal pues se trata de una técnica cotidiana para conocer la preferencia de los usuarios con respecto a la presentación de los contenidos.

En tercer lugar aparecen recomendaciones de suscripción de canales (3*), que como el resto de las recomendaciones que aparecen abajo (4*), son formuladas a partir del consumo del usuario y la “relevancia” de los contenidos. Además el aparecen también (4*) las actualizaciones más recientes de los canales en los que se suscribe el usuario. Finalmente aparece la alternativa para Cargar más videos (5*) que aumenta el número de videos recomendados.

La publicidad desaparece en función de la compra-venta de la misma y no por entrar a la cuenta. Es decir, si el día en que se entra a *YouTube* hay publicidad en primera plana es porque ese día particular, para la región de la dirección IP del dispositivo, se contrató el anuncio.

Además se debe apuntar que esta presentación es reciente (enero de 2011), era un tanto diferente con respecto a la presentación de las suscripciones y demás recomendaciones. Pero estos cambios son permanentes y no modifican diametralmente la experiencia del usuario al entrar a su cuenta. La experiencia sí cambia, en contraste, cuando el acceso se da desde otros dispositivos, pero que para esta investigación no será tomado en cuenta, cuando es apenas un tercio de los internautas (en México) quienes utilizan un dispositivo distinto a la computadora personal de acuerdo a las estadísticas arrojadas por la Asociación Mexicana de Internet (AMPICI 2011).

Además el usuario cuenta con una serie de opciones desplegadas bajo su nombre de usuarios, como se destaca en el siguiente gráfico



En ese menú, se presumen en primer lugar las listas de reproducción que los usuarios han construido, de acuerdo a sus intereses seleccionando videos durante la navegación y que puede reproducir más tarde de manera subsecuente y automáticamente. Del lado derecho se observan el Channel o Canal que es el perfil de cada usuario, los videos subidos o seleccionados por el usuario, los canales a los que se ha suscrito, el historial de visitas, la bandeja de entrada de los mensajes directos y las opciones de configuración. La traducción de estas aplicaciones no es general, debido a que la actualización de enero de 2011 no ha sido concluida, pues dichas herramientas ya existían con nombres en español.

El *Canal* es una suerte de página personal del usuario, donde se muestran los videos subidos y marcados como favoritos, además de información sobre el usuario como reproducciones del canal y sus videos, edad, antigüedad como miembro, fecha de la última visita, suscriptores y país. Otra herramienta es un pequeño panel para la publicación de boletines informativos dirigidos a los suscriptores del canal del usuario. Es esta parte *YouTube* la que se asemeja más a las otras redes sociales, debido a que en esta sección pueden expresarse los suscriptores del canal, interactuar con los amigos mediante comentarios y compartir toda la información que desee con todos los usuarios de la red.

En *Videos*, puede ver un historial de su sus visitas a videos dentro del sitio, los videos subidos, los comprados, los favoritos y los que seleccionó para ver más tarde, además de las listas de reproducción generadas con contenidos. Todo a partir de un breve menú a la izquierda, que resulta sumamente intuitivo.

En *Suscripciones* aparecen cada uno de los canales que el usuario sigue, de manera ordenada y sin necesidad de acceder a cada canal. *Historial* es sólo un acceso rápido al historia que aparece en videos.

Bandeja de Entrada, es una herramienta de comunicación mediante mensajes donde incluso se pueden adjuntar videos seleccionados (*favoritos*) incrustados dentro del texto. Es muy parecido a un correo electrónico muy rudimentario.

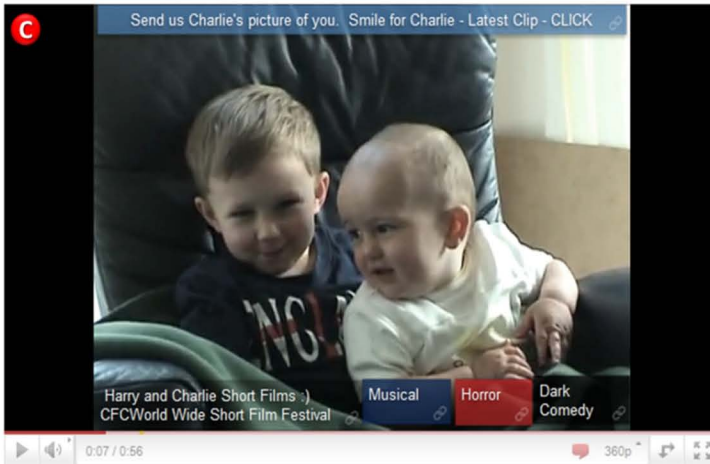
Y en *Configuración (Settings)*, se pueden ajustar el perfil, la forma de reproducción, el envío de alertas al correo electrónico, interconexión con otras redes sociales, la privacidad, configurar dispositivos móviles y administrar la cuenta del usuario.

Sin embargo no se ha detenido esta investigación en la explicación particular de todos estos espacios, debido a que la interacción a ser analizada se concentra en la Página de exhibición del video para computadora personal (PV en adelante). Al entrar a una PV el usuario se enfrenta a esta pantalla con los siguientes elementos:

Letra	Nombre
A	Título del video
B	Canal
C	Video
D	Publicidad
E	Botones interactivos
F	Contador de visitas
G	Información sobre el video
H	Mejores comentarios
I	Respuestas en video
J	Caja de comentario
K	Aviso de nuevos comentarios
L	Todos los comentarios
M	Sugerencias

A Charlie bit my finger - again !

B 42 videos Suscribirse



E Me gusta + Agregar a Compartir

F 323552801

G Subido por HDCYT en 22/05/2007
Even had I thought of trying to get my boys to do this I probably couldn't have. Neither were coerced into any of this and neither were hurt (for very long anyway). This was just one of those moments when I had the video camera
Mostrar más

H Mejores comentarios

thumbs up if u r the 323,552,801 viewer!!!!
TheHarsh01 hace 1 hora 215

323,552,801 people have been bitten by Charlie
franciseansing hace 9 minutos 3

I Respuestas en video ver todo

- Re: Charlie bit my finger - again !**
por itsMinuteMaid 17924 reproducciones
- Charlie bit my finger - animated!**
por HueAnimation 108277 reproducciones

J Todos los comentarios (525068) ver todo

Responder a este video...

K 4 más comentarios desde que comenzaste la reproducción. [Mostrarlos.](#) [Actualizar automáticamente](#)

- @MrDavisito94 · Then dont watch it.. Go watch a blues clues or something... :P
ichigok911 hace 19 segundos
- jetzt mal ehrlich : es gibt videos, für die leute sich richtig arbeit gemacht haben, und kaum aufreue haben, und dann kommt sowas, bei es KEINE arbeit gemacht hat und auch nur "ZUFALLIG" entstanden ist, nichts gegen die beiden kleinen, aber irgendwie sollten selbstgemacht, qualitatshohe videos mit viel arbeit am beliebtesten sein.
dergrosseomg hace 32 segundos
- Lmao... Ive been told about this video and stop being nasty guys... Its a kids account..
ichigok911 hace 2 minutos
- press 3 for nosepicking , press 9 for beatbox
BLnGBLnGITZKngZ hace 2 minutos
- press 2 then 4 slowly if your a pedo...
thethunderbolts1 hace 4 minutos
- I FUCKING HATE THIS VIDEO !!!!
MrDavisito94 hace 4 minutos
- kkkkkk muito engraçado
rafaelasta hace 5 minutos
- @TheHarsh01 i am
ZwergenChannel hace 9 minutos in playlist Charlie Bit My Finger
- this is so cute :D
beeezz123 hace 9 minutos

L 1 2 3 4 5 6 7 [Siguinte](#)

[Ver todos los comentarios »](#)

D Totalplay
Paquetes de Internet · Telefonía · Televisión
40 megas
¡Cámbiate ya!
En D.F. y Área Metropolitana

M Sugerencias

- 3D In 3 Minutes**
por jetselshow 21107630 reproducciones **3D In 3 Minut**
Video destacado
- Just Jasper**
por HDCYT 2800871 reproducciones
- Charlie Bit My Finger - Regional News - Introd...**
por HDCYT 2098862 reproducciones
- Try Again - Harry, Charlie and Jasper**
por HDCYT 2313149 reproducciones
- Harry and Charlie - Going nowhere Fast**
por HDCYT 835623 reproducciones
- Hahaha**
por BlackOleg 180240779 reproducciones
- I don't like you Mommy**
por coggir406 75049077 reproducciones
- Very Angry Cat - FUNNY**
por videowhip69 51564812 reproducciones
- Swimming**
por silydka 5052384 reproducciones
- 2 Funny Babies Laughing**
por BBaracus 16300347 reproducciones
- Charlie bit me Auto-Tuned**
por sondemo 6142734 reproducciones
- Charlie Bit My Finger Reprise**
por Teemart007 4420026 reproducciones
- David After Dentist**
por booba1234 90698451 reproducciones
- Best Baby Laugh**
por gkandel 41835694 reproducciones
- Charlie Bite me Arabian**
por maz498 1096270 reproducciones
- Funny Video**

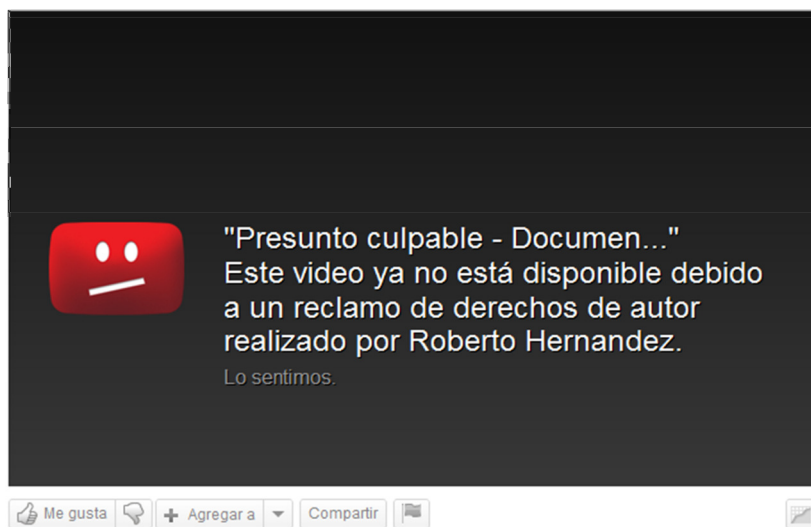
En la PV, después de la barra de identificación y búsqueda, se muestra el título del video (A) impuesto por el productor, seguido del nombre y vínculo con el canal (B) del productor, en este caso HDCYT, junto con el número de videos subidos por el mismo y un botón que invita a suscribirse.

En tercer lugar y como centro de la pantalla aparece el video (C) el cual en este caso se trata de un video en formato cuadrado debido a la antigüedad del mismo (2007). En la pantalla aparecen opciones de reproducción como el botón play, el volumen, duración del video, una barra para poder adelantar y retrasar el video a conveniencia, un botón para ocultar los comentarios escritos por el productor (en este caso las nueve que contienen vínculos a otros contenidos), una opción para mejorar la calidad de la imagen (360p es la más baja y en la que se presentan todos los videos previos a 2008) y la posibilidad de ampliar el visor de tamaño, incluso a pantalla completa.

A un lado del video se destina un espacio para la publicidad (D), la cual también tiene un espacio propio durante la reproducción de los videos, que puede cerrarse en el momento deseado. Estos anuncios son administrados por *Google Ad*, que es la división de comercialización de *Google* por clicks y que arroja anuncios de acuerdo al rastreo que hace de los usuarios (publicidad personalizada).

La parte más interactiva de la PV con, quizá, los botones bajo el video (E), donde los usuarios pueden calificar el video con un “me gusta” con un dedo pulgar en alto o lo contrario con un dedo pulgar hacia abajo, puntuación que se grafica en verde y rojo bajo el contador de visitas (F). En el caso del ejemplo existen más de 700 mil calificaciones. A un lado se encuentra el botón agregar, que posibilita al usuario de añadir el video a su lista de favoritos, verlo después o adjuntarlo en una lista de reproducción. El botón compartir, brinda al usuario una ventana que contiene un vínculo al video que puede copiar en cualquier lugar, la posibilidad de incrustar el video en otro sitio web, enviar una invitación por correo electrónico o publicarlo en cualquier otra red social.

Además, el usuario puede calificar como *inadecuado* un video mediante el último botón interactivo (E) que imita una banderilla, dentro del cual se invita a leer las *Instrucciones de la comunidad YouTube* (Anexo 1) y se advierte que el abuso en el uso de esta herramienta amerita infracciones. Se puede elegir el motivo del marcaje entre una lista de infracciones que son: contenido sexual, contenido violento y repulsivo, contenido discriminatorio y abusivo, actividades peligrosas y perjudiciales, abuso de menores, spam o infringe mis derechos. Los videos marcados son revisados y en caso de corroborar la infracción son eliminados, sustituyendo el video con esta imagen:



(<http://www.YouTube.com/watch?v=3ZQKS1nzlJo>)

Junto al Contador de visitas (F) aparece un botón más que sirve para mostrar las estadísticas del video, que comprenden total de reproducciones, calificaciones, número de comentarios, marcaciones como favoritos, vínculos, galardones y audiencia. Mostrando una pantalla como la siguiente.



Se encabeza la pantalla repitiendo el número de reproducciones, seguido de un gráfico que muestra el número de visitas en (Y) contra las fechas (X), el número de calificaciones positivas y negativas. Muestra también los orígenes de las visitas, tanto del dispositivo como el sitio o video relacionado. Y remata con un apartado de

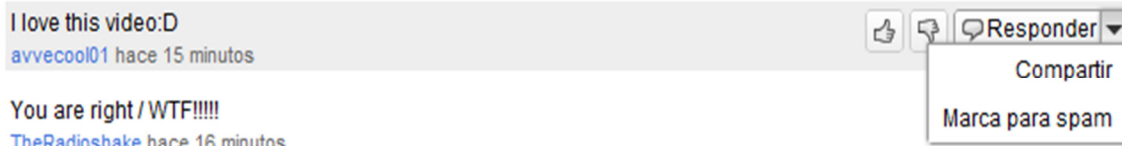
audiencia donde muestra las tres poblaciones que más han observado el video, seguido del lugar y fecha de la grabación y un mapa donde se refleja en qué países se ha visto más el video. Sólo se cuenta con esta información tan precisa a partir del 30 de noviembre de 2007, fecha en que se incorporó esta herramienta a los servicios de la plataforma. La sección agrega un espacio para mencionar los *galardones* que ha recibido el video.

Más adelante en la PV se despliega el nombre del productor (G) y la fecha en que se subió el video, seguido de un pequeño fragmento descriptivo del video, que si se desea puede ser mostrado completo por medio de un botón (Mostrar más) apareciendo la descripción del video completa, junto con los las calificaciones del video y lugares donde se ha integrado el video (Cómo se ve en:), seguido de direcciones electrónicas y etiquetas agregadas por el productor que ayudan a la identificación del video, como se muestra:

The screenshot shows a video player interface with the following elements:

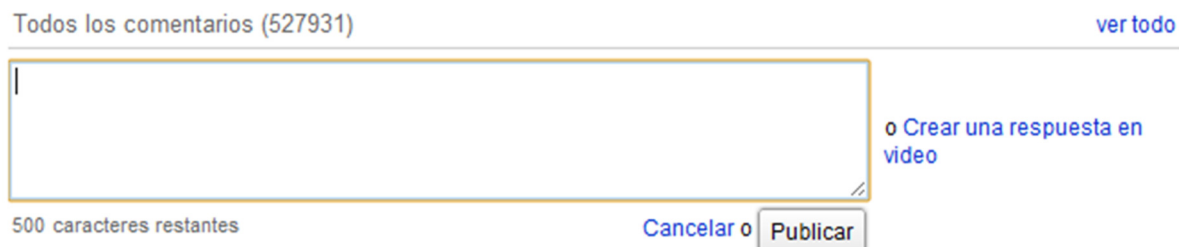
- Interaction Buttons:** A row of buttons including 'Me gusta' (with a thumbs up icon), a speech bubble icon, '+ Agregar a', 'Compartir', and a flag icon.
- View Count:** A large number '325658520' next to a small grid icon.
- Upload Info:** 'Subido por HDCYT en 22/05/2007'.
- Description:** A paragraph of text: 'Even had I thought of trying to get my boys to do this I probably couldn't have. Neither were coerced into any of this and neither were hurt (for very long anyway). This was just one of those moments when I had the video camera out because the boys were being fun and they provided something really very funny.'
- Engagement:** A progress bar and text: '672717 Me gusta, 83027 No me gusta'. Below it, an eye icon and text: 'Como se ve en: time.com'.
- FAQ:** 'FAQ Harry is 7 1/2, Charlie is 5, Jasper is nearly 3 (May 2011)'. Below it, 'Harry and Charlie Blogging' and the URL '<http://harryandcharlie.blogspot.com/>'.
- Twitter:** 'Twitter' and the URL '<http://twitter.com/harryandcharlie>'.
- Category:** 'Categoría: Comedia'.
- Tags:** 'Etiquetas: bite finger funny boys Harry Charlie bit me laughing baby charlie bit'. Below the tags is a 'Mostrar menos' button with a chevron icon.

Luego en PV se muestran los comentarios mejor calificados (H) bajo la misma dinámica de me gusta, no me gusta, responder, marcar como spam o compartir el comentario, que aparecen al arrastrar el puntero en cada comentario:



Las respuestas en video (I) son aquellos videos que, a decir de los propios productores, se hicieron inspirados o buscando algún tipo de réplica del video original. Se muestran sólo dos repuestas, pero mediante el botón *ver todo*, se pueden observar todas las respuestas en video.

Los comentarios (J) se hacen dentro de una caja de texto, donde se ofrece la posibilidad de ofrecer una respuesta en video y se limita el mensaje a 500 caracteres. Algo que pocos conocen, pues no hay indicación explícita, es que para dialogar o dirigir a una réplica a otro comentarista, se debe dirigir mediante un @ y el nombre del usuario, para que éste sea avisado en su cuenta.



Abajo, aparece una barra que avisa si existen más comentarios desde que se llegó a la PV que se observa. Y ofrece además una actualización automática, dejando deslizar el resto de los comentarios al frente de los mostrados en las páginas que se muestran bajo esta barra (L). Los comentarios en PV se muestran en bloques de 10 comentarios en una serie de pantallas enumeradas. El botón *ver todo*, en este espacio invita a visualizar el total de los comentarios (el más de medio millón en este ejemplo) abriendo una pantalla distinta.

La interacción entre usuarios dentro del sitio se da mayoritariamente a través de los *comentarios* y las respuestas en video (I), además de la vinculación que se hace a partir de las recomendaciones (M) y la comunicación en redes sociales (no sólo en las virtuales).

3.3 Interacción en *YouTube*

La interacción entre usuarios dentro de esta plataforma se puede dar fundamentalmente en tres formas: comentarios, vinculación (entre videos) y compartición (en redes sociales).

Los comentarios presentan reglas fundamentales de interacción a partir de la PV que son generadas por la plataforma de *YouTube* y que en enero de 2011 se presentaron sus versiones más recientes.

- Para dirigir una respuesta se debe utilizar la @ como mecanismo de dirección al comentario, lo que permite a la plataforma avisar al interesado, sobre dicho comentario. Lo que además permite a la propia plataforma ordenar las conversaciones en su apartado para todos los comentarios.

[@tylersmithonline](#) good.
ivlust hace 29 minutos

- Las calificaciones positivas o negativas de los comentarios, como otras marcaciones, son avisadas al emisor del mensaje.

can i get thumbs up for no reason? =)
wertdesglueck hace 1 hora 57 

- Se puede enfatizar un fragmento del video en el comentario con sólo marcar en formato de reloj (00:00) el segundo en que ocurre lo destacable y se crea un acceso inmediato a ese fragmento del video.

i liked the 0:38 part xD
lversonGR hace 36 minutos

- Se pueden marcar como SPAM los comentarios, lo que los oculta de tras de una leyenda que avisa al usuario.

Esto se ha marcado como spam aparecer sus anuncios
anonymous9810 hace 50 minutos

Este tipo de interacción resulta muy dinámica entre los acostumbrados al entorno, pero poco no así para quienes no están familiarizados con la plataforma. Este tipo de respuestas dirigidas, genera confusión y ruptura de diálogos. Quizá a esto responde la actualización que ofrece el botón de responder al deslizar el puntero sobre cada comentario. Previo a este desarrollo las conversaciones sólo se pueden seguir utilizando una herramienta metodológica de análisis de la conversación: los pares adyacentes, comúnmente utilizados en el análisis de conversaciones en salas generales de chats (Arango Pinto 2007).

La vinculación de videos se da, por parte del usuario, de manera casi casual, sin embargo es aquí que funciona lo que la plataforma llama *relevancia*.

Cuando se revisan las sugerencias de consumo (M) del ejemplo que se trabaja se puede observar que los primeras cuatro pertenecen al mismo productor y la gran mayoría del resto se trata de contenidos muy similares y con números de visitas importantes. Pero ni el número de visitas, ni las etiquetas son en sí mismas la *relevancia* que elige la plataforma.

Desde 2006 que *YouTube* fue adquirido por *Google*, se ha podido apreciar la sincronización con el resto de sus servicios: tan simple como que ahora se debe tener una cuenta en *Gmail* para acceder a *YouTube*. De ahí que se pueda deducir que la *relevancia* se adquiere con el mismo algoritmo, celosamente cuidado, con el que funcionan las búsquedas de *Google*: *Page Rank*.

Por lo poco que se sabe, revelado mayoritariamente por su competencia y *geeks*⁴⁷, es que *Google* (y por tanto *YouTube*) analiza la vinculación entre las páginas y por cantidad de esta asume cuál va primero en sus búsquedas. Aunque no sólo es la cantidad lo que determina al algoritmo, sino la “calidad”, dice *Google*, lo cual no ha podido revelarse. Pero es sabido que para esta parte “secreta”, patente registrada, utiliza información del usuario a partir de un rastreo muy bien estructurado de las vinculaciones entre sitios al navegar. Además la información que los propios particulares le proveen a la compañía a través al utilizar sus múltiples servicios: correo, documentos, librería, red social, administrador de publicidad, blogs, calendario, lector, grupos, alertas, barra de herramientas, directorio, mapas, noticias, administrador de fotografías, mensajero, sistema operativo para móviles, aparatos electrónicos y buscador (Chrome), hasta ahora.

Sin embargo, más allá de la ética, legalidad y conveniencia de esta práctica, lo cierto es que cuando uno busca algo en *YouTube*, como en *Google*, se ofrecen respuestas relevantes, o más bien pertinentes y de interés para quien realizó la búsqueda.⁴⁸

En tercer lugar, la interacción entre usuarios de *YouTube* se da en su posibilidad de interconexión con otras redes sociales, tanto virtuales como presenciales.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMPICI 2011) el 61% de los internautas mexicanos que utilizan Internet, acceden a redes sociales virtuales y de esos 6 de cada diez lo hacen diariamente. *YouTube* es, además, la segunda red social más visitada, sólo después de *Facebook* de acuerdo a información nacional (AMPICI 2011) e internacional (Alexa.com).

Pero más importante que estos datos, es que el uso que se le da a las redes sociales virtuales, es como una extensión de las redes presenciales, ya que el 90% de los usuarios utilizan las redes virtuales para comunicarse con sus familiares y

⁴⁷ *Geek* es un término común para identificar a las personas peculiares (algunas veces se usa *friki* en español) especialmente obsesionadas con una o más cosas, sobre todo en cuanto a la intelectualidad y la electrónica. Término que se han apropiado hasta la constitución del Día del Orgullo *Geek*.

⁴⁸ Raúl López Parra hace un estudio más completo sobre *Google* (2010).

amigos cercanos (AMPICI 2011). De ahí que las relaciones presenciales continúen teniendo una gran importancia en el estudio de la interacción.

N. Christakis y J. Fowler, en su estudio sobre redes sociales, sobre todo presenciales, afirmaban que “si queremos comprender el funcionamiento de la sociedad, necesitamos llenar los vínculos perdidos entre los individuos. Necesitamos comprender de qué forma las interconexiones y las interacciones entre las personas dan pie a aspectos totalmente nuevos de la experiencia humana que no están presentes en el individuo”. Y sentenciaron que de no comprender las redes sociales, seríamos incapaces, también, de que comprendamos totalmente cómo somos y cómo es el mundo que habitamos (Christaki y Fowler 2010, 45).

Máxime si lo que se intenta explicar es un fenómeno como la discriminación, que más que un acto aislado es un mecanismo cultural, casi invisible, que sólo aflora en la interacción cotidiana, como defensor del estatus que se tiene con respecto al *otro*.

3.4 Tendencias virales

Paula Sibilia (2008) afirma constantemente que mucho de lo que existe en *YouTube* puede ser visto como basura digital. Sin embargo, a partir de esa supuesta basura es que se pueden apreciar cotidianidades propias de la sociedad. La propia Sibilia, así como los deja suponer Wesch (2008), aseguran que es más probable reconocer a los comportamientos e intereses de una comunidad, a partir de la observación de su consumo y producción de videos en *YouTube*⁴⁹, en el mismo sentido que la televisión en los 70's y las novelas en el siglo XVIII y XIX.

De hecho, se estima que más del 60% de los videos que se publican en *YouTube* son basura (Crane y Sornette 2008). Sin embargo, el resto es información de

⁴⁹ Obviamente esta aseveración se refiere únicamente a las comunidades con acceso y apropiación de la tecnología y específicamente con los entornos virtuales interactivos.

“calidad” que sirve para distintos fines. La calificación de basura o chatarra (junk videos), no implica un juicio de valor con respecto al contenido, sino a la falta de aportación en sentido técnico, estético y utilitario. Un video de calidad, en estos términos puede ser: una receta de cocina, un videoclip de alguna canción, un discurso político, un micro-documental, un comercial de TV, alguna secuencia de fotografías, etcétera.

Pero ambos pueden aspirar a un fenómeno social propio de las redes sociales: la viralidad.

Dentro de *Facebook*, el número promedio de *Amigos* es de 130, a decir de la propia compañía en 2011, cifra que se acerca al límite cognitivo promedio de personas con quien un individuo puede tener relaciones sociales estables, de acuerdo con el antropólogo británico Robin Dunbar que es 150. Esta anotación comparativa la hicieron Christakis y Fowler (2010) para ilustrar la cercanía que tienen las redes sociales presenciales y las virtuales, razón por la cual argumentan que el comportamiento relacional se da de una manera similar.

La viralidad, no es otra cosa que una analogía del contagio de un virus con la velocidad con que un evento se propaga en la sociedad, donde igual que en entornos presenciales, el contagio no es generalizado, depende del sistema inmunológico de cada persona, las vacunas aplicadas, la predisposición a la enfermedad y el contacto social (redes) que se tenga. De ahí que sea fundamental el estudio de dicho comportamiento. Para esta labor los investigadores han propuesto la teoría de redes, aplicada al comportamiento social.

Para entender una red social, aseguran deben conocerse las conexiones de la red, es decir, quien está relacionado con quien mediante lazos familiares, de amistad o trabajo por ejemplo y considerar la homofilia que se da naturalmente en los individuos que no es otra cosa que la predisposición a asociarse a personas similares (en algún aspecto por lo menos) a nosotros. Y el tercer supuesto es que el contagio puede darse no sólo de virus, sino de comportamientos, emociones,

actitudes, intereses, etc. como puede ser la violencia, la moda, la obesidad y el interés por un video.

Para sostener esto, los autores de *Conectados* (Christaki y Fowler 2010) retoman investigaciones de la más diversas índoles, desde la injerencia que tiene la estructura y la densidad de una red hasta la centralidad de ciertas personas dentro de la misma, entre otros temas.

Concluyen que la incidencia se puede dar hasta en tres niveles de distancia entre personas, debido al ruido en los mensajes, la inestabilidad de la red y los cambios en los propósitos o finalidades de aquello que se dispersa. Que las personas tienen a la obediencia a la autoridad y mimética ante eventos fortuitos (o aparentemente fortuito) incluso cuando se trata de comportamientos irracionales. Que una posición central o satelital dentro de una red, resulta útil o dañina dependiendo del acontecimiento que se esparce por la red, pero que quienes son claves para un contagio generalizado o viral son aquellas personas que se interconectan a diferentes redes. Y que el contagio emocional se da mayoritariamente mediante lenguajes no verbales (Christaki y Fowler 2010).

Un ejemplo de la viralidad en *YouTube* fue el ya mencionado caso de los *emos*. Si una investigación sobre la conformación del contagio en dicho grupo, tendrían que darse la tarea de ubicación el punto cero del evento, es decir aquella persona que logró incidir a sus más cercanos y a partir de ahí contemplar tres niveles de incidencia, considerando las resistencias y circunstancias específicas que propicien o no el contagio, es decir hasta los cercanos de los cercanos de sus cercanos, además agregar las réplicas en medios electrónicos como tv y radio hechas por personas con alta empatía entre los grupos agresores (Telehit) y reconocer cuántos de quienes recibieron el mensaje se lo apropió y de qué forma, ya que cada quien lo hace de diferente forma. Y ante tantas propuestas y el bombardeo mediático (no sólo en medios electrónicos sino a través de los conocidos en las propias redes sociales, las probabilidades de contagio de la violencia fue muy grande, lo que aumentó las posibilidades de mimetización.

Un segundo rasgo para análisis sería considerar hasta qué punto las manifestaciones violentas contra *emos* posteriores al evento en Querétaro obedecieron a la difusión de las invitaciones que se hicieron en Tv y radio, como una especie de legitimación o mimesis ante el “éxito” de los agresivos en la primer plaza.

Habría que revisar quienes sirvieron como lazos de vinculación, que motivaciones de presentaron entre los agresores, que propuestas y por qué les parecieron atractivas entre los diferentes grupos de violentadores para la organización de eventos similares en diferentes plazas. Desglosar si los vínculos de los organizadores (una vez localizados) de cada uno los eventos en las diferentes plazas se dió directamente o mediante intermediarios.

Y qué expresiones de las presentadas en los videos volvieron tan atractivos los mensajes. Es decir, realizar un análisis del discurso de los elementos que se presentan en los videos para la identificación de las directrices que permitieron a las audiencias apropiarse del mensaje, lo cual va mucho más allá, definitivamente, de las palabras vertidas en ellos.

Sin embargo, el bosquejo anterior responde a una experimentación presencial de los eventos y esta investigación desea limitarse, por cuestiones de tiempo y recursos, a entornos virtuales. La reducción a entornos virtuales deja fuera muchos aspectos de sumo interés a la comprensión de las interacciones y en la explicación de los mecanismos enteramente virtuales que permiten la reproducción de la discriminación. Sin embargo, la falta de exploración en entornos virtuales ofrece material novedoso para futuras investigaciones que puedan ser más completas.

3.5 Discriminación y libertad de expresión

El ejemplo anterior ilustra muy bien las razones por las que *YouTube* ha sido atacado constantemente como promotor de discriminación y otras actitudes

violentas dentro de la red. De hecho, es recurrente en los discursos culpar a los intermediarios de aquello que realizan los usuarios.

Y en un afán exculpatorio, se ha defendido la neutralidad de la tecnología, en tanto artefacto. El argumento se ciñe rápidamente en: es una plataforma virtual, no se obliga a las personas a vaciar algún tipo de contenido o información que no desee. “Las acciones son plenamente responsabilidad de cada usuario” (Ver anexo 1).

Y en efecto hasta ese punto es correcto. Sin embargo, no se puede omitir la importancia del medio en la transmisión y apropiación de los mensajes. Y es que la tecnología en tanto proceso cultural (Silverstone 2004), no depende sólo de sus diseñadores, sino de sus usuarios fundamentalmente, a quienes, en tanto empresa, los propios diseñadores quieren satisfacer.

En ese sentido, las tecnologías son habilitantes (e inhabilitantes) más que determinantes argumenta Roger Silverstone (Silverstone 2004, 44), en un sentido McLugiano del medio es el mensaje. Y es que las herramientas que provee la plataforma tecnológica entran en una relación dialéctica con el usuario. Cada una de las capacidades provistas por el sitio, responden a seis años de experiencia, donde los usuarios han determinado que les gusta y qué no, que utilizan y que desechan. Así, cada conducta de los usuarios es legitimada por la plataforma siempre que no incurra en penalizaciones judiciales o lucrativas.

La plataforma privilegia el libre tránsito de expresiones humanas, en tanto eso le representa a *YouTube* un mayor tránsito. De hecho la *relevancia* generada por el *Page Rank* de *Google* de la que se ha hablado responde claramente a la relación dialéctica entre usuario y plataforma.

El consumo de videos en *YouTube* se da en función de la intención de los usuarios, pero gran parte de esta responsabilidad recae en las recomendaciones hechas por el sitio, las cuales responden a un seguimiento puntual de su consumo. Así, se puede puntualizar que la herramienta incide en el consumo del usuario, no de manera determinante sino sugiriendo consumo parecido al anteriormente realizado, reduciendo así su posibilidad de ampliar su abanico de consumo de contenidos.

Aunque dicha afirmación no implica un juicio con respecto al quien decide quedarse con esas recomendaciones.

En resumen, **el usuario sigue siendo responsable de su consumo y acciones en este entorno virtual, aunque parte de ese consumo es resultado de la incidencia dialéctica con el sitio mismo.**

Es en este punto donde surge el permanente debate entre la libertad de expresión y el derecho a no ser discriminado. Cuando aparecen los contenidos discriminatorios como aquellos videos que incitaron a la violencia (e incluso exterminio) de los *emos*, la pregunta que aparece ineludiblemente es tan conveniente es su eliminación o censura o si el derecho a la libre expresión es el que debe prevalecer. Y es que en estos videos las réplicas se generan en este sentido:

- “maricones de kk, ke askerosos son, ahora chupense las pijas no?? CERDOS” [sic]
- “pinche jotos culeros!!!!!! mejor besenme los huevos.... por 50 pesos” [sic]
- “no mamen pinches frijoleros se les va a tapar la corneta de mierda que pinche deseccion son mexicanos” [sic]
- “por que cada vez , son mas chavos y mas descarados? y no salgan con sus cosas que es de lo mas natural.....por dios.....prueben una mujer...” [sic]

Que se trata de cuatro frases recogidas de intervenciones o comentarios hechos en videos de *YouTube* (2011).

Cabría preguntarse si los comentarios anteriores son discriminatorios o sólo prejuiciosos, pero definitivamente responden a una propuesta que sí es discriminatoria y que tiene toda la intención de generar odio y lograr consensos agresivos que lleven a tomar acciones presenciales en contra de un grupo. Pero también habría que preguntarse si esto es representativo de algún fenómeno o es reflejo de una sociedad menos inhibida ante el anonimato (o virtualidad de los entornos) o si esto genera incidencias en los entornos presenciales y

fundamentalmente si se trata de interacciones o sólo de megáfonos virtuales que rompen con la imposibilidad de expresión pública de sus puntos de vista.

Y es que en estos comentarios lo que se puede apreciar es la replicación de “el mecanismo de homeostasis patriarcal que pauta la heteronormación de las relaciones entre los géneros” (Feliciano 2010). En otras palabras, la discriminación funciona como parte de un mecanismo más complejo de un sistema con reglas construidas desde la idea de un hombre heterosexual ideal, que busca su sobrevivencia rechazando los cambios y buscando su estabilidad recurriendo al conservadurismo.

Lo que está sucediendo es que se intentan adecuar a las expectativas de su entorno. Y lo que emana de estos textos no la están padeciendo sólo las personas involucradas en el video sino la mujer que es vista como objeto sexual, los mexicanos al ser adjetivados y colateralmente el pensamiento homofóbico afecta también a las jóvenes independientes, los niños sensibles y personas andróginas, sin importar sus objetos de deseo.

YouTube, en este sentido ha tendido al privilegiar la libertad de expresión, en la medida que esto no le representa problemas legales, tan es así que las normas más rígidas del sitio (ver anexo 1) tienden a centrarse más en los derechos de autor que en los derechos civiles de sus usuarios. En contraste, muchas organizaciones que luchan por los derechos civiles, han llamado a la censura o exclusión de este tipo de contenidos.

La verdad es que ante una avalancha de 48 hrs de contenidos por minuto, lo más a lo que se puede aspirar en la segunda tarea es a revisar los videos marcados como inadecuados por los propios usuarios, cosa que ya hace la compañía. De hecho esta herramienta de denuncia que se encuentra en los botones interactivos (E) como la imagen de un pequeño banderín en la PV, han sido de ayuda a las organizaciones que luchan contra la discriminación para atacar contenidos discriminatorios. Y será uno de los puntos a tratar dentro del análisis subsecuente.

Canales como el “anticristo” en *YouTube*, que produce constantemente videos amateur que sin excepción tienen por finalidad difamar e incitar al odio contra minorías y que aglutinan a seguidores al por mayor, significan el mismo riesgo que cuando la información viaja de arriba-abajo a través de los medios masivos y tienden a promover la aceptación de valores y normas de un grupo dominante, como denunciaba Mac Bride (1980). Es el riesgo de conformar mayorías de pensamientos reduccionistas, que al final pueden legitimar actos contra la diversidad *per se* de toda sociedad. La tragedia, diría Juan María Alponete (2005, 62), con respecto a esta forma de interactuar con la otredad, es que se ve a la diferencia como un “valor” y no como “encuentro”.

Por tanto sirva *YouTube*, no para dar golpes de pecho y lamentarse por lo expuesto en pantalla dentro de los videos que contienen violencia o denostaciones personales, sino para obtener un reflejo de la realidad que permita indagar en los mecanismos interactivos que permiten la reproducción del odio y la violencia. Que sirva para romper con la pedagogía del odio, que permea las instituciones educativas, las expectativas familiares, donde se asignan posiciones inamovibles, desde una posición distinta a la de la víctima como se ha planteado en el caso de los *emos*, pero en los entornos virtuales solamente.

Y anotar también que todo el contenido violento, aún pareciendo un tsunami de contenidos, es tan sólo una pequeña porción del mar de información que contiene *YouTube* donde se puede encontrar entretenimiento libre de violencia y de cualquier tipo y también información de calidad que puede ser útil a la vida diaria, como el *know how* de muchas actividades hogareñas (colocar un tendero mecánico, cortar una botella sin peligro, editar un video, cocinar un pastel y una conferencia de Gilles Lipovesky, entre tantas cosas más).

CAPÍTULO IV

ASPECTOS ETNOMETODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como ya se mencionó *YouTube* ofrece un abanico de posibilidades multimedia a partir de la yuxtaposición de información, entretenimiento, texto, imagen, voz y video. Además de dar a sus usuarios la capacidad de interactuar, y esta posibilidad de comunicarse interpersonalmente afecta las relaciones afectivas entre los usuarios y de éstos con sus iguales en sus entornos presenciales. (Varela 2008, 226).

En ese sentido, para el análisis de las relaciones entre personas y sus interacciones, sean materia precisa de un trabajo etnometodológico, como lo han hecho muchos investigadores de Internet, cuando se enfrentan a los entornos virtuales. De ahí que para explicar paso a paso la plataforma en el capítulo anterior se haya elegido una estrategia etnográfica.

4.1 Etnografía virtual

Según Garfinkel (2006), la Etnometodología se dedica al estudio de aquellas actividades que por ser tan comunes, actividades de la vida cotidiana, constantemente son desatendidas, por lo que merecían ser atendidas como “sucesos extraordinarios”. Este método, por lo tanto atiende las prácticas y las formas con que las personas viven su cotidianeidad.

La Etnometodología se puede definir como el estudio de los modos en que se organiza el conocimiento que los individuos tienen de los cursos de acción

normales, de sus asuntos habituales, de los escenarios acostumbrados. La vida cotidiana, por tanto, se erige en la principal “materia prima” de este enfoque metodológico. La Etnometodología se centra en estudiar los métodos o estrategias empleadas por las personas para construir, dar significado a sus prácticas sociales cotidianas. (Rizo García 2004, 9)

Los estudios etnometodológicos proponen analizar una situación cotidiana y la significación que le dan los sujetos; observan el comportamiento o interacción en dicho contexto; identifican aquellos que les es común a los sujetos, alejándose posiciones preestablecidas académicamente; proponen una hipótesis para la situación a analizar; se delimita el espacio a estudiar; y buscan generar una explicación, a partir de indagaciones, de los procesos a través de los cuales los actores crean y sostienen una estructura social en la que interaccionan. (Rizo García 2004)

Este método tiene sus orígenes en Garfinkel (2006) quien a su vez tenía influencia de los estudios de T. Parsons⁵⁰, acerca del orden social, así como de A. Schutz, y de sus análisis fenomenológicos. En los años setentas, se dio una división de los estudios etnográficos. Algunos investigadores prefirieron hacer análisis conversacional como Harvey Sacks, mientras otros se dedicaron al estudio de las interacciones en sus contextos físicos. Y es precisamente en los entornos virtuales donde se ha logrado la reconciliación de estas dos perspectivas. Pues si bien ya se ha establecido que en los entornos virtuales no sólo se dan interacciones a través del lenguaje escrito, en el caso de *YouTube*, gran parte de las interacciones entre usuarios se dan en el terreno del lenguaje verbal.

Por supuesto, se que al tomar la Etnometodología como método armónico de la presente investigación, se asumió también que el proceder no puede ser programado de manera tajante, pues en el camino, en tanto cuerpo con vida social

⁵⁰ Por supuesto que Garkinkel retoma a Parsons para hablar del orden social y las posiciones que cada uno de los actores tiene dentro de las estructuras jerárquicas de la sociedad, pero toma una gran distancia con respecto a la importancia de los actores y sus decisiones y acciones en general con respecto a la incidencia que pueden tener. Más aún discípulos del primero, como Wilson (1970) quien hace puntal la diferencia entre unos y otros, atribuyendo a la perspectiva de Parsons una relación entre actor y normas rígida, fija y formal y ubica a la Etnometodología en una posición exactamente contraria dentro de la sociología.

propia, debe surgir la creatividad para solventar carencias y dificultades que surgen propios del objeto de estudio. (Arango Pinto 2007)

La moraleja que nos ofrece la etnometodología es la de volver a la tierra y alcanzar una más completa comprensión del 'mundo dado por descontado', evitando así la tendencia a erigir vastos edificios sociológicos (Gidlow 1972 en Rizo García 2004, 11).

Sin duda, la etnografía puede brindar viabilidad a las investigaciones sobre consumos culturales, variantes antropológicas y sociológicas por fuera y por dentro de las industrias culturales. Esto quiere decir que puede convertirse en una herramienta útil en el análisis de los entornos virtuales, toda vez que permite al investigador acercarse a los espacios donde interactúan las personas y obtener datos que le permitan comprender la naturaleza y lógica de las relaciones que se forman a partir de las interacciones que se dan en esos lugares.

Finalmente, la etnografía ofrece una vista de pájaro, gracias a la observación profunda, que permita encontrar en los videos seleccionados y las interacciones derivadas de las formas simbólicas que contienen. “[U]n amplio campo de fenómenos significativos, desde las acciones, gestos y rituales, hasta los enunciados, los textos, los programas de televisión y las obras de arte” (Thompson 1998, 205).

Pero las técnicas etnográficas deben ser modificadas si se considera que el entorno en el que se desea trabajar no es presencial. Muchas de las herramientas deben sufrir modificaciones importantes. De ahí que surgiera la etnografía virtual.

Una etnografía en Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso y apropiación de una tecnología. Chritine Hine (2004), pionera en este tipo de procedimientos, afirmaba que en su forma básica, la etnografía consistía en que un investigador se sumergiera en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tomase en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo. En Internet, si bien entra bajo las mismas condiciones que cualquier otro, no necesita involucrarse en el entorno de manera participante.

El etnógrafo habita en una suerte de mundo intermedio, siendo simultáneamente un extraño y un nativo. Ha de acercarse suficientemente a la cultura que estudia como para entender cómo funciona, sin dejar de mantener la distancia necesaria para dar cuenta de ella (Hine 2004, 13).

A lo largo de esta investigación, con la finalidad de ofrecer ejemplos acordes con el contenido expuesto teóricamente, se realizó un paseo etnográfico, intentando localizar eventos que pudieran sintetizar lo expuesto. De hecho, uno de los primeros pasos, fue enfatizar la necesidad de cambiar algunos conceptos, debido a la imposibilidad de aplicación al explorar el terreno.

Es el caso del concepto de posicionamiento (Gálvez Mozo 2006), vino a superar el concepto de rol, de Goffman. El posicionamiento reconoce en los actores participantes su capacidad de discernimiento y negociación con el otro, de una manera muy dinámica, gracias a la capacidad multicrónica de los entornos virtuales. Es decir, el sujeto puede ubicarse en varios sitios en un mismo momento y participar en ellos sin necesidad de suspender ninguna de sus intervenciones. De tal suerte que puede manejar diferentes posiciones (roles para Goffman) al mismo tiempo. Además puede manejar varias posiciones en un mismo espacio, debido a la capacidad de cambio que brindan los entornos, muchas veces resguardándose en la supuesta incapacidad de decir lo que se quiere decir por la falta de presencialidad.

Otro elemento que hubo que cambiar es el de los rasgos físicos, debido a la imposibilidad de presencialidad en los entornos virtuales. Sin embargo, en estos existe la representacionalidad, que no es otra cosa que utilizar avatares o representaciones de uno en la red. Como se explicó antes existe la posibilidad de modificar estas representaciones hasta el punto en que resulta poco semejante a la persona que se encuentra dentro de la máquina. Sin embargo, a través de las pruebas expuestas por Gálvez Mozo (2006), se puede suponer que una amplia mayoría muestran su identidad en pantalla, e incluso en las modificaciones más descabelladas, donde se pueden encontrar rastros de la verdadera identidad.

4.2 Criterios de selección

Luego de una larga descripción de aquellos elementos que permiten la interacción en *YouTube*, el paso siguiente debe ser la composición de un corpus de investigación, que en este caso se trata de la selección de los videos y las interacciones surgidas de éste, para su posterior análisis.

Pero dicha selección debe responder directamente a una serie de criterios contengan los elementos necesarios, que impidan desacreditar la elección, toda vez que esta pretende ser una investigación cualitativa antes que cuantitativa. Se establecerá una breve selección para buscar un acercamiento con y una primera explicación.

4.2.1 Selección motivada por temas

El trabajo de campo entró a una segunda etapa después de terminar la descripción del sitio desde una posición sistemática. Esta fase comenzó con una exploración informal; se localizaban materiales con contenidos discriminatorios durante una navegación sin rumbo, dejando que los propios contenidos y los vínculos propuestos por la propia plataforma generaran una dirección. Lo que representa que la *relevancia* de *Google* como parte fundamental, toda vez que podía identificar el origen del usuario y así poder rastrear sus intereses; situación que en un inicio representó molestias, pero al final del ejercicio resulto fluido.

De ahí surgió una selección de 250 videos, se consideró que podrían contener elementos discriminatorios, en cualquiera de sus facetas. Dicha selección se hizo en plena conciencia de estar realizando una selección motivada (Castaños 1984), que no pretende ser representativa en ningún sentido, sino significativa para los fines expuestos, dato que es relevante cuando se trata de justificar un ejercicio de

análisis que no pretende dictar sentencias con respecto a la interacción en *YouTube*, ni siquiera en cuanto a los contenidos violentos, sino un esfuerzo por acercarse a la materia de acuerdo a estrategias metodológicas que lo permitan teniendo en cuenta todas las limitaciones en tiempo y recursos.

Una vez dicho que las selecciones en cuanto a la temática fueron motivadas y advirtiendo que seguirán siéndolo de acuerdo a los parámetros teóricos y técnicos trabajados, se realizó un segundo acercamiento se hizo de manera más sistemática. Se estableció que como primera condicionante que el título de los videos (A) contuviera elementos prejuiciados, estereotipados o estigmatizantes que pudieran implicar pertenencia a procesos discriminatorios.

La selección comenzó a reducirse tan sólo en 50 ejemplares, quedado 200. Por esta razón se comenzó una división por el tipo de discriminación que se presenta dentro de los videos, eligiendo únicamente a aquellos que fueran explícitos, elemento que redujo el contenido a 79 videos. Luego se eligieron aquellos que contuvieran únicamente el grado verbal de la discriminación expresada, lo que condujo a eliminar 23 más dejando tan sólo 58 videos.

Esos 58 videos a su vez fueron divididos de acuerdo a su forma expresada, es decir: sexo, orientación sexual, etnia, edad, discapacidad, culto e identidad social. Al hacer esta división se enfrentó el problema de encontrarse varias formas en un mismo contenido, pero se decidió encasillar el contenido en una única forma de acuerdo al eje dominante dentro de cada video.

Dicha segmentación quedó de la siguiente manera.

- Discriminación por orientación sexual: 17
- Discriminación por identidad social: 12
- Discriminación por género: 10
- Discriminación por etnia o color de piel: 7
- Discriminación por culto: 4
- Discriminación por xenofobia: 3
- Discriminación por discapacidad: 3

- Discriminación por edad:

2

Habría que apuntar que esta selección habla por sí misma y se relaciona mucho con los datos generados por la Encuesta Nacional sobre Discriminación ENADIS 2010 del CONAPRED (2011), donde el grupo más discriminado en México son las personas con orientaciones sexuales distintas a la heterosexual, donde prevalece una violencia generalizada hacia las mujeres, los jóvenes son juzgados por su manera de vestir y la gente asegura que ha sido rechazada por su color de piel.

Estos datos hablan antes de haber llegado a la selección final del corpus. Pero cabe destacar que la mayoría de estos videos fueron consumidos en México, debido a que la propia navegación del investigador estuvo incidida por la plataforma toda vez que aparecía asignado a un país determinado.

Entonces habría que pasar a los elementos técnicos que permitieron la reducción del universo seleccionado.

4.2.2 Criterios técnicos

A razón de la tendencia a visualizar contenidos que se vieron mayoritariamente en México, se decidió elegir sólo aquellos videos que hubieran sido consumidos mayoritariamente en este país y que eso fuera claro. Esto se determinó con ayuda de las estadísticas provistas por cada uno de los videos (F). De los 58 videos se restaron apenas 20.

Otro de los criterios fue el número de visitas mostrado en la plataforma. De manera arbitraria se eligió que el número mínimo de visitas fuera de 100 mil.

El tercer criterio de selección obedeció al número de comentarios, estableciéndose un mínimo de 100, considerando que siempre es menor el número de usuarios que participan de manera activa que aquellos que visualizan.

El cuarto requisito, en la misma lógica del anterior es que contaran con calificaciones, para asegurar que exista la participación en ellos.

Para hacer la diferenciación de los usuarios, se adoptó una tipificación de Patricia Lange (2007), que divide a los usuarios de *YouTube* en cinco categorías:

- *Participantes casuales*: No tienen cuenta y entran de manera esporádica a la plataforma
- *Participantes marginales*: Tienen cuenta, visualizan videos, marcan favoritos, crean listas de reproducción, pero casi nunca escriben un comentario o califican un contenido.
- *Participantes activos*: Utilizan una gran cantidad de las herramientas interactivas de *YouTube*, pero no suben videos.
- *Tubers*: Utilizan una gran cantidad de las herramientas interactivas de *YouTube* y suben videos.
- *Celebridades*: Utilizan una gran cantidad de las herramientas interactivas de *YouTube*, suben videos y tienen un gran número de seguidores dentro de la red social y fuera de ella.

Esta tipificación se incorpora en esta sección con la finalidad de brindar un poco de viabilidad al nombramiento que se haga de cada usuario.

Tras aplicar estos lineamientos en la concreción de la selección del corpus, quedaron siete videos, tres de los cuales respondían a una misma forma de discriminación, razón por la cual se decidió aplicar una vez más la selección motivada y descartar formas similares.

4.3 Videos seleccionados

El corpus de la investigación se limitó a 4 videos que son descritos a continuación con datos del último registro realizado el 28 de mayo de 2011. Durante la

descripción se indicarán toda la información provista por la plataforma, como quién la produce y el tiempo que dura el video, luego una breve descripción de lo que se presenta en el video y el tipo, grado y forma de discriminación que se observa; luego se agregarán otros datos provistos por el sitio, con la finalidad de rastrear las interacciones surgidas del video, finalizando con características de las recomendaciones de consumo hechas por el sitio del lado derecho.



Selección 1

“beso de jotos de E.I.A.O.”, en adelante se nombrará como *“Beso”*
(<http://youtu.be/7KjR4s7hmCA>).

Productor: anark0182.

Información del Productor: Ha subido 3 videos, tiene 21 años, su antigüedad se remonta al 11 de septiembre de 2007, la última vez que visitó su sitio fue hace 1 año, tiene 13 suscriptores y es de México. Por la cantidad de posteos e interacciones en su canal se infiere que su participación ya no es activa, lo que hace clasificarlo como un participante marginal actualmente.

Fecha de posteo: 06/11/2007

Tiempo del video: 01:14 minutos.

Descripción del video hecha por el productor: “un par de jotos se besan”.

Descripción del video: Aparece un grupo de estudiantes bromeando con respecto a una pareja de jóvenes que parece han apostado besarse. Durante el video van

estableciendo las normas para dar por pagada la apuesta y culmina con el beso entre ellos, en medio del relajó y supuesta impresión entre los espectadores.

Tipo de discriminación: Explícita.

Grado de discriminación: Verbal.

Forma de discriminación: Por orientación sexual.

Contador de reproducciones: 173 498.

Categoría: Entretenimiento.

Etiquetas: “jotos”, “beso” y “E.I.A.O.”.

Calificaciones Positivas: 106.

Calificaciones Negativas: 18.

Referencias más importantes a través de buscadores: “jotos”, “jotos besandose” [sic] y “videos de jotos”.

Número de referencias hechas a partir de etiquetas peyorativas: 80 121.

Audiencias donde es más popular el video: Masculino 35-44, Masculino 18-24 y Masculino 25-34, en ese orden.

Galardones obtenidos: ninguno.

Número de respuestas en video: ninguna.

Número de comentarios totales: 400.

Marcado como favorito: 151.

Número de eventos: 32.

Redundancia más relevante: “beso de juan” de *pakitos09* con 226 628 reproducciones.

Características de las recomendaciones: Se trata de besos entre hombres, la gran mayoría en entornos escolares y como resultado de juegos entre los participantes. Además algunos otros juegos homoeróticos. Las poblaciones más vistas en estos videos son jóvenes antes de los veintes y la referencia por título es en casi todos los casos “joto”.

Selección 2

“**puta de secundaria**”, en adelante se nombrará como “*Secundaria*”
(<http://youtu.be/aspG5dZlkdU>).

Productor: flakitolindosma.

Información del Productor: Ha subido 9 videos, tiene 21 años, su antigüedad se remonta al 23 de marzo de 2009, la última vez que visitó su sitio fue hace 2 semanas, tiene 591 suscriptores y es de México. Por la cantidad de posts e interacciones en su canal se infiere que su participación es medianamente activa, lo que hace clasificarlo como un participante activa actualmente.

Fecha de posteo: 04/08/2009

Tiempo del video: 01:33 minutos.

Descripción del video hecha por el productor: “sex sex”.

Descripción del video: Tras un letrero con fondo rosa donde se puede leer “Una puta de la secundaria No.5” aparece quien se infiere estudiante de secundaria en su escuela levantando su blusa, mostrando su ropa interior en color rosa, y realizando movimientos sugerentes con una *voz en off* que le da indicaciones (se infiere que es otra mujer y es quien graba).

Tipo de discriminación: Explícita.

Grado de discriminación: Verbal.

Forma de discriminación: Por género.

Contador de reproducciones: 1 209 805.

Categoría: Entretenimiento.

Etiquetas: “puta”, “de” y “secundaria”.

Calificaciones Positivas: 1475.

Calificaciones Negativas: 163.

Referencias más importantes a través de buscadores: “puta” y “secundaria”.

Número de referencias hechas a partir de etiquetas peyorativas: 263 080.

Audiencias donde es más popular el video: Masculino 35-44, Masculino 25-34 y Masculino 18-24, en ese orden.

Galardones obtenidos: Ninguno.

Número de respuestas en video: Ninguna.

Número de comentarios totales: 1699.

Marcado como favorito: 4205.

Número de eventos: 83.

Redundancias más relevante: “CINTHYA PUTA” de *Qviejas* con 411 826 reproducciones.

Características de las recomendaciones: Se trata de mujeres en posiciones sugerentes, en traje de baño o ropa interior, muchos en referencia clara a entornos escolares (secundaria) y algunos hechos con fotografías todas de otras redes sociales y algunos filmados voluntariamente por sus actrices (de la publicación se hablará en el análisis). Las referencias por título son “puta”, “zorra”, “secundaria” y muchos otros adjetivos que atribuyen calidad de objeto a la mujer.

En este video se aplicó una restricción de edad, que no es otra cosa que una ventana previa a entrar en el video que pregunta al usuario si es mayor de 18 años para poder acceder al contenido. Dicha restricción se impuso tiempo después del cierre del análisis (el 19 de agosto de 2011), por lo que no fue considerado durante la investigación, pero se decidió incluir el dato para mayor veracidad del estudio.

Selección 3

“Top Gear vs Matutino Express (Auto deportivo Mexicano Mastretta)”, en adelante se nombrará como *“Matutino”* (<http://youtu.be/nKEDuua4fjl>).

Productor: Pcchnology.

Información del Productor: Ha subido 6 videos, tiene 26 años, su antigüedad se remonta al 23 de diciembre de 2010, la última vez que visitó su sitio fue hace 3 semanas, tiene 72 suscriptores y es de México. Por la cantidad de posts e interacciones en su canal se infiere que su participación es activa, lo que hace clasificarlo como un participante activo actualmente.

Fecha de posteo: 01/02/2011

Tiempo del video: 05:08 minutos.

Descripción del video hecha por el productor: “Este es lo que dijeron en el programa BBC Top Gear sobre el auto Mexicano Mastretta con comentarios racistas, pero el Equipo de Matutino Express nos defendio, Chequenlo...” [sic]

Descripción del video: Se trata de un fragmento del programa “Matutino Express” donde los conductores a su vez retoman un fragmento del programa “Top Gear” donde sus conductores se burlan de un supuesto auto mexicano llamado “torilla” mediante estereotipos negativos con respecto a los mexicanos. A partir de ese fragmento los conductores del programa mexicano aprovechan para una revancha de burlas igualmente estereotipadas y prejuiciosas con respecto a los ingleses.

Tipo de discriminación: Explícita.

Grado de discriminación: Verbal.

Forma de discriminación: Por xenofobia.

Contador de reproducciones: 910 368.

Categoría: Noticias y política.

Etiquetas: “Mastretta”, “Top Gear”, “Ingleses”, “Mexicanos”, “Television Mexicana”, “Matutino Express”, “Racismo” y “Autos”.

Calificaciones Positivas: 5 176.

Calificaciones Negativas: 542.

Referencias más importantes a través de buscadores: “top gear” y sitios de noticias.

Número de referencias hechas a partir de etiquetas peyorativas: Ninguna.

Audiencias donde es más popular el video: Masculino 35-44, Masculino 25-34 y Masculino 45-54, en ese orden.

Galardones obtenidos: #6 - Más discutidos (Siempre) - Noticias y política, #71 - Los Más Vistos (Siempre) - Noticias y política, #20 - Los más seleccionados como favoritos (Siempre) - Noticias y política y #3 - Mejor evaluados (Siempre) - Noticias y política.

Número de respuestas en video: 1.

Número de comentarios totales: 5885.

Marcado como favorito: 1415.

Número de eventos: 591.

Redundancia más relevante: “BBC Top Gear, pide disculpas a Mexico” de Pchnology con 45 538 reproducciones.

Características de las recomendaciones: Videos que hacen referencia al auto *in comento*, el Mastreta y otras ligas a noticias donde se retoma la información con respecto al escándalo. Además de algunos fragmentos de lo transmitido por la BBC.

Selección 4

“CRITICA A LOS EMOS” [sic], en adelante se nombrará como “*Emo*”
(<http://youtu.be/weVFf9j3fR8>).

Productor: Mluurrey.

Información del Productor: Ha subido 15 videos, no menciona su edad, su antigüedad se remonta al 18 de noviembre de 2007, la última vez que visitó su sitio fue hace 1 año, tiene 1916 suscriptores y es de Venezuela. Por la cantidad de posteos e interacciones en su canal se infiere que su participación ya no es activa, lo que hace clasificarlo como un participante marginal actualmente.

Fecha de posteo: 10/11/2007

Tiempo del video: 06:57 minutos.

Descripción del video hecha por el productor: “PUTOS CAGONES HIJOS DE LA GRAN PUTA”.

Descripción del video: Una serie de imágenes de gente que se identifica a sí misma como *emos*, con una *voz en off*, surgida de un procesador de palabras que lee lo escrito. La voz intenta describir qué es un *emo* a través de generalizaciones estereotipadas de lo que alcanza a ver en ellos, saliendo a flote un gran número de prejuicios y estigmas con respecto al género e incluso a nacionalidades (se refiere a Japón en algún momento), esto mediante un discurso lleno de insultos, que incitan al odio.

Tipo de discriminación: Explícita.

Grado de discriminación: Verbal.

Forma de discriminación: Por identidad social.

Contador de reproducciones: 732 940.

Categoría: Comedia.

Etiquetas: “video” y “blog”.

Calificaciones Positivas: 2697.

Calificaciones Negativas: 429.

Referencias más importantes a través de buscadores: “emos” y “crítica a los emos”.

Número de referencias hechas a partir de etiquetas peyorativas: 87 979.

Audiencias donde es más popular el video: Masculino 18-24, Masculino 13-17 y Masculino 25-34, en ese orden.

Galardones obtenidos: Ninguno.

Número de respuestas en video: 6.

Número de comentarios totales: 3332.

Marcado como favorito: 1380.

Número de eventos: 267.

Redundancia más relevante: “CRITICA A LAS PUTAS” del mismo autor, con 1 194 205 reproducciones.

Características de las recomendaciones: Se trata de videos relacionados con los *emos*, la mayoría tratando de desacreditarlos y como incitaciones al odio muy claras. Casi todas las redundancias siguen los mismos parámetros de producción: *voces en off* hechas con un software de lectura que imposta un timbre genérico y collage de imágenes de *emos*. Además algunos otros muestran el mismo tipo de mensajes dirigidos a otros colectivos de personas como “putas”, “regetoneros”,

“basura RBD”, etc. Las poblaciones más vistas en estos videos son jóvenes y la referencia por título es en casi todos los casos “emo”.

Una vez descrito cada uno de los videos que componen el corpus, debe explicarse el proceder del análisis al que serán expuestos.

4.4 Procedimiento de sistematización y análisis

Como se pudo apreciar, el primer paso fue observar y describir los videos, de acuerdo a sus características particulares y la vinculación de éstos con otros videos que he llamado redundancias. Estas redundancias son videos con elementos muy similares y que se vinculan entre ellos e incluso contienen participaciones de usuarios en común.

Al usar la etnometodología, el paso siguiente es generalmente el registro de la información, para evitar pérdidas o mantener el mayor número de elementos de análisis. Sin embargo, en entornos virtuales como es *YouTube*, succionar elementos para un posterior análisis resulta una interferencia en la construcción holista del sitio, lo que implicaría un sesgo importante, que dejaría fuera muchos de sus elementos fundamentales. De ahí que, si bien se realizó un registro de seguridad, el análisis se haga desde el lugar de los eventos. Es decir, cada anotación, inferencia, apunte y desmenuzamiento de los elementos para el análisis se ha realizado desde el permanente contacto con los elementos *en línea* desde la primera selección en octubre de 2010 hasta el 28 de mayo de 2011. Sólo de esta forma se puede notar cualquier cambio en la plataforma y cómo afecta éste en la interacción de los usuarios, además de mantener el dinamismo propio de la interacción dentro de estos entornos. Registrar los cambios es parte de la tarea etnográfica.

Dicho lo anterior, se buscaron herramientas que facilitaran el desarrollo del análisis que se pretende.

Entre la etnometodología, el análisis de la conversación es probablemente el cuerpo más importante, debido en parte al gran número de investigaciones empíricas que se han realizado con respecto a la organización secuencial e interaccional de las conversaciones cotidianas. Esto desde los esfuerzos del discípulo de Garfinkel, Harvey Sacks. “Su principal logro ha consistido en demostrar de un modo detallado y elegante cómo la organización de la conversación implica poderosas estructuras generales que son muy sensibles al contexto. Sacks ha aproximado así la etnometodología a la lingüística formal” (Caballero Romero 2008).

En este sentido, Amparo Tusón (1997) apela a que la importancia de la conversación radica en su naturaleza sencilla y de primer orden en el contacto humano. De hecho, retoma su principio epistemológico que conlleva la convivencia. Y comenta que el estudio de estas estructuras se ha visto demeritado en razón de la prevalencia y legitimación de lo escrito. Sin embargo, en los entornos virtuales esta diferencia ha sido superada más por la cotidianidad que por un esfuerzo metodológico. Una gran cantidad de conversaciones dentro de entornos virtuales se da actualmente mediante la lecto-escritura, rudimentaria o no, pero se amalgaman.

Es posible incluso que alguien considere estas conversaciones [las generadas en el chat] estúpidas, vacías o poco interesantes. Gran parte de las intervenciones son cortas y no destilan una excelencia literaria ni un ingenio destacable. No obstante, no es nuestro objetivo juzgar ni valorar el contenido literario o artístico de estas interacciones, sino describir e interpretar su estructura y funcionamiento (Mayans 2002, 146 en Arango Pinto 2007).

Y en este camino los etnógrafos virtuales han avanzado. Se ha utilizado toda vez que permite el análisis de aquellas conversaciones que toman lugar en un chat (Mayans, Arango Pinto), en un foro académico (Gálvez Mozo), en simulaciones de presencialidad como Second Life (Friedman y Steed), etcétera.

Pero acaso esta técnica puede ser utilizada para el análisis de aquello que no es verbal. Esto se trae a colación de la importancia del contexto, el análisis conversacional ha enfatizado mucho la importancia de la contemplación de todos los elementos, incluidos los elementos de comunicación no verbal como las

expresiones de los involucrados. De ahí la importancia del registro echando mano de la tecnología, como el video.

En el análisis conversacional parte de las siguientes suposiciones, que delimitan la importancia de todos y cada uno de los elementos insertos en una conversación:

- 1) La interacción está organizada estructuralmente;
- 2) El proceso de ajustamiento del enunciado a un contexto es inevitable;
- 3) Ningún detalle de la conversación puede ser desechado por accidental o no pertinente;
- 4) La conversación es organizada por las partes que conversan;
- 5) Presenta un sistema de turnos de palabra, y éstos no están fijados sino que varían;
- 6) Los datos de la conversación deben captarse de la forma más fiel posible y desde los lugares donde se producen, por lo general a través de registros tecnológicos;
- 7) Se pone énfasis en la organización secuencial e interactiva de la conversación, lo cual distingue a este enfoque de otros más lingüísticos y sociolingüísticos. (Rizo García 2004)

En entornos virtuales, la importancia de la contemplación de otros elementos de interacción que no implican lecto-escritura, pero sí una forma de intercambio de opiniones, posiciones o intereses, es determinante.

Entonces en esta investigación se ha de hacer una apuesta por el *estiramiento* de las herramientas provistas por uno de los autores involucrados en los setentas en el análisis conversacional, no para la aplicación fiel de su técnica, sino como una guía de camino para un ejercicio etnográfico que va más allá de la conversación y busca entender las interacciones tanto verbales como no verbales en *YouTube*.

La etnografía de la comunicación es un enfoque desarrollado por Dell Hymes y John Gumperz (1964), quienes aseguran que para conocer cómo funcionan las sociedades o grupos se debe observar cada uno de los comportamientos comunicativos que en ellos se dan. La técnica precisa sería sustentada más tarde por Hymes y conocida como *SPEAKING*, pues propone estudiar a los componentes de un hecho de habla, que son los constructos a partir de una conversación o habla, culturalmente normados y apropiados a un contexto.

Este esfuerzo recibe su nombre del acrónimo de los componentes que determinó Hymes para el hecho habla, que se pueden resumir de la siguiente manera:

S – Situación.- Responde a la pregunta ¿dónde y cuándo? y comprende la situación de habla, lugar, tiempo y todo lo que la caracteriza a la interacción en un sentido espacio-temporal.

P – Participantes.- Responde a las preguntas ¿quién y a quién? Haciendo referencia a las personas que interactúan: emisor e interlocutor, como asimismo a las personas que participan en el evento de habla e influyen en su desarrollo debido a su presencia.

E - Finalidades (ends).- Responde a la pregunta ¿para qué? Este punto, según mi criterio, podría también ser incluido dentro de la denominada competencia pragmática, ya que tiene que ver con las intenciones del hablante al decir algo y con los resultados que espera obtener como consecuencia de ese "decir algo".

A - Actos.- Responde a la pregunta ¿qué?, y se expresa a la vez como contenido del mensaje (tópico o tema abordado) y su forma, esto es, el estilo de expresión.

K - Tono (key).- Responde a la pregunta ¿cómo? y expresa la forma o espíritu con que se ejecuta el acto. Un mismo enunciado, desde el punto de vista gramatical, puede variar su significado si se lo quiere expresar en serio, como una broma o como un sarcasmo. En este último caso anulando su significado semántico original.

I - Instrumentos.- Responde a la pregunta ¿de qué manera?, y tiene dos componentes: los canales y las formas de las palabras. El canal puede ser oral

(canto, discurso, silbido, el llanto...), la escritura, el lenguaje no verbal. En cuanto a la forma de las palabras, se toma en consideración su diacronía, 'botica' por 'farmacia', por ejemplo; su especialización o uso.

N - Normas.- Responde a la pregunta ¿qué creencias?, y comprende las normas de interacción y las de interpretación. Las primeras tienen que ver con los mecanismos de regulación interaccional, o rituales: cuándo dirigir la palabra, cuándo interrumpir a alguien, duración de los turnos. Las segundas involucran todo el sistema de creencias de una comunidad, que son transmitidas y recibidas ajustándose al sistema de representaciones y costumbres socioculturales.

G - Género. Responde a la pregunta ¿qué tipo de discurso? y se aplica a categorías tales como poemas, proverbios, mitos, discurso solemne, rezos, editoriales, cartas al Director.

Sin embargo, para esta investigación, dichos componentes serán buscados y explicados más que para un hecho de habla, para la localización y descripción de las interacciones no verbales, aunque en determinado momento también se explicarán fragmentos de las interacciones escritas entre los usuarios de los videos seleccionados.

Pero para realizar esta tarea se habrán de hacer ciertas modificaciones y echar mano de otras herramientas, que se explicarán a lo largo del análisis.

La más importante es que se aplicará la técnica en cuatro pistas, es decir, se realizará el análisis de cada uno de los componentes para cada una de las selecciones, generando con ello la posibilidad de realizar un ejercicio comparativo y determinar cuáles son los elementos comunes y cuáles los distintos, con miras a establecer directrices con respecto al mecanismo relacional que es la discriminación, sin pretender hacer generalizaciones.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS DE LAS INTERACCIONES DISCRIMINATORIAS

En este último capítulo se dará cuenta de los resultados del análisis efectuado sobre los videos seleccionados. La técnica *SPEAKING* fue ocupada, como se dijo ya, con modificaciones de acuerdo a las necesidades que se presentaron durante el análisis de la información, con el objetivo de no limitar el análisis a las interacciones verbales que aparecen en los comentarios. Si bien se dedicará un espacio al análisis de las interacciones verbales, que constituyen conversaciones por sí mismas, en este caso se habrá que concentrarse en la interpretación de todas las interacciones, incluyendo aquellas no verbales, pero rastreables en el entorno específico de *YouTube*.

La técnica mencionada sirve como directriz para un esfuerzo etnográfico, que busca entender el quehacer de las personas en los entornos virtuales a partir de propuestas discriminatorias. Esto con la finalidad de enfatizar la importancia que tienen aquellas interacciones visibles a partir de la plataforma y que no son verbales.

Por interacciones no verbales, esta investigación se refiere a la capacidad de evaluar o juzgar un video activamente mediante los botones interactivos (E), la elección de alguna de las recomendaciones hechas por la plataforma, la posibilidad de responder en video, el uso de los contenidos para generar otros, la vinculación que algunos hacen de los videos, la calificación, recomendación virtual y otras que surjan durante el análisis.

Al final se presentará un resumen de los hallazgos más concretos, resultado del camino andado a partir de los elementos generados por la técnica que guía el proceso de análisis, buscando acercarse al objetivo de la investigación.

5.1 Situación

Como se refirió en el marco teórico, en Internet, como en todo entorno virtual, los espacios y el tiempo se rigen por situaciones antes que por presencialidad. Es decir, si dos personas comienzan un diálogo en los comentarios del video se genera una situación. Apegándose a la teoría de conjuntos se podría decir que *YouTube* es una situación universal, por lo menos para esta investigación, pero a su vez cada PV (página de video) es una situación específica o subsituación, en la cual a su vez se pueden dar un sin número de microsituaciones, como son las conversaciones entre usuarios, la vinculación con otro video, la denuncia de *spam* y el consumo de recomendaciones, entre otras.

Entonces, se puede observar que las cuatro selecciones comparten un entorno virtual, *YouTube*. Lo que genera para ellos una serie de similitudes considerables, como tener a disposición el mismo número de herramientas y posibilidades de interacción entre los usuarios.

Ahora, cada una de las PV de los videos seleccionados comparte con las otras algo más que la plataforma de distribución o compartición y son los criterios de selección metodológica que se han hecho constar en el capítulo anterior, dejando claro que son significativas antes que representativas. Los criterios técnicos y temáticos de selección implican a su vez que muchas de las variables sean similares. Se podría decir que al ser videos discriminatorios concentran esa propiedad cada uno de ellos, lo que implica en sí mismo ciertas similitudes en la situación. Es difícil decir si se encontrarían tantas similitudes en otros tipos de video que no impliquen violencia en ningún sentido.

Los cuatro videos son vistos por una audiencia mayoritariamente mexicana y provienen de productores mexicanos, con excepción de *Secundaria*, del cual el productor es venezolano. Razón probable por la que esta selección contiene un número mayor de visitantes del resto de América Latina de acuerdo a las cifras brindadas en las estadísticas de cada PV.

Sin embargo es aquí que cada una de las situaciones de cada PV comienza a tomar sus propias características, debido a aspectos discursivos, pero también técnicos, dignos de mencionarse.

Sólo *Secundaria*, de 2009, ha superado el millón de reproducciones y mantiene un crecimiento constante (aunque no exponencial), la tendencia es que continúe creciendo. En esa misma tendencia se encuentra *Beso*, que ha crecido constantemente pero marcadamente por debajo de la segunda, pues pese a aparecer desde 2007, sólo ha logrado un 10% de las visitas con respecto a *Secundaria*. En este punto es difícil atribuir dicha información a su contenido, aunque cabe apuntar que en el caso de *Secundaria*, el contenido explícitamente sexual implica un atractivo adicional sobre aquel que en estricto sentido se refiere a una apuesta. Pero por ahora habrá que limitarse a mencionar lo encontrado.

Emo ha mantenido también un crecimiento, aunque es notorio que su etapa de mayor crecimiento, o pico, fue cerca desde su posteo a finales de 2007 y culminó hasta 2008, año de los acontecimientos violentos en contra de este grupo identitario, no sólo en México sino en otros países, impulsado también por la constante reproducción y distribución en medios electrónicos masivos, con el afán informativo o de entretenimiento, referido al final del tercer capítulo.

Ese lazo que mantienen algunos videos con los medios electrónicos masivos, es o puede ser determinante en el consumo en la red, *Emo* es ejemplo fidedigno de ello. El cuarto video fue subido a *YouTube* con finalidades que se tratarán más adelante, pero fue utilizado como testimonio de un acontecimiento presencial (el ataque físico contra ellos en Querétaro, referenciado en el capítulo tres de esta tesis) en diferentes medios masivos, sobre todo en la televisión, ante una coyuntura

noticiosa. De ahí que la mayor cantidad de reproducciones se hayan realizado durante los días de la crispación noticiosa.

Habría que decir que el aumento en el número de reproducciones incentivó la interacción en esta situación (PV de *Emo*), pero no determinó el tipo que esta tendría, pues se debe hacer énfasis en la capacidad sumamente individual de apropiarse un contenido propuesto por el medio masivo. No se asumió la postura proyectada por los medios masivos, que, en su mayoría, fueron de repudio.

Algo similar pasó con *Matutino*, aunque en sentido inversamente proporcional. Se trata de un reflejo (copia) de la transmisión de un medio masivo, de un programa matutino que editorializó la información una transmisión extranjera. El evidente contenido discriminatorio de ambas emisiones se guardó en *YouTube* y quedó al alcance de un público mayoritario, que no pudo ver la transmisión en vivo, lo que impulsó, ante la coyuntura noticiosa, el número de reproducciones en línea.

Hoy ha decaído el consumo de este video y ha entrado en un estancamiento, pues el evento noticioso ha pasado. Y en tanto testimonio, su redundancia lógica era el desenlace en un sentido similar, con la disculpa de la BBC, con una supuesta reconciliación del presentador mexicano de *Matutino Express*.

Las situaciones de cada video seleccionado son particulares, en parte debido a las características propias de los videos, referenciadas anteriormente, pero con ciertas similitudes en cuanto al proceder de los involucrados.

Lo que sí comparten estos videos como situación es que no se trata de un registro o una documentación de hechos prejuicios, sino que se constituyen como actos discriminatorios, en tanto demuestran su intención de humillar a algún o algunos involucrados. Y como explicaba Belvedere (2002), la discriminación no es aquello que resulta de una acción sino el acto relacional en sí mismo, se concreta en la propia relación. Es decir, estos videos incitan a la persecución, la denostación, la utilización, la descalificación y la humillación de los involucrados. Van más allá de un discurso vulgar o crítico, intentan mantener una relación de poder impositiva sobre los tipos representados en los involucrados.

Cada uno de los videos da lugar a un gran número de microsituaciones que pueden proveer luz sobre la interacción en entornos virtuales. De ahí que lo natural sea preguntarse por los participantes involucrados en las situaciones.

5.2 Participantes

Los participantes en cada uno de los videos o situaciones son los productores y los consumidores del contenido, pero se puede hacer más específico esta descomposición del colectivo de usuarios que participan en cada uno de los videos seleccionados.

Se sabe que el total de reproducciones de un video no significa igual número de espectadores, razón por la cual no se puede determinar mediante esta cifra cuántos participantes se tienen por video, pero de los participantes no se tiene datos más allá de aquellos que provee la plataforma que son escasos.

Sin embargo, existen datos de gran utilidad, como la región o país donde más personas han consumido los videos, como se ilustró en la sección anterior. Se enfatizó, también, que en los cuatro casos se eligieron videos consumidos mayoritariamente por mexicanos.

Se puede rescatar el dato sobre las poblaciones que han consumido estos contenidos de acuerdo a las cuentas registradas en *YouTube*, que proveen ese dato de manera inmediata aunque claro quedan relegados de este conteo aquellos que acceden sin registro. De ahí se puede afirmar que en las tres primeras selecciones (*Beso*, *Secundaria* y *Matutino*) las edades de las personas que más consumieron estos contenidos pertenecen al rango de hombres de 35 a 44 años de edad, sólo *Emo* tiene la salvedad de ser consumida por una población juvenil, incluso de menores de edad. Las redundancias (videos similares propuestos por la plataforma) de cada uno de los productos también son consumidas por adultos y

jóvenes adultos, incluso la redundancia de *Emo* que, cabe señalar, se parece a Secundaria, por el contenido sexual.

Esto permite inferir que en tres videos no se trata de poblaciones juveniles quienes consumen asiduamente los contenidos discriminatorios, sólo en el caso de *Emo* se puede hablar de consumidores juveniles.

Se debe decir que las poblaciones a las que se hace referencia, no deben asumirse como un cuerpo homogéneo que interactúa con los contenido de manera consistente o a favor del contenido, pues eso sería negar la propia diversidad de las audiencias que se observan el material. Para tener claridad en las posiciones de cada uno de los grupos se debería recurrir a muestras específicas con respecto a las opiniones que le genera el material y conocer los intereses que llevaron a las personas a reproducir los contenidos discriminatorios. Sin embargo, esa sería una investigación diferente, que tampoco podría reducirse a quienes participaron activamente en los comentarios, pues la audiencia es mucho más amplia.

Por ejemplo, la diferencia de consumo entre *Emo* y su redundancia, hace notar que las poblaciones de consumo varían sus **posiciones** discursivas y de consumo, respecto al producto que se ofrece. En los tres primeros casos (*Beso*, *Secundaria* y *Matutino*) las redundancias son similares en temática y productor, por lo que se puede inferir que de ahí resulta la similitud en sus audiencias y sus participaciones activas. En cambio, en el cuarto caso aunque el productor es el mismo la temática cambia presentando a mujeres como objetos, cosa que aleja, al parecer, al público espectador, prefiriendo otras redundancias con temáticas similares antes que deberle lealtad a un productor y sus contenidos.

Se puede afirmar así que se trata de consumidores que buscan contenidos muy específicos y no sólo consumen aquello que les ofrece la plataforma. Su consumo es activo, no pasivo. No se puede hablar de sumisión a la oferta del medio, sino de una búsqueda específica de contenido.

He aquí lo que explica Gálvez Mozo (2006) con respecto a lo cambiante de las posiciones que presentan los usuarios en Internet. La propia dinámica de los

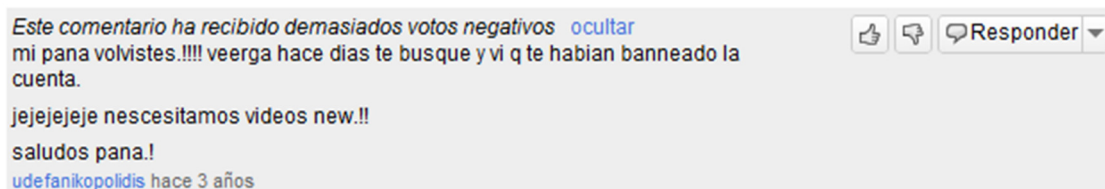
actores impide que se casen con un productor, están en búsqueda de contenidos específicos, donde lo único que permite flexibilidad en el consumo son los intereses propios de quienes componen las audiencias activas. No es necesario dejar asentada su participación mediante un comentario, ellos exponen y ratifican sus intereses a través de la interacción con los contenidos y las herramientas provistas por la plataforma.

Otro apunte que se tiene que hacer es que no es lo mismo la audiencia y el rastreo que hace *Google* de ésta, ni tampoco que los usuarios que participan activamente. Los comentarios contienen a *participantes activos, tubers y celebridades*, mientras que la audiencia puede contener a *marginales* e incluso *casuales*.

Dicho lo anterior, habrá que destacar que el número de comentarios siempre está relacionado con el número de reproducciones y es totalmente proporcional: a más reproducciones, mayor número de participantes activos.

Por otra parte están los productores. Tres de los *tubers* que postearon los videos guardan anonimato, cosa que refleja conciencia de hacer algo indebido, o poco conveniente para sí mismos, en cambio, en *Matutino* se hace explícita su posición, escudado en la legitimidad que le da no ser él el productor del video y haber sido transmitido en televisión abierta.

Sin embargo, todos pueden ser identificados si a esa tarea se diera esta investigación, debido a las primeras interacciones escritas, que generalmente son de conocidos del propio productor, atendiendo a lo que dice Christaki y Fowler (2010) con respecto a la construcción de las redes sociales, técnica por la que se difunden casis siempre los contenidos en *YouTube*. Por ejemplo (*Emo*):



En los cuatro casos se refieren al video, como si fuera presente su producción, cuestionando a los productores sin considerar en qué momento se hizo el video o si acaso ellos revisarán los comentarios. Esto es resultado de la asincronía de los entornos virtuales, de la que habla Echeverría (1999) y que está relacionada íntimamente con el concepto de virtualidad, ya que la situación en que se presenta es un continuo permanente donde los participantes se encuentran más allá de las circunstancias presenciales.

Entonces, se puede decir que los participantes son tanto productores como consumidores, cada uno aporta a la creación de la situación mediante la generación de microsituaciones en la virtualidad que permite la construcción de un presente perpetuo. En estas microsituaciones o interacciones permanece también la identidad presencial de los participantes y puede ser rastreable, como se estableció en el marco teórico, a partir de su discurso y acciones de vinculación entre contenidos, razón por la cual se privilegia el anonimato de los participantes, tanto de los que entran sólo a observar el material expuesto, hasta los comentaristas y productores. El crecimiento de la popularidad, o mejor dicho del número de reproducciones, de un contenido, depende de las redes sociales virtuales y presenciales del productor, el cual puede ser ayudado por la eventual aparición en medios de difusión masiva. Pero el “éxito” sólo aplica a un contenido por el cambio de posiciones de los consumidores.

Y para finalizar con los participantes, se debe hacer énfasis en que en el caso de estas cuatro selecciones se logró comprobar que los consumidores promedio de los contenidos discriminatorios no son jóvenes sino hombres adultos de edad media. Datos que sirven para romper tabúes con respecto a que son los jóvenes quienes consumen mayor cantidad de *junk videos* en *YouTube*, específicamente aquellos con contenidos discriminatorios; aunque claro no es una afirmación representativa sino cualitativa, con respecto a la selección de este trabajo.

Pese a lo encontrado en cuanto a los participantes debe apuntarse que se rastreó aleatoriamente a algunos de los usuarios que consumieron los videos seleccionados, buscando entre sus favoritos y comentarios en otros videos. Durante

el rastreo se encontraron contenidos parecidos a la selección de esta investigación, pero también una mayoría que se refiere a otros temas diametralmente opuestos. En un caso se encontró que un activo participante de *Emo*, donde apoyaba al productor en sus ataques, también participó activamente en otro video en contra el racismo.

Las personas que se involucran en contenidos discriminatorios no deben ser calificadas como discriminadores o victimarios, sino hacer notar que en esa situación específica lo fueron, pues generalizar una identidad en ellos, implicaría una negación al posicionamiento del que habla Gálvez Mozo (2006). De hecho es común que quienes discriminan hayan sido discriminadores, pues el proceso relacional se reproduce fácilmente como una herramienta de defensa ante la propia agresión.

Es evidente que tampoco la plataforma pueda calificarse únicamente como vía de procesos discriminatorios, es tan grande la cantidad de información que contiene, que dicha afirmación sería absurda. Son más importantes los usos que se hacen de la plataforma para la distribución de entretenimiento, información útil, videoteca y otros tantos.

5.3 Finalidades

Pese a ser un discurso similar en la temática, partiendo de la selección realizada del corpus de la investigación, las intenciones o finalidades de cada video son ostensiblemente distintas. Aún más si se habla de cada una de las microsituaciones contenidas en cada video.

Beso sirve en primera instancia para documentar un acto. Y si se permite interpretar los comentarios más antiguos, existe una clara intención de llegar a un público determinado o causar repercusiones en un entorno presencial específico. Esto, debido a las afirmaciones hechas en los comentarios que permiten saber que los

primeros espectadores conocen en el entorno de la filmación, la E.I.A.O. (Escuela Industrial y Preparatoria Técnica “Álvaro Obregón” en Nuevo León).

[Léase de abajo hacia arriba]

putos homosexuales
hijos de su reputa madre!!!
espero i se los lleve a la verGa
a todo ese pinche salon.....
mala fama a la EIAO.....
Saludos al 128vesp
i al a verga los jotos
[eltruecacuentos](#) hace 3 años

pinches jotos dan una mala imagen a nuestra prepa, no valen pa pura verga, ke se jodan por jotos..
[simonelgranvaron111](#) hace 3 años

porque los expulsaron?, entonces 2 hombres no tienen derecho a darse un beso? que maestros y director tan retrogradados deben tener en esa escuela.
[dcmltnrd](#) hace 3 años

wakalotonn ㄟㄟ
[popzrp](#) hace 3 años

hay rumores de ke ya los expulsaron
[jorge1991](#) hace 3 años

nee see pasaron pobres de los chavos a mi me leego el chismee de qee los expulsaron x esoo no no no mui mal de su pertee a mi mee gustabaa el chavo de negroo hahahhah sooqee

beesitoos byeee
[muneqitaa7blingbling](#) hace 3 años

ajajaj por andar de calientes
lol
[JadeRgo](#) hace 3 años

wakala
[maniakrp](#) hace 3 años

la neta espero que el pendejo que suvio el video se muera por culero y se lo cargue la verga
[sajm900214](#) hace 3 años

jajaj inche huesose labañ
bnosalu2
[lokilabb](#) hace 3 años

que puto el que suvio el video ojala se lo cargue la verga
[sajm900214](#) hace 3 años

Existen claras intenciones de mostrar una conducta que, a criterio de quien lo postea, tendría que ser vergonzante, por lo que se desacreditaría o difamaría a alguno o algunos de los involucrados. Parece haber logrado su objetivo al leer el primer y tercer mensaje de “*sajm900214*”, quien parece sentirse aludido por la publicación del material. El resto de los mensajes denotan un público determinado con interés en el entorno escolar del video.

En *Secundaria*, la intencionalidad va en otro sentido, tiende más hacia la provocación del deseo por la involucrada. Ha decir del propio productor, que sólo respondió a uno de los mensajes, él no produjo el video, pero lo montó en la plataforma:

jajaja lastima que la chamaca sta muy wapa y lastima que era su primera vez que le baja =P jaja por cierto kmo obtuviste el video ?? =P
Ifp2s3dark hace 1 año

el video lo obtuve de un amigo de eia me lo paso para k lo subiera

flakitolidosma hace 1 año



Ello nos lleva a inferir que, si bien las intencionalidades de quien grabó el video pueden ser otras, el usuario que posteo el video lo propuso ante su audiencia con un afán lúdico aunque agresivo, denostando a la involucrada.

En el caso de *Matutino*, la intencionalidad del usuario que posteo el video es clara desde la descripción del video (G): “Este es lo que dijeron en el programa BBC Top Gear sobre el auto Mexicano Mastretta con comentarios racistas, pero el Equipo de Matutino Express nos defendió, Chequenlo...” El autor del video no intenta hacer otra cosa, ni siquiera interactuar con su audiencia, sino difundir la supuesta defensa que hizo el programa mexicano, de tal suerte que la acción es para divulgar un registro.

Finalmente en *Emo*, el autor no deja clara una intención de posteo, sin embargo a través de otro de sus videos intitulo “Crítica a lo inapropiado” hace explícitas su intencionalidad para realizar y publicar materiales discriminatorios. A decir de *Muurrey*, como se hace llamar el autor, sólo “critica de manera legal aquello que

veo mal”, defiende además su derecho a la libre expresión hasta llegar incluso a un llamado explícito al asesinato:

Si vamos a poner como cultura el porno, también deberían poner como cultura el matar putas, gays, lesbianas y a los hombres perros. Lo convertiremos en un deporte y todo. Nada más me imagino lo divertido del deporte: ponemos a un gay y una lesbiana a correr y empezamos a dispararles como si fuesen ganados y lo mismo con las putas y los perros. Ah, pero claro, matar a esa plaga de gente está mal porque ellos supuestamente tienen derecho de vivir... Siendo ese el caso, ¿qué me quita a mí el derecho de vivir criticando a estos hijos de puta. Porque aunque soy una persona con un léxico bastante ofensivo, al menos tengo valores, los cuales defiendo (Comentario incluido en el video “Crítica a lo inapropiado”, transcripción propia).

De ahí se puede inferir que el autor equipara su derecho de expresión, aún de posturas radicales que llaman al odio, con cualquier otro derecho fundamental de los otros. Además, al final del video donde expresa sus posturas, explica que su tarea la replicará, máxime si existen esfuerzos por censurarlo, pues advierte:

Y si me borran otro de los videos, sale lo mismo. Al fin de cuentas me toma tres minutos subir cada uno. Por ende, espero que no se molesten en enviar un correo y esperar cinco días a que les respondan. Porque después de los cinco días me tomo tres minutos y vuelvo a subir el video en distintos servidores, para que todo el mundo sepa lo hijos de puta que son. (“Crítica a lo inapropiado”)

Es claro que no existe otra tarea que dispersar su discurso de odio a través de videos, a diferencia de los otros tres videos cuyas intenciones no son necesariamente estas. En este sentido, parece ser este el video con intenciones más claras, a partir del perfil del usuario.

Todo lo anterior se refiere únicamente a las intencionalidades de los *tubers*, que publicaron dichos videos. Con respecto a las intenciones del resto de los participantes existen un número idéntico que ellos, por tanto indeterminado, sobre todo, resulta imposible sostener alguna información sin datos extraídos de una búsqueda exhaustiva de cuando menos una muestra proporcional de los participantes de cada selección.

Por tanto, sólo resta conformarse con lo expuesto por los comentaristas, pues habrá que recordar que a partir del discurso se pueden inferir posiciones estructurales de los participantes. Aunque, se puede ser poco puntal debido a la masa de comentarios que obtiene cada uno de ellos. Pero se pueden mencionar algunas directrices, que marcan la participación de los usuarios.

En el caso de *Beso*, los usuarios tienen a dividirse en sectores, dos de ellos capturan la mayoría de los participantes de acuerdo a sus opiniones. Un grupo aprueba el contenido del video, repudiando el beso entre hombres con categorías homofóbicas y violentas. El segundo grupo, se trata de personas que defienden la acción, ya sea como un juego o como una conducta sexual. Un importante número del segundo grupo se asume como homosexual.

En *Secundaria* el discurso dominante está enfocado al interés sexual. Quien aparece en el video es calificada por su aspecto, y los participantes dicen “qué le haría”, “cómo” y “dónde se lo haría”. La protagonista se vuelve un objeto de divertimento entre los espectadores.

Existe en este video un grupo de personas que asume que, quien posteo el video es la protagonista, mientras otros suponen que el autor la conoce, de ahí que intenten obtener el contacto con la protagonista.

En *Matutino* existe una mayoría que se embarca en el discurso de los presentadores mexicanos exhibiendo prejuicios en contra de los ingleses, además de la presentación de “argumentos” chovinistas, donde se caricaturiza el “ser mexicano”.

Aunque también existe un grupo importante, pero minoritario, que intenta hacer notar que las bromas o respuestas de Matutino Express, al utilizar el mismo tipo de discurso inversamente proporcional, caen en el mismo esquema y no sólo agravian a los ingleses sino a los propios locutores. Por ejemplo:

Si tres (Sí... tres) comentaristas británicos dijeron un serie de estupideces....
porqué atacar e insultar a todo el pueblo ingles [sic]. Seamos justos é

inteligentes... No mostremos nuestras propias miserias con insultos.
(fernandezf80)

No mamen, ya dejen de hacerse los ofendidos, si nosotros somos los primeros en burlarnos de otros países. Nos burlamos de los argentinos, de los gringos, de los españoles, de los chinos y hasta de los negros. A ver como Africa o Norteamérica no se ofendieron cuando salió Memín Pingüín o cuando Gabilondo Soler compuso Negrito Sandía o el Negrito Bailarín. Como no se ofenden España y Argentina con los chistes de Polo Polo, ponganse a jalar bola de huevones y dejen de ver estas mamadas. (reyjaime)

Finalmente en *Emo*, una vez más tiene a dividirse en dos los espectadores, un grupo mayoritario durante los primeros años de exposición del material, que aprueba el contenido generado, solicitando al productor más, y otro grupo al que le desagradó y llama a la tolerancia, aunque también bajo argumentos muy agresivos e intolerantes muchos de ellos.

Las intenciones de cada uno estriban entre apoyar y el rechazo. Los que apoyan el contenido incluso continúan una cadena de reproducción de contenidos similares donde también participan activamente con comentarios, predominantemente los referentes al grupo atacado (*emos*). Mientras que los que defienden a los *emos* intentan imponer su posición en contra pero abandona cualquier polémica que pueda generar su comentario, no se engancha.

Puede resumirse que en *Beso* y en *Emo*, la intención de los usuarios es mayoritariamente el entretenimiento. Mientras que para *Secundaria* es la estimulación sexual y para *Matutino* es la indignación chovinista. Esto si se intentara simplificar de alguna forma cada una de los videos seleccionados.

Si por el contrario, se buscara la especificación de cada participante, el trabajo sería arduo, pero puede entenderse que en cada una de las selecciones existen quienes están a favor de la posición discriminatoria del material, pero también existe otro grupo que está en contra. Quienes luchan en sus comentarios contra el contenido discriminatorio son los menos en todos los casos, pero se puede inferir que en el

rastreo de información que comulgara con sus intereses se vieron expuestos al material, lo que refuerza que la mayoría de consumidores de este tipo de contenidos lo busca porque comulga desde antes de la exposición con el productor.

La responsabilidad de consumo se hace palpable con este rastreo de las finalidades. *Google* no hace que uno consuma cosas que el usuario no desea consumir, las propuestas que hace el *Page Rank* atienden al consumo previo de los interesados, de ahí que las redundancias y recomendaciones sean similares y compartan consumidores.

Los productores proponen y los observadores disponen. Con lo anterior no se afirma que los consumidores de este tipo de contenidos sean victimarios asiduos, pues, una vez más, sería negar el cambio de posicionamiento inherente a Internet y al cambio de vestuarios del que hablaba Goffman, más bien se entiende que las finalidades de los consumidores en ese momento específico atendían a un impulso previo y que la plataforma no incentiva el consumo, pues su menú es tan basto que el usuario decide qué consumir. Los discriminadores no son otros que los discriminados, lo único que cambia es el momento, la situación y las circunstancias. El propio mecanismo de discriminación es como un bumerang: la intención que tengas en determinado momento puede llevar a cometer un acto discriminatorio, pero la intención de otro puede hacerlo actuar discriminándote.

Parece que la primera intención de los tres primeros videos no es discriminatoria, del cuarto lo es. Sin embargo, la discriminación es un acto relacional, muchas veces cometido sin intencionalidad, pero que por sus características culturales se dispersa fácilmente. Así, cada uno de las selecciones forma parte de este mecanismo, lo mismo sucede en muchas de las microsituaciones, donde la intencionalidad no es lo que vuelve a los dichos discriminatorios, sino estar inmersos dentro de un proceso que fortalece las relaciones de poder excluyentes.

5.4 Actos

Los actos deben entenderse exactamente como lo que se ha denominado en este análisis como microsituaciones, debido a que en un acto es donde confluyen las intenciones de interacción de los diferentes actores o usuarios. Sin embargo, muchos de los actos son invisibles sin un seguimiento puntal de cada uno de los participantes, pues la interacción en el entorno virtual no limita la interacción en otros entornos virtuales o presenciales.

Es decir, para entender cómo se dio el proceso de viralidad de cualquiera de los videos seleccionados, se debió seguir al productor y la promoción de su PV y esta promoción se hizo sólo de manera virtual en *YouTube* o tuvo injerencia su conjunto de redes sociales virtuales y presenciales (amigos de *Facebook*, contactos de *MSN*, amigos de la escuela, familia, trabajo), las cuales a su vez se mezclan y entretajan.

Por tanto, muchas microsituaciones o actos no son detectables sólo viendo el entorno virtual específico, es mucho más dinámico. La PV se queda corta en este caso, pero un estudio más minucioso requiere de mayores recursos tanto humanos como económicos y temporales.

Sin embargo, se puede decir algo de aquello que sí está ahí: los comentarios, donde se derivaron muchas microsituaciones o actos que brindan información por sí mismos.

Lo primero que se puede decir en cuanto a las conversaciones entabladas a lo largo de los comentarios de los videos es que la gran mayoría son muy breves y muchas veces fragmentadas. La posibilidad asincrónica de la plataforma permite que sus participantes activos rieguen sus comentarios sin importar la permanencia del otro a quien se dirige el mensaje. Esta posibilidad permite que una conversación quede en *Stand by* o suspendida esperando respuesta del otro, pero al mismo tiempo permite que el otro no se sienta obligado a responder como sucede la mayoría de las veces en la presencialidad. Más aún, esta ruptura se da generalmente debido a que las posiciones enfrentadas en una posible conversación no se dan entorno a puntos comunes, sino lo contrario a puntos completamente opuestos e inamovibles.

Aquí se colocan los primeros actos verbales de cada una de las páginas de los videos seleccionados:

[Registro gráfico del 31 de mayo]

Selección

que puto el que suvio el video ojala se lo cargue la verga
sajm900214 hace 3 años

pues esa es la que quiere que se lo cargue pendejo.
dcmittndr hace 3 años

Selección

pero que tetas tan ricas tiene esta puberta, para mamárselas todas!!
mecanico242 hace 1 año 5 👍

¿Todas? Pero si nada más son 2.
cire3000 hace 1 año

Selección

estupidos dicen que los mexicanos duermen tanto no se han fijado en un espejo de sus putas caras gracientas.
un albañil trabaja mas de 10 hrs diarias al igual que un campesino y otros trabajos duros, ellos que estan en su foro con clima y todas las comodidades.
levantarse y saberse mexicano es lo mejor del mundo estupidos.
fuck youuuuu
TROPMETUV hace 3 meses 35 👍

@TROPMETUV ahuevo, por cierto me encanto la frase que usaste!
levantarse y saberse mexicano es lo mejor del mundo estupidos!!
danypunk09 hace 3 meses

@TROPMETUV bien dicho hermano los mexicanos somos los mejores!!
APNOGONTH666 hace 3 meses

@TROPMETUV y de ahi salen los mejores comediantes jj como el werevertumorro!!!! XDDD aunq no soy de mexico DX
NationalPornoGraficA hace 3 meses

Selección

Moda o no, problemas o no, les tiene que valer madre a ustedes, que comentarios tan pendejos ponen, cada quien se viste como quiere y se pinta si quiere, cada quien lamenta sus problemas y los llora si quiere, el tamaño del problema es de cada quien, al pendejo que hace estas criticas mejor que se ponga a hacer cosas para bien porque hasta eso tiene creatividad el imbecil, aclaro, no soy emo, pero deja vivir a la gente y ve a criticar a tu perra madre.
fjlahmbj hace 3 años

mira pendejito que no puede ni inventarse un "nick", no eres mas que un poser pendejo que dice que llaten los ramones y los misifts y se encierra en su cuarto a escuchar a kudai y esas mamadas, y estas re pendejo, y mas pendeja la puta que te pario por dejar que seas asi de idiota, estas re pendejo, a si, estas re pendejo, y estas re pendejo, y que crees, estas re pendejo, y tu jefa tambien, esta re pendeja porque tu estas re pendejo, adios re pendejo
erickthehitman hace 3 años

En la primera conversación, de *Beso*, se puede inferir, de acuerdo a otros mensajes y el canal del usuario, que el actor *Beso 1* (*sajm200214*) estuvo presencialmente en la grabación del video, razón por la cual hace saber su molestia por la publicación. Mientras que el actor *Beso 2* (*dcmitinrd*) irrumpe con una réplica agresiva pero jocosa que retoma una expresión en un sentido distinto al actor *Beso 1*. Sin embargo, el actor *Beso 1*, no busca continuar ese diálogo que intentó comenzar el actor *Beso 2*.

En la segunda conversación, de *Secundaria*, se repite el fenómeno, pero esta vez en un tono menos agresivo. Aunque el que incita al diálogo tampoco obtiene respuesta.

En el caso tres, de *Matutino*, el comentario genera simpatía entre otros comentaristas, lo que gana una serie de respuestas a un mismo comentario, todos de aprobación. Pero en ninguno de los casos existe un motivo suficiente como para provocar una réplica del que actor *Matutino 1* (*TROPMETUV*), provocador de empatía.

En el cuatro caso, de *Emo*, el actor *Emo 1* (*fjlahmbj*) tras sentir que se agravia la individualidad de otros por el contenido del video, muestra su disgusto mediante un mensaje agresivo donde invita al conductor a utilizar su creatividad en otras actividades. La respuesta que surge es aún más agresiva, pues utiliza una serie de prejuicios o estereotipos (musicales) para incriminar al actor *Emo 1*, continuando con vituperios que rayan en inentendible. No recibe réplica del actor *Emo 1*.

Última conversación de cada video seleccionado hasta el 30 de abril:

[Registro gráfico del 31 de mayo]

En la conversación (o intento) de *Beso* se ofrece un argumento con respecto a los mensajes odiosos de otros usuarios, lo que amerita una descalificación por alguno de ellos, bajo la premisa de tener mayores conocimientos. Ambas posiciones son agresivas y la conversación se rompe.

En la muestra de comentarios de *Secundaria*, el actor *Secundaria 3 (yeyojacson)* alude a un escándalo mediático reciente, cosa que sirve como gancho y obtiene respuestas, pero no se abre a un diálogo como sucede en el caso tres anterior.

En *Matutino* el actor *Matutino 3* asume una posición pro-inglesa mediante otros prejuicios, lo que genera respuestas no tan agresivas, pero que sí desacreditan lo dicho. Incluso el actor *Matutino 5 (MikeZero619)* apela a la cancelación de los prejuicios. No hay respuesta.

Finalmente en *Emo* se repite el fenómeno de la primera conversación.

En todos estos casos se es testigo de una falta de diálogo. Se generan estímulos para iniciar una conversación en forma, pero cada uno de los participantes, tras la respuesta de otro no responde, en ninguno de los casos.

Existe poca disposición al diálogo y eso se repite en una infinidad de ocasiones dentro de los videos seleccionados. Son comentarios lanzados al aire que no buscan ningún tipo de interacción con sus iguales y cuando la logran de manera fortuita o por algún discurso que se convierte en diálogo no existe interés alguno en continuar, ni siquiera en un sentido peyorativo o de defensa.

Pero este fenómeno también lo había identificado ya Gálvez Mozo (2006) en el estudio de las interacciones virtuales que se viven en un aula virtual de la *Universitat Oberta de Catalunya*, donde la apatía ante el diálogo tenía que ser mermada con la participación de los profesores en los foros, pues de otra forma los diálogos se rompían fácilmente y no había participación activa.

En este caso, en *YouTube*, no existen moderadores o incentivos para participar, lo que puede explicar la escasa replica entre comentaristas y la casi nula conversación que se da entre ellos.

Sólo en algunos casos se continúa la dinámica, como el fragmento siguiente de *Beso*:

no mamen.. que puttos jotos!! primero dice que de lengua no y casi se lo traga.. de seguro saliendo de ai se fueron a cojer..wacala.. par de putos.. y luego dice "un beso no va a aser que deje de ser hombre" jajajaj que pendejo... zhe vato joto!!

PUTOS MARICONEEEES

KrOKiS13producciones hace 10 meses

@KrOKiS13producciones envida o coraje si sabes lo k bas a ber con ber el titulo k chingados ases aqi reprimido el k tiene omofobia es de sexo dudoso :D

edg911javy hace 9 meses

@edg911javy

jajajajajajajajajajajajajajaj BOLA DE PUÑALES MAMA VERGAS

KrOKiS13producciones hace 9 meses

Comentario eliminado

edg911javy hace 9 meses

@edg911javy jjajaja no mames.. si eres puñal?? tssss jajaja wakala

KrOKiS13producciones hace 9 meses

@KrOKiS13producciones pudrete be i sige de reprimido en el closet y ps no lo soy y si me kres bien si no me bale verga

edg911javy hace 9 meses

Como se puede observar se trata de un intercambio de palabras entre dos usuarios, que a decir de los perfiles mostrados en sus canales se trata de hombres mexicanos de 19 y 20 años respectivamente, donde el actor *Beso 5* (*KrOKiS13producciones*) cuestiona a los actores en el video. Este primer discurso sirve de estímulo para que un el actor *Beso 6* (*edg11javy*) intervenga y cuestione el interés de *Beso 5* sobre el contenido. Esto genera una reacción que da lugar a una serie de comentarios que termina con la fractura, por parte de *Beso 6*.

Cabe decir que en la secuencia mostrada existe un comentario que dice "Comentario eliminado", en este caso se trata de un comentario que pudo ser eliminado por tres actores: por el productor del video quien tiene la opción de validar lo que se dice acerca de su contenido, por la plataforma por haber comprobado una

infracción a sus “Instrucciones de la comunidad *YouTube*” (Anexo 1) o por el usuario que realizó el comentario.

A interpretar de esta investigación, las dos primeras posibilidades resultan poco viables, debido a que el productor de la *Beso* lleva mucho tiempo inactivo, de acuerdo a la información de su cuenta, y *YouTube* necesita tres amonestaciones previas (marcar como inadecuado por otros usuarios) y habría muchos mensajes marcado previos a este. Lo más probable es que el usuario eliminara su propio comentario.

Podría afirmarse que se dan tres casos de interacción verbal, que a su vez son microsituaciones, en estas selecciones:

- Las expresiones aisladas, que son todos aquellos comentarios que, dirigidos al productor o al contenido, se mantienen sin repercusiones en la dinámica virtual del video.
- Los intentos de conversación, como se llamarán en adelante, que se trata de aquellas microsituaciones que suscitan la participación de un espectador y a partir de un gancho del espectador x, pero el cual no obtiene respuesta de x, quedando fragmentado el ejercicio comunicativo.
- Y las conversaciones, que son aquellos diálogos generados al interior de los comentarios que se logran tras la voluntad de los usuarios por intercambiar mensajes, Gálvez Mozo (2006) las llamó **eventos**.

En el caso de los videos seleccionados se puede afirmar que los intentos de conversación se dan a partir de un gancho provocador, generalmente agresivo o contra el contenido del video. Las reacciones registradas son de confrontación a lo dicho en el comentario original, por el desagrado que provocó en el espectador, excepto en *Secundaria*, donde en muchos casos se trata de redundancias del comentario original, donde se reproduce un comentario de deseo hacia la protagonista del video (siempre en términos de objeto).

En cambio, en las conversaciones se puede apreciar que el gancho no siempre es por disentimiento y puede variar la lógica de la misma. Es decir, en las

conversaciones registradas, el desarrollo es muy variado, existen las confrontaciones entre usuarios, la agrupación por intereses comunes de aprobación o reprobación del contenido, asuntos ajenos al contenido, compartir información, apoyo a posturas externas a los involucrados en la conversación, etcétera.

Puede decirse que donde existe la voluntad comunicativa, las respuestas pueden ser muy variadas, se rompe con los posicionamientos más duros, cosa que no sucede cuando se trata de intentos de comunicación. La lógica del intercambio de mensajes puede generar mayor disposición al cambio de posicionamiento.

En resumen, es lamentable la imposibilidad de asir los actos no verbales mediante la investigación virtual, lo que demuestra la necesidad de profundizar en investigaciones más complejas que incluyan ejercicios etnográficos que combinen técnicas presenciales con virtuales. Pero la investigación virtual provee excelentes enseres para el análisis de los actos verbales, ya que permanecen en su gran mayoría intactos como testimonio de su existencia, dispuestos para el análisis.

De ahí se observó que la disposición al diálogo en los videos seleccionados es casi nula, lo que no implica una apatía por participar en los espacios o brindar opiniones personales en estos entornos. Lo que tendría que ser investigado con más detenimiento. Pero también surge la posibilidad de un cambio de posicionamientos muy rápidos a partir del diálogo, lo que abre la puerta a propuestas que buscan generar mayor participación en los entornos virtuales. Habría que revisar *Twitter*.

Esto último es importante pues recordando a Kapuscinsky, en el segundo capítulo, explica que al encontrarse con el *otro* existen tres posibilidades de reacción: Ser indiferente, luchar contra él o dialogar con el *otro* para conocerlo. En los videos que se han analizado aquí, las dos primeras respuestas predominan, pero cuando sucede la tercera se relaciona directamente a la apertura al diálogo, pues se da el “acontecimiento”, donde los que se encuentran se reconocen iguales en las diferencias.

5.5 Tono o claves (*key*)

Cuando la técnica original se refiere al tono o claves de la conversación, alude a la forma en que se emitió el mensaje, si el tono fue serio o en broma, si hubo ingenuidad o sarcasmo, etc. Pero para fines de la investigación aquí se hablará de manera general del conjunto de actos o microsituaciones que permean la interacción en cada PV, con la finalidad de descubrir cuáles son los elementos comunes en la interacción con contenidos discriminatorios. Más que de un tono de voz, un tono en la manera de escribir, que puede ser interpretado por las palabras utilizadas e incluso por los símbolos de oralidad tan comunes en estos espacios.

El primer elemento común es que en todas los videos seleccionados sea el discurso violento a partir del contenido es el que predomina. No importa si los comentarios son de aprobación o reprobación, la violencia y la agresividad son predominantes. Tanto en los comentarios que califican positivamente el contenido como aquellos que lo reprueban, permea en los discursos una agresividad marcada, que contiene una descalificación del otro que comenta.

Si se tuviera que llevar la actitud que predomina en estos videos a algún entorno presencial se diría que se trata de un embotellamiento vehicular de larga duración donde no existen, son insuficientes o no sirven los semáforos y policías de tránsito. Cada usuario se encuentra en su automóvil que funciona como una esfera de protección y muchos tocan el claxon y alcanzan a gritar vituperios a quienes los rodean, algunos los responden.

Y el investigador se encuentra sobre un edificio viendo el espectáculo, quedan fuera de su campo de oído y visión las conversaciones que suceden dentro de los autos (lo que sucede en los entornos presenciales), pero alcanza a percibir el barullo que queda en el espacio público.

Eso pasa en estos videos, en otro tipo de contenidos quizá la analogía tendría que hacerse con un día de tránsito fluido.

Dicho lo anterior, se puede afirmar que la gran mayoría de los juicios emitidos son breves y arrebatados. Muchas veces el mensaje contiene errores de dedo que reflejan prisa al escribirlos y que las posiciones cambian de un comentario a otro, incluso de un mismo usuario. No existe un discurso armónico entre los participantes.

De hecho la ortografía es un elemento de poca importancia para los participantes, incluso se presentan errores en palabras elementales como subir, ojo, pollo y jugar, que en diferentes comentarios aparecen como “suvir”, “hojo”, “poyo” y “gugar” y, a juzgar por el contexto de los mensajes, no se trata de una cuestión identitaria o de economía del lenguaje.

Los protagonistas de los videos son observados como objetos antes que como sujetos, existe un aura que invisibiliza su calidad de personas tangibles y se le asocia con un personaje ficticio. Como afirmaría Paula Sibilia (2008) que quienes se exponen ante las vitrinas de *YouTube* asumen la conversión en personajes. Pero esto no se cumple en tres casos: en *Beso*, *Secundaria* y *Emo*, donde los protagonistas jamás fueron consultados previo a la publicación de sus imágenes. Aunque también se debe decir que en los cuatro casos se consintió la captura de la imagen, en *Beso*, los protagonistas nunca intentan evitar la grabación; en *Secundaria* ella actúa para la cámara; *Matutino* es la copia de una transmisión en vivo en un medio masivo; y *Emo* retoma imágenes que fueron publicadas con abundancia en otros espacios virtuales.

Por otro lado, los productores o *tubers* de los videos presentan siempre una distancia de sus seguidores y comentaristas. Sin hacer un contacto con ellos (cosa que nunca se planteó en la investigación), se puede inferir a partir de lo ya analizado, que dicha distancia puede responder a la incapacidad de reaccionar ante tantos comentarios, pero también puede ser por no estar interesados en las opiniones (como se infiere en *Beso*) o para marcar un aura de superioridad dentro de la comunidad. Habría que tener más elementos y un contacto cercano a los productores para determinar las razones específicas, que de cualquier forma sólo

hablarían por estas selecciones específicas. No podría ser ni representativo ni explicativo.

El resultado de la observación de los tonos es notar que se existe una congruencia en el fondo de cada una de las PV elegidas. En *Beso*, el título del video (“beso de jotos de E.I.A.O”) implicó un acercamiento, primero de estudiantes de la escuela mencionada, pero después fue por la referencia más común del video: “joto”. Esto que implica una denostación y por consiguiente una cadena de denostaciones de sus consumidores y luego ante tales respuestas aquellos que se pronuncian en contra del contenido terminan utilizando las mismas directrices de lenguaje en los mensajes subsecuentes. En el resto de las selecciones sucede lo mismo, pero con diferentes propuestas. En *Secundaria* “puta”, en *Matutino* son las agresiones mutuas de ingleses a mexicanos y de mexicanos contra ingleses (ambos presentadores de televisión) y en *Emo* la evidente denostación que se utiliza durante todo el video.

Se puede concluir que de los tonos agresivos, denigratorios, calumniantes y violentos es difícil esperar otra actitud que no sea en los mismo términos. Incluso podría decir que es natural que la comunicación sea fragmentaria y exista poca disposición al diálogo. Cosa que no sorprende una vez entendidas las intencionalidades que se juegan en estos contenidos. Lo que deja como tarea futura, saber qué tanto cambias los tonos dependiendo de los contenidos expuestos en otros videos o en otras redes sociales virtuales.

5.6 Instrumentos

Los usuarios de esta plataforma tienen un número importante de herramientas para interactuar entre usuarios, ya sea mandando un comentario al productor u otro espectador, calificar positiva o negativamente el producto, marcar como inadecuado, agregar a favoritos, compartir el video, etcétera.

Sin embargo, el uso de estas herramientas es claramente minoritario, en ninguno de los casos el número de comentarios llega al 0.7% del número de reproducciones. Se habla de los comentarios porque en ellos se concentran el mayor número de interacciones virtuales, excepto en *Secundaria* que gana por mucho el número de usuarios que lo han marcado como favorito.

Lo anterior deja ver que el consumo de *Secundaria* es muy distinto al de las demás selecciones. En el caso de *Beso* y *Emo* se trata de entretenimiento y en *Matutino* de indignación, como ya se apuntó antes.

Otro dato que llama la atención es que las valoraciones negativas que reciben los contenidos no alcanzan el 0.06%, en ninguno de los casos representa ni el 10% de las participaciones activas de los usuarios. Es decir, se puede inferir con esto que el consumo es totalmente intencionado y se busca y consume lo que se desea. De hecho el número de calificaciones (positivas y negativas) coinciden con el número de comentarios en un 90% en tres de los videos (*Beso*, *Matutino* y *Emo*), quizá la muestra que no entra en este porcentaje, *Secundaria*, se deba a los intereses de consumo que se reflejan en la participación, con amplios contenidos sexuales con respecto a la protagonista del video.

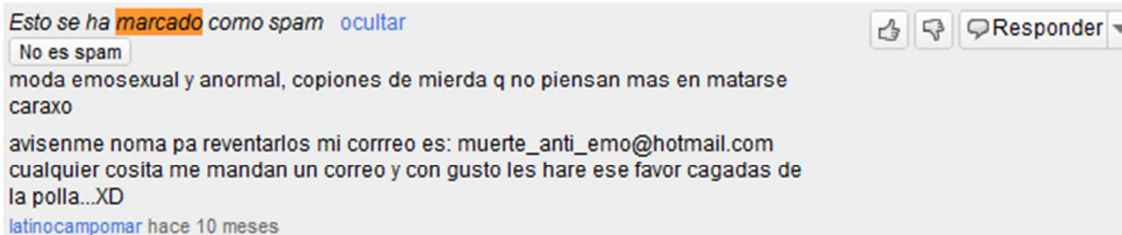
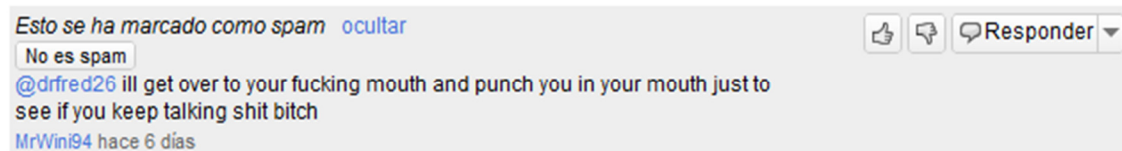
Estos canales pueden ser considerados, siempre atendiendo a la Escuela de Palo Alto, como expresiones no verbales pero comunicativas que denotan intencionalidad o intereses por parte de los actores involucrados.

En este sentido, se puede mencionar que existen una tendencia al “*free speech*” (no se ocupa el término libre expresión, para evitar la discusión sobre los límites de ésta y acercarme al entendimiento norteamericano sobre el tema) en los videos. Los usuarios difícilmente denuncian los contenidos como ofensivos para evitar su censura (Lange 2007), en cambio sí expresan sus opiniones positivas y negativas con respecto a lo observado, sin miedo a la condena social o apoyo que esto pueda generar.

Sin embargo esta tendencia al “*free speech*”, tiene por límite una práctica más o menos común en estos videos y es marcar como “*spam*” el contenido, con la

finalidad de lograr que (después de tres marcaciones de acuerdo a *YouTube*) el comentario se oculte detrás de un letrero que reza: “*Esto se ha marcado como spam*”, que aún se puede mostrar siguiendo el vínculo “*Mostrar anuncios*”.

En muchas ocasiones no se trata de *spam*, sino de posiciones contrarias a los últimos usuarios que han reproducido el video, o por ser sumamente radicales. Por ejemplo estos fragmentos de *Matutino* y *Emo* respectivamente:



Esa forma de utilización denota una apropiación distinta a la que fue pensada por los desarrolladores de la plataforma. Pues si bien el marcaje como *spam* tiene como fin reducir las repeticiones, anuncios y otras incomodidades que no reflejan participación interesada de los usuarios, se ha convertido en un arma de censura y castigo entre los usuarios.

En el primer caso presentado, la respuesta es ocultada, quizá, desde el primer marcaje debido a que se trata de una respuesta dirigida a un usuario, en cambio la segunda respuesta, no puede ser resultado de un esfuerzo individual sino de tres personas distintas que marcaron como *spam* el comentario. De ahí que la interacción de las personas tome relevancia, en acciones concretas, esta microsituación demuestra la importancia de la colectividad y la fuerza que pequeñas interacciones pueden tener en los entornos virtuales debido a las herramientas provistas por la plataforma y que la comunidad de usuarios se apropia para fines muy específicos de autoregulación que generan una nueva situación.

El cinturón de redundancias obtiene características de interacción similares a las que presentan los videos del *corpus*. En el caso de la redundancia de *Emo*, que se intitula “Crítica a las putas”, se parece más a *Secundaria* en la forma de consumo e interacción. Lo que confirma que la intencionalidad de los consumidores desemboca en las formas de interacción, las posiciones de los usuarios varían dependiendo de las propuestas que se le presenten de acuerdo a sus propios intereses.

Otro dato importante es cómo tanto los videos seleccionados como sus redundancias son utilizadas para nutrir otros entornos y plataformas, con intereses muy específicos.

Por ejemplo *Beso* nutre una gran cantidad de blogs y sitios con información sobre la escuela en la que se produjo el video. Pero también sitios que coleccionan y ranquean (califican para generar un listado de popularidad) besos de “jotos” como se muestra en el siguiente gráfico:

wn.com/jotos

beso de jotos de E.I.A.O.
by anar0102

1	borrachos jotos	0:13
2	beso de jotos de EIAO	1:13
3	los jotos	1:30
4	himno de los jotos	3:09
5	TEO GONZALEZ...JOTOS	2:05
6	Chistes de jotos	4:33
7	si son bien jotos cartel de santa	5:39
8	JOTO VS JOTO	2:18
9	inches jotos!	1:12
10	albañil gay mpg	0:25
11	ARGENTINOS JOTOS	0:50
12	Cholos Jotos	1:32
13	Kontestasion PA LOS REGETONEROS ...	4:16
14	si sOn bien JOTOS	5:30

un par de jotos se besan...

video results for: jotos

Jupe VS Depe Adu Jotos di	BORRACHOS JOTOS.3gp	Victor Padilla Chistes de	Los Jotos - I want it that way	Hombres Gay Porno Grabs	Jotos Bailando	...[Mr DeBel]... VS PDT JOTOS	Joto Spoken Word	Perkataan Jupe VS Depe
5:02	0:23	8:16	4:57	5:41	3:55	5:56	5:25	5:02

En el caso de *Secundaria*, el contenido no sólo se retoma en otras páginas sino que se descarga y vuelve a cargar en otras plataformas, conde alcanza cientos de miles

de visitas también como en tu.tv (http://tu.tv/videos/puta-de-secundaria_2) y otros sitios dedicados al posteo de videos como el Daily Motion (http://www.dailymotion.com/video/x7r3bh_puta-de-secundariaSexy). En todos los casos el video convive entre otros que contienen propuestas con carga sexual donde se caracteriza a las mujeres como objetos de placer, incluso en algunos casos el público al que está dirigido, hombres adultos, califica a las mujeres y no el video en sí mismo.

En el caso de *Matutino*, debido a que el video sólo es un registro de lo acontecido en la televisión abierta y el tema central en los medios masivos fue lo dicho en *TopGear* y no en *Matutino Express*, el video sólo fue retomado en una ocasión. Esta replica sirvió para ilustrar lo dicho en el programa inglés y para hablar de lo dicho por Esteban Arce, conductor del programa mexicano, ya que la *BBC* pidió a *YouTube* se eliminaran todas las versiones de su producto, aludiendo a la defensa de sus derechos de Autor (http://mx.omg.yahoo.com/blogs/esteban-arce-es-nuestro-chapulín-colorado-mx_omg_tvornottv-57.html).

Mientras que *Emo* tiene muchas copias, la mayoría generadas en el periodo en que se dieron las agresiones presenciales en México. La mediatización masiva de los contenidos hizo que además se replicaran este y otros contenidos similares en muchas plataformas y versiones. Pero a decir de las fechas y las propias explicaciones de los usuarios el video seleccionado es una copia original, subida por su productor, que fue censurado anteriormente y logró recuperar su canal. Existe una defensa clara del productor y un reconocimiento que se expresa al darle crédito por su trabajo en los *posteos* en otras plataformas y en *YouTube* también:

Tributo a Murrey: Critica a los emos

Darkdraco89

7 videos

Suscribirse



Subido por Darkdraco89 en 10/11/2007

Este video lo baje con el Ares y ahora lo traigo para ustedes, ya que creo que bloquearon a Murrey o lo que sea pues bueno espero que les guste ja ja ja.

317 Me gusta, 35 No me gusta

Algo que se puede decir según lo visto en las selecciones es que la manera de utilizar los instrumentos de interacción por parte de los usuarios, resulta marginal. En general no existe una voluntad de interacción mayor en los usuarios, quizá en parte se deba a la posibilidad de visualizar los contenidos sin pasar necesariamente por la PV de cada video.

Es en el análisis de los instrumentos de interacción de *YouTube* que podemos exaltar las características más específicas sobre las formas de interacción surgidas a partir de los videos discriminatorios y donde se hace más palpable por qué estas interacciones son discriminatoria y no sólo vulgares.

Las interacciones desprendidas de estos materiales constituyen en toda forma cómo funciona el mecanismo que busca perpetuar las relaciones de poder. A lo largo de las interacciones analizadas se hacen visibles las formas simbólicas a través de las cuales se intenta excluir a un grupo de personas de la participación, expresión e inclusión de espacios públicos como lo es *YouTube*.

En estos videos se violan derechos y sus audiencias lo permiten y a veces hasta lo festejan. En tres de los videos sus protagonistas no quisieron que se les publicara,

en todos difaman, todos descalifican y atentan contra la dignidad de las personas. Incluso sus consumidores están dispuestos a ejercer el autoritarismo censor, al apropiarse de una herramienta que buscaba hacer más fluida la participación (“Marcar como SPAM”).

Sin embargo, la participación existente, permite brindar datos suficientes para la comprensión de las formas de interacción que se presentan en los entornos virtuales, más específicamente en estos cuatro videos con contenidos discriminatorios. Si bien los comentarios no representan ni el 10% de las visualizaciones y el resto de herramientas interactivas está siendo subutilizada, la vinculación entre materiales que se da de manera automática a través del consumo, es más significativo, aunque aún no existan instrumentos puntuales que permitan revisar cómo se da y en qué cantidad y la inferencia que tienen en el manejo de la información de otros usuarios.

Pero además no puede soslayarse el número de personas interesadas en expresar una opinión. Se está hablando de más de 11 mil esfuerzos, que son el número de comentarios de las cuatro páginas que albergan los videos seleccionados, por escribir un comentario y si restamos las conversaciones y los intentos, se podría hablar de cerca de 10 mil personas que interactúan en cuatro videos, todas gracias a las herramientas interactivas que provee la plataforma.

5.7 Normas

Muchas de las normas de interacción son generadas por la plataforma misma, como el orden de participación, formas de puntuación y calificación del contenido, por mencionar algunas. Pero otros mecanismos son regulados de manera interaccional. Esto es, el mismo entorno determina lo aceptado y lo rechazado al interior de cada entorno o situación específica, ya sea en la macrosituación que es *YouTube* o en cada una de las situaciones que son las PV de cada selección.

Las cuatro selecciones fueron elegidas bajo criterios técnicos y de muestreo bien definidos, que fueron expuestos anteriormente. Entre ellos el número de visitas, la “relevancia” dada por el propio sitio, la popularidad territorial, representatividad, comentarios suficientes para brindar mayor dinámica de interacción, superación del punto de inflexión de consumo y las variantes discriminatorias de tipo, grado y forma expuestos en el segundo capítulo.

Estas condicionantes implican características similares de la población receptora del material. No se puede hablar de un grupo o colectivo determinado o exclusivo de consumo por la propia apertura de *YouTube*, pero sí se puede hacer notar que salvo algunas excepciones, la lengua predominante es el español de México.

Sin embargo, la diversidad cultural de las audiencias implica variantes importantes que pueden hacerse notar:

En *Beso*, por ejemplo, se identifican modismos como “bato” [vato], “chavo”, “chico” que hacen referencia a lugares distintos a partir de la apropiación del lenguaje. Además se reconocen distintas formas para referirse a los homosexuales: “gay”, “puto”, “maricón”, “loca” y “joto”.

En *Secundaria* aparece una mujer a la cual se adjetiva como “puta”, “zorra”, “vieja”, “re-buena”, “sabrosa”, “cogible”, etc.

En *Matutino* se puede leer “culos pálidos”, “dientes de mazorca” y otros muchos calificativos que sobresalen de personas de diferentes latitudes.

En *Emo* se repiten muchos de los calificativos que aparecen en *Beso* con respecto a los homosexuales. Pareciera, porque también sucede en *Matutino*, que este tipo de calificativos son los más agresivos y que los perpetradores suponen más vergonzantes.

En el argot de los cuatro videos se puede apreciar que la adjetivación de la mujer como objeto sexual y los calificativos sobre una supuesta homosexualidad-debilidad son las agresiones más ofensivas que pueden hacerse y se repiten numerosas ocasiones en cada una de las selecciones.

En segundo lugar, debe reconocerse que existe un lenguaje común entre aquellos que interactúan en *YouTube*, aquel desarrollado por los propios programadores del sitio. Técnicamente, el entorno determina las posibilidades de participación, imponiendo reglas generales.

El productor del video elige e impone el título de su pieza, hace una breve descripción y adhiere una categoría y etiquetas para fomentar el consumo.

Aunque más allá de los aspectos técnicos, descritos en el capítulo anterior, se puede hacer referencia a un lenguaje común, de asimilación rápida y ampliamente difundida. Un código generalizado surgido de las primeras interacciones interpersonales a partir del IRS o chat, que fue descrito ampliamente por Luis Gabriel Arango (2009) que pueden ser los emoticones, la abreviación de palabras o variaciones con sentidos estéticos o intenciones orales, etc. Por ejemplo:

Selección 1	{	ajajaj por andar de calientes lol JadeRgo hace 3 años
Selección 2	{	Kiere verga ponchopac hace 8 meses
Selección 3	{	jajaja xD isisselene hace 5 días
Selección 4	{	@MrKevinprince777 jajaja genero satanico? hablar de sexo y degradar a la mujer es honrar a dios de seguro no? . . KonZhighcl3ric hace 1 mes @KonZhighcl3ric Cierto VIVA EL HEAVY METAL!!!!!!!!!!!! \,/ charlie7412 hace 1 mes

Actualmente, se le llama *argot internauta*, donde “LOL”, en el primer ejemplo, significa carcajadas, derivado del acrónimo anglosajón “*Laughing Out Loud*”. Además se integra un elemento de oralidad al escribir “ajajaj”, que denota risa. En la segunda pieza se observa una reducción del lenguaje, que no puede identificarse del todo si se trata de ahorro de caracteres o de una modificación identitaria en el “*kiere*”. En la pieza cuatro se observa un emoticón tradicional “xD” que expresa

carcajada. Y finalmente, y en este mismo sentido, en la última pieza se presentan íconos que aluden a la expresión oral “pito” (.|..) y una referencia a la posición icónica emblemática del rock, los dedos índice y meñique levantados y los otros doblados (\,,/).

El uso de este argot, responde a interacciones de aceptación dentro de los contextos que se desarrollan en los entornos virtuales y presenciales, por tanto se aprende y aprehende por el uso contaste.

Sin embargo, las características normativas no son las mismas en todos los videos, incluso no lo son en sus redundancias. En *Beso*, el video tendió a dividir la interacción en dos grupos uno de quienes reprueban lo visto en el video y mediante expresiones mayoritariamente homofóbicas descalifican a los participantes y apelan a un “ser hombre” regido por la heteronormatividad social. En contra posición se presenta un grupo que aprueba e incluso disfruta de lo observado, compuesto mayoritariamente por homosexuales y las pocas mujeres expectantes.

La dinámica va cambiando de acuerdo a la temporalidad en que se revisan los comentarios. En un principio surgen los interesados por el contexto común, la escuela E.I.A.O., que son rápidamente superados por el grupo que desapruueba el comportamiento de los jóvenes protagonistas y llenan de insultos la línea de comentarios. Pero, cuando se da el crecimiento de visualizaciones del video, se integra el segundo grupo, el que aprueba el contenido, surcando el camino y comenzando una confrontación agresiva con los detractores.

Al final se observa un equilibrio, ligeramente dominado por opiniones a favor del contenido.

En el caso de *Secundaria*, aparece un consumo apabullante con una menor participación. El gran número de marcaciones como favorito pueden denotar que el consumo se da más por un interés en la estimulación sexual que ofrece el contenido que por la expresión de los espectadores. De ahí que sea un gran número de comentarios que sólo aprueban el contenido del video sin entrar en ningún tipo de discusión o argumentación.

El comentario más votado por los usuarios reza: [sic] “simplemente sta buena para cojerla”. En este mismo sentido existe un grupo de espectadores, casi todos jóvenes, que busca obtener contacto con la protagonista del video.

En *Matutino* se genera un discurso hegemónico de indignación por lo dicho en el programa inglés y un apoyo a lo dicho por los conductores mexicanos. De ahí que casi todas las expresiones en sentidos distintos a este que vengan de ingleses o personas de otras latitudes son confrontadas e incluso censuradas por el resto de los usuarios. La participación en este video se ve motivada por la defensa de la nación en un sentido chovinista.

Las posiciones que se toman en cada uno de los eventos son cambiantes de acuerdo a la actitud con la que llegan los “extraños” a la discusión. Un mismo comentarista puede reaccionar con sumo apoyo y gracia ante un enaltecimiento de lo mexicano y sumamente xenófobo ante otras personas o indulgente con algún grupo minoritario que brinda apoyo “a la causa”.

Finalmente en el último video, *Emo*, se da una actitud bicameral muy parecida a la que se generó en *Beso*, con la diferencia de posiciones en los grupos. Aquí los bandos se dividen entre los que odian o rechazan a los *emos* y los *emos* mismos. Sin embargo la dinámica relacional y el cambio de posiciones en los usuarios dentro de cada evento y episodio, en términos de Gálvez Mozo (2006), o microsituación verbal como se han llamado a lo largo del análisis, es muy similar, aun cuando existe una clara diferencia en las edades promedio de los espectadores.

En algunos videos se generan inercias sobre la forma en que se dirige el comentario, se determina la forma en que se rompe el diálogo o la duración de los turnos. Pero también las expresiones tolerables y el rumbo que toman las participaciones.

En *Beso*, *Matutino* y *Emo* existe una inercia de género que no es similar a la de *Secundaria*. Se presenta una tendencia por parte de las mujeres que participan activamente en los videos seleccionados a fungir como mediadoras, tener una actitud tolerante o defender a los agraviados en cada uno de los casos. Su

participación es minoritaria, pero notoria a la hora de enmarcar las actitudes que cada uno toma en el desarrollo de la selección.

Lo contrario sucede en el caso de *Secundaria*, cuando el público mayoritariamente masculino aprueba lo visto en el video, las mujeres califican negativamente a la protagonista del video. De hecho suelen ser más agresivas en el discurso de sus participaciones y sus posiciones son radicalmente opuestas a las que se visualizan en las otras tres selecciones.

Este último paso permite observar y caracterizar los sistemas de creencias de diferentes grupos y la forma en que interactúan al interior de un entorno determinado, de manera más explícita que en entornos presenciales, debido en gran parte al anonimato y otras herramientas que provee la plataforma virtual.

5.8 Género

En términos de Hymes el *género* responde a la pregunta ¿qué tipo de discurso? y se aplica a categorías tales como poemas, proverbios, mitos, discurso solemne, rezos, editoriales, cartas al Director. Si se debiera buscar un género para lo que aquí se trabaja sería tan específico que perdería cualquier valor de análisis.

Aunque podría hablarse de un género “audiovisual web amateur” con respecto a los videos en Internet de productores inexpertos o de “comentario en página web” con respecto a los comentarios vertidos hacia los video.

Sin embargo, ambas categorizaciones carecen de elementos que aporten algo a esta investigación. De ahí que se eliminara esta categoría de del análisis etnográfico, de acuerdo a la licencia prevista por la etnometodología, que permite modificar la ruta de investigación de acuerdo a las necesidades que se presentan en el campo de estudio.

En ese mismo sentido, debe advertirse que esta investigación contempla únicamente cuatro ejemplos tomados de un universo que pareciese infinito y amplía su tamaño en 24 horas de contenido por minuto. De ahí que no pueda llegarse a ningún tipo de generalización o normas de análisis inalterables con respecto al tipo de videos o sus comentarios.

5.9 Aportaciones generales del *SPEAKING* etnovirtual

Gracias al análisis guiado por la técnica *SPEAKING*, modificada para su adecuación a los entornos virtuales que son inundados por interacciones entre personas, se pudieron corroborar una serie de supuestos, pero también se enfrentaron dificultades de procedimiento que fueron resolviéndose una a una a lo largo de la investigación. Así, los resultados obtenidos son fructíferos y generan inquietudes para nuevos trabajos.

A partir de la noción de situación, más allá del espacio-tiempo, con elementos provistos por Echeverría (1999) se pudo comprender que la plataforma es una macro situación con características peculiares que la diferencian de otras, es un entorno virtual. Pero además, dentro de este entorno confluyen un incalculable número de videos a los cuales se les asigna una página de video (PV) que se convierte en subentorno o situación específica, dentro de los cuales se pueden asimilar cualquier número de interacciones entre los usuarios. Interacciones que a su vez se convierten en microsituaciones o actos de comunicación. Estas microsituaciones sobrepuestas enriquecen, pero también complejizan el espacio.

Resulta de utilidad la teoría de conjuntos para la aprensión de la realidad en entornos virtuales.

Lo anterior también brinda sentido a la afirmación del presente perpetuo, observado en todas las interacciones. En los entornos virtuales casi nunca se establece una temporalidad, ni se asume que el productor de cierto material pueda estar ausente,

habiendo abandonado su propio producto. Así, se habla de una situación que vence los límites temporales, pero no logra una paridad con los entornos presenciales por la misma razón, ello puede ser un desincentivo para la procuración del diálogo al interior de esta plataforma.

Se sabe que el número de reproducciones es diferente al número de participantes, un único participante puede haber consumido el mismo video muchas veces. De esa situación, derivó la observación del consumo fuera de la plataforma, el cual es probablemente más importante que aquel que se realiza en las PV, de ahí que para la revisión de las interacciones dentro de la plataforma se debe tener una participación de menos del 10%, como se da en toda la selección.

Es decir, pese a parecer marginal la participación escrita y el uso de los botones interactivos, eso no implica que éstas no sean significativas o descartables. Más bien son un terreno aprovechable, del cual se puede obtener mucha información.

Entre la información que se originó de esa escasa información y el cruzamiento con la información estadística brindada por el sitio, se pudieron establecer poblaciones de consumo mayoritario de los videos seleccionados, que supondrían mucha diversidad de visualizadores, resultó ser por hombres de 35 a 45 años de edad, lo que a su vez volteó la mirada a ver situaciones de género en la participación escrita, donde el papel de las mujeres fue fundamentalmente de conciliación, excepto en la selección que implicaba a una mujer como protagonista.

De la participación se pudo establecer que los consumidores no exhiben una posición homogénea ante los contenidos; pese a la fragmentación y la brevedad de la comunicación entre usuarios, las posiciones variaban y se generaban equilibrios a través de negociaciones tácitas entre los propios consumidores.

Esto quiere decir que pese a que existe un grupo mayoritario de personas en busca de este tipo de material que aprueba su publicación y legitima posiciones discriminatorias, también surgen grupos a partir de consumo casual, que buscan equilibrar las posiciones, haciendo explícito su rechazo a estos materiales discriminatorios. Se puede decir así, que no existe apatía, pues participan e

interactúan de muchas formas con el contenido. Se puede concluir que el diálogo en las páginas de los videos seleccionados son una puerta de equilibrio que logra generar una inercia positiva, pero son muy pocas las conversaciones que se consolidan.

Pese a lo que parece, estos espacios identificados en la selección, resultaron ser un lugar en donde dos o más grupos, que por circunstancias y decisión de consumo, se encontraron en una situación específica (la PV de los videos). No obstante, las marcadas diferencias entre ambos grupos, encontraron aquí un espacio de interacción, casi siempre eludieron la conversación o nunca cambiaron sus posiciones originales, sin embargo, expresaron su pensamiento confrontado.

De este último punto se excluyen, por supuesto, a los productores y protagonistas de los videos.

Los protagonistas de los videos, a excepción de *Matutino*, nunca estuvieron de acuerdo en la publicación del material, sin embargo existe cierta responsabilidad de cada uno al permitir el registro de su imagen. Por el otro lado, son víctimas de la publicación y de las intencionalidades de los productores de los videos.

El “éxito” en el consumo de estos materiales, antes que a la plataforma se debe atribuir a la intención, difusión y aprovechamiento de las redes sociales (tanto presenciales como virtuales) de los productores. La viralidad de un video depende de las redes sociales de cada uno de los consumidores.

Otro elemento de análisis fue encontrar la agresividad que priva en estos contenidos, sin importar el tema abordado o la trama del video. Se hacen juicios breves y arrebatados que muchas veces terminan convirtiéndose en claxonazos en medio de un embotellamiento. Esto se debe en parte al tono en que se emitieron las propuestas. La presentación de palabras como “puta” y “joto” implicaron desde el inicio un juicio que a su vez fue consumido y la participación se dio en ese mismo sentido. Las actitudes en los cuatro videos, pueden interpretarse como una relación directa entre el tono en que se presentan los materiales y el tipo de participaciones que se obtienen como respuesta.

Sin embargo, y pese a todo lo expuesto, debe decirse que este análisis sólo atiende a cuatro videos seleccionados de manera significativa, lo que no implica representatividad o consolidación de un instrumento metodológico y es sólo una aproximación al estudio de este tipo de interacciones.

Pero si se puede decir que en los cuatro casos se establece la discriminación como un mecanismo relacional utilizado para mantener un estatus que logre diferenciar al perpetrador del perpetrado en estas situaciones específicas y que en este caso no se practica de manera sutil sino burda. Pero que ante el presente perpetuo, donde quedan asentadas las interacciones (sobre todo las escritas) puede ser enfrentado y exhibido por terceros, como generalmente no pasa en las interacciones presenciales. Y esta exhibición y confrontación al mecanismo discriminatorio implica un desgaste del mismo. Dicho lo anterior, se puede decir que el objetivo de esta investigación de cumplió.

Se cumplió debido a los intereses medulares en cuanto a aquello que se buscaba. A partir de la cercanía con el concepto de discriminación y la construcción operativa de una definición, que ayudó a entender la propiedad relacional del fenómeno y no la tradición axial entre víctima y victimario. Se estableció cómo se dan las interacciones en entornos virtuales, con gran apoyo conceptos prestados por Javier Echeverría (1999) y Ana María Gálvez Mozo (2006). Y finalmente se pudo tener un acercamiento profundo con todas las posibilidades que provee *YouTube* para investigar dentro del él.

Los tres puntos anteriores aportaron elementos para aquello que podría convertirse en una investigación más compleja, pues se echó a andar una técnica ya clásica y en desuso en el Análisis de la Conversación, de Hymes (1964) y renovarla para su funcionamiento en la era digital, donde muchas de las interacciones más profundas dejan un testimonio escrito y otras menos profundas o no verbales tienen su propio peso.

REFLEXIONES FINALES

Al plantearme la pregunta ¿qué tipo de interacciones virtuales surgen del encuentro con videos discriminatorios en *YouTube*? Supuse erróneamente que se trataba de un asunto de jóvenes en Internet resguardados en el anonimato.

Al comenzar las primeras exploraciones en campo resultó que todas las evidencias desmentían ese supuesto, no se trataba de un asunto de jóvenes, incluso en el caos de selección de videos del corpus los mayores consumidores son hombres de 35 a 45 años. Al mismo tiempo me encontré con el trabajo de Ana María Gálvez Mozo (2006) por el cual pude conocer las investigaciones que desmienten el supuesto anonimato generalizado de las redes virtuales. Casi todos permiten conocer la identidad real y de aquellos que no, es fácil indagarla.

La discriminación es un fenómeno cultural que es mucho más violento entre los adultos que entre los jóvenes, sin embargo, se presenta en todos los grupos de edad.

En la presente investigación uno de los supuestos desmentidos fue que la interacción escrita en los videos, los comentarios, eran lo fundamental de la interacción entre usuarios en *YouTube*, resultó falso. Lo más importante es aquello que no se dice, pero que genera otras acciones. Era el lenguaje no verbal en la virtualidad, que es igual de contundente que el lenguaje no verbal en la presencialidad.

Afortunadamente, estas complicaciones representaron virtudes de la investigación toda vez que sirvieron para descubrir un panorama más amplio sobre el comportamiento de las personas y las formas en que se dan los procesos

comunicativos. Hoy confirmo que la Escuela de Palo Alto tenía razón, no comunicar es imposible. Toda acción, también en Telépolis, implica un proceso comunicativo.

Una complicación que se presentó durante la investigación fue lo movedizo y cambiante de la plataforma. Pero resultó una tarea interesante y apegada a la realidad. Hoy, todos los entornos que desean sobrevivir y permanecer en la preferencia de los teleciudadanos deben moverse y adecuarse a las tendencias. Durante la investigación de poco más de dos años, *YouTube* cambió cinco veces su apariencia, y con ello sus posibilidades de interacción. Cuatro de los cambios representaron mayores retos y uno facilitó el trabajo a esta investigación y, más importante aún, logró provocar un incremento en la interacción escrita entre los usuarios.

Pero el reto más complejo no fueron los cambios de la plataforma, sino los cambios que se debían a la propia interacción de los usuarios. Los comentarios son eliminados, los participantes dejan de serlo, las recomendaciones cambian de acuerdo al usuario, las vinculaciones son inasequibles y las personas cambian.

De hecho el 12 de septiembre de 2011 fue cancelada la cuenta del productor del *Emo*, por infracciones constantes y reiteradas al reglamento, perdiéndose así no sólo el video *in comento* sino el resto de sus videos y con ellos la pérdida de toda la información contenida en las PV, es decir, interacciones escritas, vinculaciones, recomendaciones, calificaciones y estadísticas. Los datos con que aún se cuentan se deben al registro de la información que se hizo para la investigación.

Eso confirma que el presente perpetuo y la confianza en la estabilidad y perpetuidad en la red, son más una percepción de los usuarios antes que una realidad.

Pese a todo lo anterior, los resultados fueron fructíferos, se cumplió con el objetivo de la investigación. En el último apartado del capítulo anterior se presentaron los resultados del análisis de manera general y las aportaciones sustanciales de este trabajo, estableciendo las metas alcanzadas en cuanto al análisis de la información obtenida.

Uno de los descubrimientos más importantes fue la complejidad sobre el tejido de las redes al interior de las plataformas. El entramado de las redes sociales presenciales o virtuales, se vuelve más o menos rastreable a partir de los testimonios que se van almacenando en las plataformas virtuales. Sin embargo, se requieren más recursos temporales y económicos para hacer un seguimiento puntal que no quede únicamente en el sitio estudiado, sino además que sea capaz de mostrar las relaciones o vinculaciones dadas en otros espacios virtuales y las relaciones de las personas involucradas en la interacción, pues esas relaciones son las redes presenciales y virtuales que dan poder a los contenidos en Internet. Quizá esta sea una línea de investigación que se abre al realizar este trabajo.

Una línea de investigación que se abrió también ante este análisis resultó de un encuentro muy reciente que tuve con un video del videobloguero *Werevertumorro*, Gabriel Montiel, que subió 18 de noviembre donde habla sobre la tolerancia a la diversidad sexual, en un tono poco usual a las bromas que se acostumbra en su espacio. Este video es la antítesis de la selección de esta investigación y sin embargo la interacción fue idéntica, encontré mucho de los elementos aquí explicados en cada uno de los aspectos. Debemos preguntarnos porqué ante productos tan contrarios la interacción es la misma, ¿es porque atenta contra el mecanismo propio de la discriminación?

El género expresado en las redes sociales, es una línea de investigación que aquí se reveló cruda y lleno de espacios para la interpretación. ¿Por qué muchas mujeres participan como mediadoras en las discusiones y son agresoras en los videos donde una de ellas es la vulnerada? Me recuerda la investigación de Rachel Simmons (2006), *Enemigas Íntimas*, donde describe la costumbre de la agresión entre mujeres.

Otra línea que se propone para un futuro es el estudio de las interacciones virtuales en contextos específicos, como en este caso la discriminación, ya que las existentes no son suficientes hoy. Ante el surgimiento de muchas plataformas y el crecimiento desmedido de las existentes, lo que se privilegia es la interacción social. De ahí el esfuerzo de *Google* por posicionar *Google +*, pues *YouTube* y otros

espacios de su propiedad no han podido consolidar interacciones más largas y complejas que puedan brindarle información de utilidad a sus intereses comerciales, como sucede en *Facebook*.

De hecho una tendencia en la red es hacia la desaparición de los comentarios aislados debajo de cada producto, ya sea video, artículo, noticia, post, etc. Como se dijo, en los video la participación escrita alcanza apenas 0.6% del número de visitas, lo que es realmente marginal. Más bien se buscará la integración con las redes sociales, tal y como sucede cada vez más en otros espacios. Los comentarios que dejas en un post podrán verlos en tu muro de Facebook, pronto los comentarios que quieras hacer a un video de *YouTube* se verán en tu cuenta de *Google +*.

Se sabe que la mayor parte del contenido en *YouTube* es chatarra o basura, *Junk Videos* (Sibilia 2008, Lange 2007), que consiste en un sin número de sinsentidos para el público en general que sólo son representativos para quien los sube, de hecho el promedio de visitas por video no sobrepasan las mil reproducciones. Pero eso no quiere decir en ningún sentido que *YouTube* sea un desperdicio, por dos razones esenciales a mi consideración: 1. El material en línea representa algo para quien postea el video, cumple un cometido y es válido más allá del público que lo observe. 2. Si bien, existe una minoría de videos con información útil se trata de cientos de millones lo que representa una inteligencia colectiva importante. Incluso se sugiere como ejercicio buscar una receta de cocina, videos de como cortar una botella de vidrio sin salir herido, cómo cambiar un neumático, una conferencia del autor que usted quiera, lo que sea, encontrará respuesta.

La riqueza de *YouTube* es innegable, es un esfuerzo de memoria colectiva que nunca antes se pensó. Es mucho más que la basura que se deposita en la plataforma, se trata de información de la vida cotidiana contenida en un videos, lista para ser explotada. Los intereses particulares de cada quien son los que definen qué se puede hacer con eso.

Esto lo digo porque no quiero dejar una impresión negativa sobre la plataforma. La tecnología puede incidir en las formas de interacción de las personas, pero no en su contenido. El corpus de la investigación es indudablemente basura, son los desperdicios que inundan la red, pero aun así son útiles antropológicamente, pues permiten reconocer la cotidianidad de las personas.

Debo reconocer que fue todo un ejercicio de tolerancia mantenerse ecuánime ante el objeto de estudio. Los calificativos, la dinámica y, sobre todo, la revelación de las opiniones más personales con respecto a los temas abordados significaron un golpe constante a mis propias convicciones. Pero al mismo tiempo me hizo repensar en la ética y en la tolerancia que se debe tener a todas las expresiones, incluso, a aquellas que parecen más radicales a nuestros límites.

Por la misma razón, noté que continuar en el camino de la censura no resuelve y no resolverá nada, sólo ocultará como en la presencialidad (sobre todo en espacios públicos), un verdadero problema al entablar una relación con el *otro*, el diferente.

No sé si el entorno presencial de violencia generalizada que recorre el país incluye las dinámicas virtuales, supongo que sí, pero noté que existe una tendencia a lo que Kapuscinsky (2007) decía con respecto a las tres formas de reaccionar ante el desconocido: con indiferencia, con violencia o buscando conocerlo. En estas selecciones predominaron casi en una totalidad las dos primeras formas. No existe interés alguno por reconocerse en el *otro*.

Habrá que reconocer también que la discriminación en tanto mecanismo relacional, no puede entenderse únicamente como aquellas acciones que puedan tener consecuencias jurídicas, sino como el cúmulo de acciones pequeñas que forman parte de un proceso mucho más amplio y cultural, que atenta contra grupos y no sólo contra personas.

Los video expuestos en esta investigación no son sólo vulgares, en su conjunto forman parte de dinámicas sociales que ayudan a perpetuar el jerarquías de poder basadas en prejuicios y demás calificativos inmerecidos, que logran excluir en tanto

forman parte del mecanismo. La discriminación es un valor antidemocrático ampliamente difundido.

Cualquier labor que pretenda reducir la discriminación o cualquier otro tipo de violencia, deberá caminar en el sentido de provocar reconocimientos en el diferente, en la convivencia. Noté que algunos de los diálogos más extensos dentro de las selecciones, lograban encontrar puntos en común que reducían la confrontación incluso en los más radicales.

Eso me hace pensar que, como decía Iván Illich, la convivencialidad puede ser la respuesta y no la atención a lo que consideramos víctimas. Porque víctimas son tanto el violentado como el perpetrador de la violencia, pues a ambos afecta en uno u otro sentido.

A diferencia de *Facebook*, donde sólo convives con quienes tú has decidido convivir, *YouTube* permite confrontaciones entre desconocidos, pero también el encuentro entre diferentes, que en algún momento puede significar un acercamiento profundo. La riqueza de *YouTube* reside en la posibilidad de acceder a lo producido por los demás sin restricciones.

Son parecidas las interacciones presenciales y las virtuales con respecto a contenidos discriminatorios, por lo menos en esta selección, pero cada una tiene características propias que no pueden soslayarse.

En las relaciones presenciales, ante un agravio discriminatorio las personas pueden defender sus derechos y obtener justicia; pero lo más común es enfrentarse a una exclusión o una agresión física. En los entornos virtuales, se dan dos situaciones importantes, por lo menos en esta plataforma, el agraviado tiene la oportunidad de defenderse directamente (quizá sin resultados) pero no corre un riesgo físico por una represalia, además de que puede tener mayor control sobre el daño que puede perpetrar su agresor.

Todo individuo puede mostrar lo que realmente piensa, detrás de un *nickname* que no lo delate. De hecho es por eso que me preocupa la vinculación con otras redes

sociales o con *Google +*, pues los comentarios perderán autenticidad, debido a la vinculación que se haga de tus comentarios y tus amistades y conocidos.

El anonimato en las redes no implica prácticas ilegales necesariamente, sino una coraza que permite mostrar lo más profundo que escondes (qué irónico), es exactamente la máscara, origen de la palabra persona. No se trata de hacer lo indebido bajo el anonimato, sino decir lo que verdaderamente quiere decir. Esto es de ayuda, no un problema. *YouTube* permite la catarsis y los investigadores deben aprovecharlos. A partir de aquí se puede tener mayor certeza de los intereses concretos de las personas.

Creo que la web y sus sitios más sociales, se presentan como una oportunidad para entender muchos procesos relacionales entre los seres humanos, la discriminación es sólo uno de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Camín, Héctor. «¿Revistas Misóginas?» *Milenio*, 29 de septiembre de 2010: <http://impreso.milenio.com/node/8839787>.
- Allport, Gordon W. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Eudeba, 1962.
- Alponte, Juan María (Restituto Enrique Ruíz García). *Selección de textos sobre discriminación. Estudio introductorio*. México: CONAPRED, 2005.
- AMPICI. *Habitos de los usuarios de Internet en México*. Presentación PWP, Veracruz: Asociación Mexicana de Internet, 2011.
- Antroposmoderno. *Michel Foucault*. 05 de abril de 2004. http://www.antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id_articulo=626 (último acceso: 15 de octubre de 2009).
- Arango Pinto, Luis Gabriel. «¿Cómo abordar los entornos virtuales de interacción social? Una reflexión teórico metodológica para el estudio de las charlas sincrónicas por Internet.» *Investigación Universitaria Multidisciplinaria (USB)*, nº 6 (Diciembre 2007): 16-25.
- Belvedere, Carlos. *De sapos y cocodrilos. La lógica elusiva de la discriminación social*. Buenos Aires: Biblos, 2002.
- Blumer, Herbert. *Interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: Hora, 1982.
- C, Dennis. *Como Facebook*. 02 de marzo de 2010. <http://comoFacebook.com/503/usar-Facebookestudio-revela-la-edad-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/> (último acceso: 01 de septiembre de 2010).
- C.G. «Apedreada hasta la muerte.» *El país*, 08 de mayo de 2007: http://www.elpais.com/articulo/internacional/Apedreada/muerte/elpepuint/20070508elpepiint_21/Tes.
- Caballero Romero, Juan José. «Etnometodología: Una explicación de la contrucción social de la realidad.» *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 2008: 83-114.
- Carbonell, Miguel. *Instrumentos jurídicos internacionales en materia de no discriminación*. México: CONAPRED, 2006.
- Cárdenas, Manuel, y Jaime Barrientos. «Actitudes Explícitas e Implícitas hacia los Hombres Homosexuales en una Muestra de Estudiantes Universitarios en Chile.» *PSYKHE*, 2009: <http://www.scielo.cl/pdf/psykhe/v17n2/art02.pdf>.
- Castaños, Fernando. «Las categorías básicas del análisis del discurso y la 'disertación.» *Discurso, teoría y análisis No. 5*, 1984: 11-28.

- Castells, Manuel. *global, Comunicación Móvil y Sociedad. Una perspectiva*. Madrid: Ariel, 2006.
- Christaki, N., y J. Fowler. *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. México: Santillana, 2010.
- CNDH. «Informe especial EMOS.» *CNDH*. 2009.
http://www.cndh.org.mx/lacndh/informes/espec/emo2009/INFORME_EMOS.pdf (último acceso: 04 de febrero de 2010).
- Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. *Encuesta Nacional sobre Discriminación en México / ENADIS 2010*. México: CONAPRED, 2011.
- Coon, Maddy. *Social Media Marketing: Successful Case Studies of Businesses Using Facebook and YouTube*. 2010.
- Corvera, Alejandro. «Conectados a Internet: experiencias en el ciberespacio. Usos sociales y educativos de Internet entre adolescentes.» En *Un mundo de visiones*, de Guillermo Orozco, 08-22. ILCE, 2007.
- Crane, R., y D. Sornette. *Viral, Quality, and Junk Videos on YouTube: Separating Content From Noise in an Information-Rich Environment*. Investigación, Zurich: Department of Management, Technology and Economics ETH, 2008.
- De Masi, Victoria. «Fuerzas críticas a Facebook por "promover el odio y el racismo".» *Clarín.com*, 14 de mayo de 2010: <http://edant.clarin.com/diario/2010/05/14/um/m-02195427.htm>.
- Echeverría, Javier. *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Romanyá Valls / Destino, 1999.
- elmundo.es. «Cinco cables submarinos cortados entre Egipto y Malasia disparan las teorías conspiratorias.» *El Mundo*, 07 de 02 de 2008:
<http://www.elmundo.es/navegante/2008/02/07/tecnologia/1202374126.html>.
- Feliciano, Omar. «Decretamesta: políticas de bisutería.» *LaLonchería.com*. 19 de mayo de 2010.
<http://laloncheria.com/2010/05/19/decretamesta-politicas-de-bisuteria/> (último acceso: 19 de mayo de 2010).
- Galeano, Joana. «La prenda por dentro: Acceso y participación de las mujeres en las organizaciones periodísticas españolas (El país, La vanguardia, El periódico de Cataluña, Avui y la Agencia EFE).» México, 2010.
- Gálvez Mozo, Ana María. *Sociabilidad en pantalla. Un estudio de la interacción en entornos virtuales*. Cataluña: UOC, 2006.
- Garfinkel, Harold. *Estudios en Etnometodología*. Barcelona: Anthropos, 2006.
- Goffman, Erving. *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu, 1998.
- . *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 2001.
- . *Relaciones en Público. Micro estudios de orden público*. Madrid: Alianza, 1979.

- harry24. *last.fm*. 22 de marzo de 2008.
http://www.lastfm.es/group/Anti+Emo+Death+Squad/forum/28627/_/392476 (último acceso: 12 de noviembre de 2010).
- Hernández García Rebollo, Enrique. «Diversa Identidad: Algunas notas a partir del fenómeno EMO.» *Argumentos* (UAM-Xochimilco) 22, n° 60 (2009): 115-136.
- Hine, Christine. *Etnografía Virtual*. Barcelona: UOC, 2004.
- Husserl, Edmund. *Invitación a la Fenomenología*. Barcelona: Paidós ICE/UAB, 1998.
- Hymes, Dell, y John Gumperz. *The ethnography of communication*. American Anthropological Association, 1964.
- Kapuscinsky, Ryszard. *Encuentro con el Otro*. Barcelona: Anagrama, 2007.
- La Prensa. *¡Escalofriante!* 01 de septiembre de 2008.
<http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n834982.htm> (último acceso: 21 de mayo de 2010).
- Lamarca Lapuente, María Jesús. *Hipertexto.info*. 10 de diciembre de 2009.
<http://www.hipertexto.info/documentos/internet.htm> (último acceso: 21 de abril de 2010).
- Lange, Patricia G. «Commenting on Comments: Investigating Responses to Antagonism on YouTube.» *Society for Applied Anthropology Conference*. Tampa, Florida, 2007.
- Lévy, Pierre. *¿Qué es lo virtual?* Madrid: Paidós, 1999.
- Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama, 2006.
- López Parra, Raúl. «Google y la comunicación del siglo XXI.» *Memorias del Encuentro AMIC 2010*. México, 2010.
- Marchant, Jaime. «La discriminación y el derecho a la igualdad.» *carlosparma.com.ar*. 2004.
http://www.carlosparma.com.ar/index.php?view=article&catid=47%3Afilosofia-del-derecho&id=167%3Aa-discriminacion-y-el-derecho-a-la-igualdad-&format=pdf&option=com_content&Itemid=27 (último acceso: 15 de agosto de 2009).
- Márquez Muñoz, Jorge F. *Cuerpo, Espíritu y Embotamiento*. México: FCPS en línea, 2009.
- Mc Bride, Sean. «Los papeles de la comunicación.» En *Un solo mundo, voces multiples*, de UNSCO, 35-57. México: FCE, 1980.
- McMillan, Sally J. «Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents, And Systems.» En *Handbook of New Media*, de L. Lievrouw and S. Livingston (Eds.), 162-182. Sage Publications, 2002.
- Naciones Unidas. *Declaración Universal de Derechos Humanos*. 1948.
- O'Reilly, Tim. «Sociedad de la información.» *Fundación Telefónica*. 23 de febrero de 2006.
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146 (último acceso: 2010 de abril de 2010).

- Pérez Salazar, Gabriel. *Internet como medio de comunicación (Tesis para obtener grado de Dr.)*. México, 2009.
- Peschard, Jacqueline. *La cultura política democrática*. México: Instituto Federal Electoral, 1995.
- Rincón Gallardo, Gilberto. *La discriminación en México: Por una nueva cultura de la igualdad*. México: CONAPRED, 2001.
- Rizo García, Marta. «El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación.» *Portal de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona*. noviembre de 2004. http://www.portalcomunicacio.es/esp/pdf/aab_lec/17.pdf (último acceso: 12 de septiembre de 2010).
- Rizo Morales, Patricia. *Estudio sobre el grupo social de los jóvenes emos*. Anexo Informe Especial de la CNDH sobre el grupo juvenil conocido como EMO, México: CNDH, 2009.
- Rodríguez Zepeda, Jesús. *Un marco teórico para la discriminación*. México: CONAPRED, 2006.
- Santagada, Miguel Ángel. *Paternalismos huérfanos*. Buenos Aires: Eudeba, 2004.
- Shalalá. *YouTube, esa ventana al mundo*. México, 12 de mayo de 2010.
- Sibilia, Paula. *La intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: FCE, 2008.
- Silverstone, Roger. *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu, 2004.
- Simmons, Rachel. *Enemigas Íntimas. Agresividad, manipulación y abuso entre las niñas y las adolescentes*. México: Océano, 2006.
- Solis Ventura, Brisa Maya. *La discriminación en los contenidos de los medios de comunicación en México*. México: CONAPRED, 2006.
- Thompson, John B. *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-Xochimilco, 1998.
- Trejo, Raúl. *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. México: ILCE-Gedisa, 2006.
- Turrubiates, Raquel. «Chat, chat... Ágoras cibernéticas y comunicación global.» En *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*, de Susana Finkelievich. Buenos Aires: CICCUS-La Crujía, 2000.
- Tusón Valls, Amparo. *Análisis de la conversación*. Barcelona: Ariel, 1997.
- Varela, Mirta. «Él miraba televisión, YouTube. La dinámica del cambio en los medios.» En *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, de Mario Carlón, & Carlos A. Scolari, 209-228. Buenos Aires: La Crujía, 2008.
- Watzlawick, Paul, Janet H. Beavin, y Don D. Jackson. *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1971.
- Wesch, Michael. «An anthropological introduction to YouTube.» *YouTube*. 26 de julio de 2008. (último acceso: 12 de febrero de 2010).

Whitley, Bernard E., y Mary E. Kite. *The Psychology of Prejudice and Discrimination*. Belmont, CA.: Wadsworth, 2006.

Winocur, Rosalía. *Robinson Crusoe ya tiene celular*. México: UAM-Iztapalapa/Siglo XXI, 2009.

YouTube Blog. «Broadcasting ourselves ;) - Blog de *YouTube* en Español.» *Blogspot.com*. 17 de mayo de 2010. <http://YouTube-espanol.blogspot.com/2010/05/quinto-aniversario-y-dos-mil-millones.html> (último acceso: 17 de mayo de 2010).

YouTube. «Thanks, *YouTube* community, for two BIG gifts on our sixth birthday!» *The official YouTube Blog*. 25 de mayo de 2011. <http://YouTube-global.blogspot.com/2011/05/thanks-YouTube-community-for-two-big.html> (último acceso: 25 de mayo de 2011).

—. *YouTube*. 30 de abril de 2010. http://www.YouTube.com/t/fact_sheet (último acceso: 01 de octubre de 2010).

ANEXO 1

Instrucciones de la comunidad *YouTube*

Respetar la comunidad *YouTube*

No estamos solicitando el tipo de respeto reservado a las monjas, a las personas mayores y a los neurocirujanos. Lo que queremos decir es que no abuses del sitio. Todas las funciones nuevas de la comunidad de *YouTube* implican un cierto nivel de confianza. Confiamos en que seas responsable, y millones de usuarios respetan esa confianza, así que conviértete en uno de ellos.

No cruces la línea

Aquí te mostramos algunas normas de sentido común que te ayudarán a evitar problemas:

- *YouTube* no admite contenido pornográfico o sexualmente explícito. Si tu video incluye este tipo de contenido, aunque sea un video sobre ti mismo, no lo publiques en *YouTube*. Además ten en cuenta que trabajamos estrechamente con las autoridades y que daremos parte de cualquier tipo de explotación de menores. Lee nuestro [Centro de seguridad](#) y mantente seguro en *YouTube*.
- No publiques videos que muestren cosas malas, como abusos a animales, consumo de drogas, menores que beben o fuman, o fabricación de bombas.
- No se permite la violencia explícita o gratuita. Si en tu video aparece alguna persona a la que se esté hiriendo, atacando o humillando, no lo publiques.
- *YouTube* no es un sitio de shock. No publiques videos asquerosos de accidentes, cadáveres o cosas así si el objetivo es conmocionar o provocar repulsión.
- Respetar los derechos de autor. Sólo sube videos que tú hayas realizado o que estés autorizado a utilizar. Esto significa que no puedes subir videos que no hayas realizado ni utilizar contenido en tus videos cuyos derechos de autor pertenezcan a otra persona, como las pistas de música, los fragmentos de programas protegidos por derechos de autor, o los videos creados por otros usuarios, sin la autorización necesaria. Lee nuestros [Consejos sobre derechos de autor](#) para obtener más información.
- Fomentamos la libertad de expresión y defendemos el derecho de todo el mundo a expresar puntos de vista impopulares. Pero no se aceptan discursos discriminatorios que ataquen o humillen a un grupo debido a su raza u origen étnico, religión, discapacidad, sexo, edad, categoría de veterano u orientación/identidad sexual.
- Comportamientos tales como las amenazas, la agresividad, el hostigamiento, el acoso, la invasión de la privacidad, la revelación de información personal ajena, y la incitación a cometer actos de violencia o a violar los Términos de uso se consideran graves. Cualquier persona que incurra en

alguno de los comportamientos anteriores puede ser expulsada de forma permanente de *YouTube*.

- Todo el mundo odia el spam. Asegúrate de no incluir descripciones engañosas, etiquetas, títulos o miniaturas para aumentar el número de veces que ven tu video. No es correcto publicar gran cantidad de contenido sin audiencia específica, repetitivo y no deseado, que incluya comentarios y mensajes privados.

Tómate estas normas muy en serio. No intentes buscar posibilidades de escapatoria ni trates de buscar los entresijos. Simplemente intenta comprenderlas y respetar el espíritu con el que se crearon. Si deseas obtener más información, consulta nuestros [Consejos sobre instrucciones de la comunidad](#).

Aplicamos estas directrices.

Está bien, esto es más sobre nosotros que sobre ti. El personal de *YouTube* revisa los videos marcados las 24 horas del día, los siete días de la semana para determinar si infringen los Lineamientos de la comunidad. Cuando lo hacen, los eliminamos. A veces un video no infringe los Lineamientos de la comunidad, pero tal vez no es apropiado para todos. Estos videos pueden tener restricciones de edad. Se penaliza a las cuentas por infringir los Lineamientos de la comunidad, y las infracciones repetidas y graves pueden llevar a la cancelación de la cuenta. Si tu cuenta es cancelada, no se te permitirá crear una nueva cuenta. Para obtener más información acerca de la implementación de los Lineamientos de la comunidad y las consecuencias de infringirlas, visita el [Centro de asistencia](#).

***YouTube* es para la comunidad**

Recuerda que esta es tu comunidad. Todos y cada uno de los usuarios de *YouTube* hacen del sitio lo que es, por lo que no debes tener reparo alguno en investigar e involucrarte.

- Disfruta con el sitio. Hay mucho que ver y muchos usuarios creando contenidos asombrosos. ¡Podrías ser uno de ellos! El equipamiento cada vez es más barato y más fácil de utilizar, así que sumérgete y disfruta.
- Expresa lo que piensas a la comunidad. Los comentarios forman parte de la experiencia y, cuando se realizan con respeto, pueden resultar un método estupendo para hacer amigos, compartir historias y aprovechar mejor el tiempo que pasas en *YouTube*. Te recomendamos que dejes comentarios, califiques videos, ingreses tus propias respuestas a videos de tu incumbencia, participes en concursos de interés, etc. Hay mucho que explorar y muchas formas de participar en *YouTube*.
- Es posible que no te guste todo lo que veas. Puede que algunos de estos videos te resulten ofensivos. Si crees que algún video infringe los Términos de uso, haz clic en "Marcar" bajo el video que estás viendo para que el personal de *YouTube* lo revise. Si no es así, haz clic en otra cosa; ¿para qué perder el tiempo viendo videos que no te gustan?

¡Esto es todo! Gracias por leerlo.

— El equipo de *YouTube*

Consejos sobre las instrucciones de la comunidad

¿Quieres comprender un poco mejor los límites y excepciones en las Instrucciones de la comunidad? Éstos son algunos ejemplos y consejos útiles:

Sexo y desnudez

Por lo general, no se permiten desnudos, en particular en un contexto con contenido sexual. Si un video tiene el fin de ser sexualmente provocativo, tiene menos probabilidades de ser aceptado en *YouTube*. Existen algunas excepciones para algunos contenidos educativos, documentales, científicos y artísticos, pero sólo si ese es el propósito del video y no es innecesariamente gráfico. Por ejemplo, un documental de cáncer de seno sería apropiado, pero publicar videos fuera del documental no lo sería.

Discursos discriminatorios

"Discurso discriminatorio" se refiere a cualquier contenido que promueve el odio hacia miembros de un grupo protegido. Por ejemplo, el contenido racista o sexista pueden considerarse discurso discriminatorio. A veces hay una línea delgada entre lo que se considera discurso discriminatorio y lo que no. Por ejemplo, por lo general, está bien analizar una nación, pero no hacer generalizaciones ofensivas sobre el pueblo de una nación en particular.

Escandaloso y repugnante

El mundo es un lugar peligroso. A veces las personas se lastiman y es inevitable que estos hechos queden documentados en *YouTube*. Sin embargo, no está bien publicar contenido violento o sangriento cuya primera finalidad es ser escandaloso, sensacionalista o irrespetuoso. Si un video es particularmente gráfico o perturbador, debe estar balanceado con más contexto e información. Por ejemplo, incluir un fragmento de un matadero en un video en una zona de cría intensiva de animales puede ser apropiado. Sin embargo, poner juntos fragmentos sin relación y repugnantes sobre matanza de animales en un video puede ser considerado innecesario si su propósito es impactar en vez de ilustrar.

Actividades ilegales peligrosas

Ya que no sería justo decir que no puedes mostrar algo por cómo pueden responder teóricamente los espectadores, trazamos la línea en el contenido que tiene como objetivo incitar a la violencia o fomentar actividades ilegales peligrosas, las cuales tienen un riesgo intrínseco de daño físico grave o muerte. Esto implica no publicar videos con instrucciones para fabricar bombas, entrenamiento homicida ninja, ataques de francotiradores, entrenamiento de terroristas o consejos sobre carreras callejeras. Este tipo de representaciones deben ser educativas o documentales, y no deben estar diseñadas para ayudar o fomentar a otros a imitarla.

Niños

Los videos que incluyen niños (cualquier menor de 18 años) son especialmente delicados. Los videos con niños nunca deben ser sexualmente sugerentes o violentos. Se cuidadoso cuando publiques algo que incluya niños. Si compartes un momento privado o un video hogareño, considera hacerlo un [video privado](#) para sólo tus familiares y amigos puedan verlo.

Derechos de autor

Cuando creas algo original, tienes los derechos de autor. Asimismo, cuando otras personas crean contenido, pueden tener derechos de autor. Como una comunidad creativa, es esencial que todos en *YouTube* respeten los derechos de autor de otros. Si no estás seguro de si algo infringe los derechos de autor de alguien, lo más seguro es crear algo completamente original, con imágenes y audio de tu creación. Si es todo tuyo, nunca tienes que preocuparte por los derechos de autor: son

tuyos. Si grabaste algo de un DVD, o de la pantalla de tu televisor o bajaste un video en línea, no lo publiques a menos que tengas permiso.

Privacidad

Si has grabado un video que contiene personas fácilmente reconocibles y ellas no han dado el consentimiento de ser filmadas, es probable que presenten un reclamo de privacidad para eliminarlo. Si esto sucede, te notificaremos y te daremos una oportunidad para editar y volver a subir tu video antes de que actuemos sobre el reclamo. Si eliminamos tu video por razones de privacidad, no subas otra versión que contenga las mismas personas. Lo más probable es que aquellas personas vuelvan a presentar otro reclamo de privacidad o te denuncien por acoso. No publiques información personal de otras personas, incluidos números telefónicos, direcciones, números de tarjeta de crédito y las ID de gobierno. Somos serios acerca de mantener a nuestros usuarios a salvo y suspender cuentas que infrinjan la privacidad de las personas.

Acoso

Es una cuestión de respeto. *YouTube* tiene que ver con compartir e interactuar con la comunidad de manera respetuosa. Si no estás seguro de que un video o comentario que hayas realizado se pase de la raya, sigue una simple regla general: si no puedes decirle algo en la cara a alguna persona, no lo digas en *YouTube*. Y si estás buscando atacar, acosar, ofender o hacerte pasar por otros, ve a otro lugar.

Suplantación de identidad

La imitación de otro usuario al copiar el diseño exacto de su canal, usar un nombre de usuario similar o hacerse pasar por esa persona en los comentarios, mensajes de correo electrónico o videos se considera acoso. Si deseas mantener tu cuenta, evita participar de cualquier forma de suplantación de identidad o actividad de acoso en el sitio.

Amenazas

Los usuarios no se deben sentir amenazados cuando utilicen *YouTube*. No dejes comentarios amenazantes en los videos de otras personas