

## CAPÍTULO III

# **ONLINE SHAMING Y REDES SOCIALES: TWITTER COMO ESPACIO DE AJUSTICIAMIENTO SOCIAL**

**Víctor Hernández-Santaolalla**  
**Inmaculada Mármol**  
*Universidad de Sevilla*

### **Resumen**

En la actualidad, en un contexto en el que los mecanismos de acción social quedan profundamente influenciados por la comunicación a través de los medios *online*, el ajusticiamiento social parece haber pasado de las plazas públicas a las redes sociales. Así, en un mundo en el que la reputación *online* es tenida tan en cuenta, los *social media* son utilizados para llevar a cabo el denominado *online shaming*, una forma cercana al vigilantismo en internet en la que el objeto/sujeto es humillado públicamente a través de la pantalla.

Partiendo de este escenario, el presente trabajo propone un estudio de la red social Twitter en calidad de espacio público de condena y castigo social, abordando diferentes sucesos originados en el medio *online* u *offline*, que han derivado en la desaparición parcial o total de los “condenados” de la red. En concreto, siguiendo un enfoque metodológico cualitativo, se investigará el caso de Sergio Soler, más conocido como MrGranBomba, y el incidente bautizado como “Cara Anchoa”, analizando, más allá del número de mensajes publicados en Twitter en torno al suceso, los materiales textuales y audiovisuales que emitieron los usuarios en la red social a propósito del insulto del *youtuber* a un repartidor y las consecuencias del mismo.

**Palabras clave:** justicia de masas, redes sociales, Twitter, vigilantismo, castigo social, *online shaming*.

### **1. Introducción**

En *Los Odiosos Ocho* (*The Hateful Eight*, Quentin Tarantino, 2015), el verdugo Oswald Mobray avisa a la fugitiva Daisy Domergue: “Si los familiares y seres queridos de la víctima estuvieran detrás de esa puerta ahora mismo y tirasen la puerta abajo, te arrastrasen hasta la nieve y te colgaran del cuello, eso sería justicia de masas”. Y continúa: “La verdadera diferencia soy yo, el verdugo. El hombre que tire de la palanca que te parta el cuello será un hombre desapasionado, y la falta de pasión es la esencia misma de la justicia, pues la justicia sin desapasionamiento corre siempre el peligro de no ser justicia”. De esta forma, se diserta en la película sobre uno de los tópicos más cuestionados y debatido a lo largo de la historia: la justicia de

masas; principal respuesta social ante la disconformidad con el funcionamiento del sistema judicial imperante, ya sea por su incompetencia o por su incapacidad para sancionar las acciones ilegales y/o altamente reprobables de la ciudadanía.

Esta concepción de la justicia quedaría enlazada con el ejercicio del vigilantismo, definido por Johnson a partir de seis condiciones necesarias y suficientes: la actividad debe estar planificada y organizada, ser desarrollada por agentes privados, y ser emprendida por ciudadanos autónomos y activos (sin el respaldo de instituciones públicas ni perseguir fines comerciales). Asimismo, debe conllevar el uso de la fuerza o la amenaza de utilizarla, y funcionar como respuesta al crimen o a la transgresión de la norma, lo cual se traduciría en un incremento de la sensación de seguridad ciudadana (1996: 222-232). Dicho vigilantismo, así como el ajusticiamiento apasionado del que hablaba Mobray en la película de Tarantino han encontrado un espacio propicio en internet, concebido –al menos en origen, por sus desarrolladores– como un medio característicamente libre (Castells, 2003); mezcla de comunicación interpersonal y difusión de masas (Loveluck, 2014). Este se ha convertido en un escenario predilecto para el escarnio público de aquellos que se saltan las normas de lo admitido como “correcto”. En esta línea, cabe señalar cómo al tiempo que los peligros del universo *online* parecen incrementarse, disminuyen los recursos de las fuerzas de seguridad para el control de la red. Esto insta a un trabajo colaborativo entre actores públicos y privados –organizaciones gubernamentales, fuerzas de seguridad, empresas privadas y público general– (Huey, Nhan y Broll, 2012), pero también configura un contexto propicio, como se ha comentado, para la aparición del vigilantismo en el entorno digital –vigilantismo virtual o *netilantism* (Dennis, 2008; Chang, Zhong y Grabosky, 2016)–, que podría revertir, al mismo tiempo, en un mayor número de ataques en la red en un intento de ajusticiamiento.

Esto conecta, a su vez, con la idea de humillación colectiva y vergüenza pública, que encerraría el término de *shaming*, definido como “the process by which citizens publicly and self-consciously draw attention to the bad dispositions or actions of an offender, as a way of punishing him for having those dispositions or engaging in those actions” (Kahan y Posner, 1999: 368). De hecho, para Skoric et al., el *online shaming* debe entenderse como una especie de *spin off* de la idea de vigilancia como un mecanismo de control social: “Online shaming arises from peer surveillance and relies on the ease and widespread use of new Internet applications (open forums, online news portals, blogs) and communication devices with recording capabilities (camera/video-enabled mobile phones, digital recording devices)” (2010: 182).

Desde esta perspectiva, el *online shaming* se acercaría a otros conceptos como los de *lateral surveillance* (Andrejevic, 2005), *social surveillance*

(Marwick, 2012) o *human flesh search engine* –propio del contexto chino (Fletcher, 2008)–. No obstante, esta suerte de vigilancia extrema no debe entenderse como una consecuencia de las nuevas tecnologías, sino que hay que analizarla en un contexto más amplio de riesgo e incertidumbre (Beck, 2008; Bauman, 2013), a lo que se suma la falta de confianza en las fuerzas de seguridad para castigar la criminalidad (Ingraham y Reeves, 2016). De esta forma, se dejan entrever ciertas “ambigüedades del empoderamiento ciudadano en materia de [...] vigilancia y contravigilancia” (Hermida y Hernández-Santaolalla, 2016: 266), quedando claro que no son realmente las herramientas las que pueden suponer un peligro para la sociedad, sino el (mal) uso que se haga de ellas. Como señala Dennis (2008), a propósito de las posibilidades del *sousveillance*, “in the hands of responsible users such watchfulness can be kind, corrective, and protective. In the hands of the immature or manipulative it can be turned into harassment, stalking, voyeurism, and intrusion” (2008: 351).

Por supuesto, a pesar de que Powell (2015) mantenga que las nuevas tecnologías de la comunicación pueden dar lugar a nuevas formas de criminalidad –en el sentido de que no significan una mera traslación de las acciones del mundo *offline* al *online*–, ni el vigilantismo ni el ajusticiamiento son exclusivos del entorno digital ni están circunscritos al contexto de las redes sociales. Diferente es que estos espacios virtuales diseminados geográficamente se configuren como entornos propicios para su multiplicación e intensificación (Cheon y Gong, 2010; Skoric et al., 2010; Ingraham y Reeves, 2016). Esto conduce, alertan Ferrándiz, Ibáñez y Espinosa (2011), a su naturalización y, en última instancia, a su práctica cotidiana en el terreno *offline*.

Respecto a esta normalización, y fuera del espacio *online*, ya Kohm (2009) señalaba, a propósito del programa televisivo *To Catch a Predator*, que “in turning the hurt and humiliation of others into an entertainment commodity to be consumed by audiences, there is a danger that the audience may turn on the producers of the humiliation spectacle” (2009: 195). Así, la visualización de la humillación y el castigo a otros como una forma de entretenimiento podría funcionar a modo de invitación para llevar a cabo este ejercicio en el día a día.

Pero no solo se trata de que en el espacio virtual estas acciones sean más comunes y más seguidas, sino que para Laidlaw (2017) –quien diferencia entre cuatro formas de *online shaming* (vigilantismo, *cyber-bullying*, *bigotry* y *gossiping*)– también sus consecuencias pueden ser peores, tanto por el anonimato de los ejecutores y el alcance geográfico y temporal (en cuanto a inmediatez y conservación) de sus acciones, como por la descompensación entre castigo y trasgresión social (2017: 2-3). En palabras de Parsons, “while an individual can flee or escape local communities that shame them, online shaming may follow the individual for the rest of their life” (2012:

3). En esta línea, también es necesario atender al hecho de que, mientras la ley suele prestar atención a los ataques individuales que se llevan a cabo a través de comentarios, el daño de las víctimas se produce, principalmente, por la persecución generalizada, es decir, por un efecto de acumulación (Laidlaw, 2017: 6). Asimismo, la solución tampoco pasa por desaparecer de la red, pues “[v]ictims of online shaming often want to continue to participate in the spaces online, they simply want to be free from attack” (2017: 21).

## **2. Humillación y justicia social en redes sociales**

En sus inicios, las redes sociales como Twitter eran ensalzadas por ser espacios de debate en los que cualquiera se sentía capacitado para expresar su pensamiento libremente, además de proporcionar la oportunidad llegar a cuotas de audiencia soñadas solamente por personalidades públicas, otorgando voz y notoriedad de forma democrática a los usuarios. Hoy en día, sin embargo, comienzan a quedar patentes los efectos adversos de su potencial, viéndose esta capacidad de exposición pública como un arma de doble filo. Las redes sociales pueden ser una herramienta útil para reclamar “justicia” cuando otras vías fallan, o cuando un individuo se enfrenta a una gran empresa. Sin embargo, en ocasiones el castigo social se torna exacerbado en relación a la falta cometida, quedando destruida la reputación de una persona simplemente por una broma o un malentendido; un peligro que se ve incrementado por la inmediatez y el alcance de la red, que puede convertir una humillación en un fenómeno viral en cuestión de minutos. Así, las transgresiones, en vez de ser conocidas y juzgadas por un entorno cercano con un conocimiento más amplio de la situación y del supuesto transgresor más allá de la falta, pueden llegar a trascender a audiencias internacionales, perdiendo totalmente el contexto, y llegando a tener un juicio y consecuencias desproporcionadas.

No son pocos los autores que se han hecho eco de este fenómeno, como el periodista Jon Ronson (2015), quien entrevistó a diferentes víctimas de humillación pública vía redes sociales –Twitter, en particular–, las cuales relatan cómo vivieron el proceso que condujo a la destrucción virtual de su identidad, y las consecuencias que esto tuvo en su vida *offline*. Uno de los casos que relata es el de Lindsay Stone, trabajadora de LIFE (Living Independently Forever), una organización caritativa de cuidados y actividades para adultos discapacitados intelectuales. En octubre de 2012 realizaron un viaje a Washington DC, cuyos descansos Lindsay y su amiga Jamie aprovechaban para, a modo de broma, fotografiarse infringiendo alguna norma cívica (por ejemplo, se retrataban con un cigarrillo junto a una señal de prohibido fumar). Una de esas imágenes, sin embargo, obtuvo una atención pública especial: en ella, Lindsey Stone posaba en el cementerio nacional de

Arlington, al lado de una señal que rezaba “Silence and respect”, fingiendo gritar y haciendo un gesto ofensivo con el dedo corazón.

La imagen fue publicada en Facebook a la vista de todos los usuarios, ya que el perfil de Jamie era público. Esto, unido a que dicho cementerio es considerado un monumento conmemorativo a la labor del ejército estadounidense, contribuyó a que la imagen fuese repetidamente compartida, acompañándola de comentarios del tipo “Lindsey Stone hates the military and hates soldiers who have died in foreign wars” (en Ronson, 2015: 200). Los usuarios de la red crearon una página llamada “Fire Lindsey Stone” (“Despedid a Lindsey Stone”), que consiguió 12.000 *likes* en pocas horas, y que no tardó en transformarse en “Set fire to Lindsey Stone” (“Quemad a Lindsey Stone”). La “trasgresora” leyó cada comentario, que incluían amenazas de violación y muerte. Incluso contactaron con trabajadores de la residencia para solicitar su despido, los cuales finalmente cedieron ante la presión de la opinión pública. Superada por estas circunstancias, Lindsey se recluyó en su casa durante un año y se obsesionó con internet, buscando de forma compulsiva su nombre en Google para leer todo lo que se publicara sobre ella, desarrollando además depresión e insomnio. Lindsey era incapaz de sentirse relajada o feliz de nuevo; el temor a que todo el mundo la relacionara con este incidente la embargaba.

Otro caso reseñable es el de Alicia Ann Lynch, una joven estadounidense de 22 años, que en octubre de 2013 publicó en Twitter e Instagram otra fotografía que la llevaría a ser víctima del escarnio público. En su caso aparecía preparada para una fiesta de Halloween, celebración para la que había decidido ataviarse con ropa de deporte manchada de sangre falsa, aparentando ser una de las víctimas del atentado del maratón de Boston, que había tenido lugar en abril de ese mismo año y en el que habían fallecido tres personas y otras 280 habían resultado heridas. A través de retuits y menciones, el fenómeno llegó a tener repercusión mundial dentro y fuera de la red; fue despedida de la empresa para la que trabajaba, e incluso se hicieron públicos los datos de su licencia de conducir, debido a una imagen que ella misma había publicado tiempo atrás, y otras fotografías privadas en las que aparecía desnuda. Los usuarios amenazaron de muerte tanto a ella como a sus familiares y amigos, ante lo cual la joven se recluyó en su casa y borró todas sus cuentas en redes sociales. Más tarde, creó una cuenta nueva en Twitter para pedir perdón por lo sucedido e intentar detener las amenazas, rogando que dejaran de amenazar a sus padres y de difundir su número de teléfono y su dirección (Murphy, 2013).

Menos de dos meses más tarde del incidente de Alicia Ann Lynch, en diciembre de 2013, Justine Sacco se convertía en *trending topic* mundial –a pesar de que su cuenta solo contaba con 170 seguidores– como consecuencia de un mensaje que había publicado en Twitter antes de coger un vuelo hacia Ciudad del Cabo, Sudáfrica: “Going to Africa. Hope I don't get AIDS.

Just kidding. I'm white!". Aunque según declaraciones posteriores, su intención era ironizar acerca de la burbuja en la que viven los ciudadanos estadounidenses respecto a la realidad de los países africanos, el comentario fue pronto tachado de desalmado y los usuarios se apresuraron a calificarla de racista analfabeta (Ronson, 2015).

En cuestión de horas, Justine fue despedida por su empresa, la compañía IAC, que emitió un comunicado para desvincularse del incidente bajo la presión de los usuarios, los cuales, desde todas las partes del mundo, juzgaban y condenaban el desafortunado comentario. Asimismo, se filtraron los datos de llegada de su vuelo, e incluso un internauta se desplazó al aeropuerto y publicó una fotografía de ella después de que aterrizara su avión. En este sentido, se configuró una red para vigilar y retransmitir su reacción a la humillación en torno al *hashtag* #HasJustineLandedYet, y su historia no tardó en pasar de las redes sociales a los medios *offline*. Así, habiendo perdido su empleo y encontrándose sin apoyos para enfrentar la situación, Justine entró en depresión:

I'm really suffering. I had a great career and I loved my job and it was taken away from me and there was a lot of glory in that. Everybody else was very happy about that [...] It was incredibly traumatic. You don't sleep. You wake up in the middle of the night forgetting where you are. All of a sudden you don't know what you're supposed to do. You've got no schedule. [...] I'm single. So it's not like I can date, because we google everyone we might date. So that's been taken away from me too. How am I going to meet new people? What are they going to think of me? (en Ronson, 2015: 75)

A pesar de que los anteriores son algunos de los ejemplos más conocidos de *online shaming*, también pueden encontrarse casos parecidos en el contexto español, como el de Nacho Vigalondo, el de Guillermo Zapata o el de Desirée Bela-Lobedde. El primero, director de cine español, sembró la polémica el 28 de enero de 2011 al publicar un tuit bromeando sobre el Holocausto: "Ahora que tengo más de cincuenta mil *followers* y me he tomado cuatro vinos podré decir mi mensaje: ¡El holocausto fue un montaje!". Bajo el *hashtag* #humorelpais, el suceso pasó a ser *trending topic* nacional, y Vigalondo se convirtió en víctima de un linchamiento público, retirándose la campaña publicitaria que protagonizaba para el diario *El País* (El País, 2011). El director declaraba el 1 de febrero de 2011, en su penúltima entrada del blog alojado en el sitio web de dicho periódico, que su comentario nacía de la intención de "twittear diferentes versiones de un mismo gag: Imaginemos que yo fuese un villano de opereta con un plan maléfico, consistente en acaparar *followers* con excusas falsas (una carrera como cineasta) y, cuando acumulase un número lo suficientemente alto, sembrar el caos con mensajes devastadores" (Vigalondo, 2011a). Sin embargo, tras comprobar

el efecto que había tenido realmente su publicación, se apresuraba a disculparse: “Quiero aclarar que ni soy antisemita ni negacionista. Cualquiera que conozca mi trayectoria, ya sea escrita o en medios audiovisuales podrá comprobar que jamás me he acercado a esas posturas, a las que condeno radicalmente” (Vigalondo, 2011b). En una entrevista realizada por el guionista Guillermo Zapata (2011) un par de meses después del incidente, el director reconoció que la humillación pública llegó a tal punto que consideró tener que irse de España.

Antes de dicha entrevista, Zapata ya había intentado solidarizarse con el cineasta publicando otros mensajes en Twitter haciendo uso del humor negro. Así, por ejemplo, el 31 de enero de 2011 escribió: “Han tenido que cerrar el cementerio de las niñas de Alcácer para que no vaya Irene Villa a por repuestos”, aludiendo a la víctima de ETA y a las tres niñas que fueron secuestradas, violadas y asesinadas a finales de 1992. Cuatro años después, Zapata fue elegido concejal del Ayuntamiento de Madrid por Ahora Madrid y sus tuits cobraron relevancia pública. De esta forma, la denuncia contra el edil, que llegó a sentarse en el banquillo de los acusados por un presunto delito de humillación a las víctimas del terrorismo, alcanzó una amplia cobertura rápidamente, incluso a nivel internacional (Minder, 2016), abriendo un debate sobre los límites de la libertad de expresión tanto en la red como en los medios *offline*. Al fin y al cabo, como él mismo declaró en el juicio –del que salió finalmente absuelto–, los mensajes fueron emitidos en el contexto de un debate público sobre los límites del humor negro, que buscaba señalar “aquello que tiene un perjuicio mínimo en un entorno pequeño, pero que se puede desdibujar en la red” (en Guindal, 2016).

Por último, para cerrar con los casos de *online shaming* españoles, cabe destacar el caso de Desirée Bela-Lobedde, también conocida como Negra Flor. Esta ciudadana catalana de 37 años, conocida en los entornos afro-españoles y feministas como una de las voces más notables del activismo digital, se volvió *trending topic* nacional en junio de 2017 tras ser acusada de cobrar 20 euros por entrada para asistir a sus charlas; remuneración que iría en contra, según las voces críticas, del espíritu del activismo. La campaña de acoso por redes derivó en el cierre de su perfil en Twitter y la cancelación de sus conferencias. Sin embargo, otras activistas antirracistas como Moha Gerehou se solidarizaron con Negra Flor y declararon que no continuarían con su activismo hasta que ella volviese, apoyándose para ello en el *hashtag* #YoApoyoANegraFlor. Para los defensores de la activista y divulgadora, el ataque virtual debe entenderse como un caso de violencia xenófoba, algo que conectaría con los continuos comentarios que recibe en su canal de YouTube, donde es insultada por su condición racial.

Como se ha podido comprobar a lo largo del epígrafe, las víctimas del *online shaming* no son ni criminales ni personas con, a priori, intenciones mali-

ciosas, e incluso puede darse el caso de que sean personas socialmente comprometidas que busquen contribuir al bien común, ya sea en términos de igualdad o de libertad de expresión. No obstante, en el contexto digital, caracterizado por su concisión e inmediatez, es fácil que los mensajes lleguen a una multitud de usuarios que no cuentan con el contexto necesario para su correcta interpretación, alimentando así la posibilidad de que se desarrollen campañas de acoso y desprestigio hacia personas que, en origen, solo intentaban hacer un chiste –por muy macabro o de mal gusto que fuese–, y quedando descompensados, por tanto, la falta y el castigo.

### 3. El caso de MrGranbomba y “Cara Anchoa”

El 11 de diciembre de 2016, el alicantino Sergio Soler consigue más de 1.400.000 visitas en un único vídeo de su canal de YouTube, MrGranBomba. Dos días después desaparecen todos los vídeos de su canal, así como sus perfiles en los sitios de redes sociales, en los que llegó a tener más de medio millón de seguidores. La razón es que el *youtuber* quiso borrar por completo su identidad virtual tras sufrir un aluvión incesante de críticas que le hicieron convertirse en *trending topic* nacional durante varios días, con *hashtags* como el de #caraanchoa y #caranchoa. Este acoso masivo del que Sergio Soler fue víctima llegó a tener repercusión en el mundo *offline*, pues los medios inmediatamente se hicieron eco de este fenómeno, alrededor del que giraban distintos debates de cara a la opinión pública.

El desencadenante de estos hechos fue un vídeo compartido por este en la red en la fecha mencionada, en el que, como ya era costumbre, gastaba bromas a los viandantes para grabar sus reacciones con cámara oculta. Sin embargo, esta vez se topó con una reacción inesperada: Sergio Osorio, trabajador de una empresa de reparto, agredió físicamente al *youtuber* después de que este le llamara varias veces “cara anchoa”. Sergio Soler subió el vídeo a YouTube, añadiendo un anexo en el que calificaba al repartidor de “desequilibrado mental” y “delincuente”, y mostrando un parte de lesiones y una denuncia por agresión<sup>3</sup>. Mientras tanto, el vídeo se hizo viral en las redes sociales –especialmente en Twitter–, provocando diferentes reacciones en la sociedad: críticas, insultos, amenazas y persecución a ambos protagonistas del suceso. El linchamiento colectivo se entremezcla así con el debate sobre la legitimidad de la agresión, al tiempo que se utilizan fragmentos y fotogramas del vídeo para realizar todo tipo de parodias y *memes*, incluyendo *remixes*, juegos y *apps*. Asimismo, mientras algunos usuarios amenazaban de muerte al autor de la broma, otros, alentados por el *youtuber*,

---

<sup>3</sup> Aunque el vídeo fue borrado de la cuenta de MrGranBomba, otros usuarios lo volvieron a publicar en YouTube. Al respecto, el contenido puede consultarse en el enlace <<https://www.youtube.com/watch?v=z2nIndlBpxE>> [Fecha de consulta: 25/06/2016].

exigían el despido del repartidor por parte de su empresa, petición que no es escuchada por esta última.

Dos meses después, el 20 de febrero de 2017, el repartidor aseguró ante el juez estar en tratamiento psicológico debido a la repercusión mediática del suceso. La sentencia finalmente se resolvió con una multa de 30€ al repartidor por un delito leve de lesiones. Actualmente, la única huella que se encuentra del canal MrGranBomba, además de cuentas falsas y usuarios que comparten vídeos posteriores a su desaparición del mundo *online*, es un vídeo firmado por la marca de gafas Hawkers, a la que el *youtuber* vendió su cuenta en enero de 2017 (con sus cerca de 520.000 seguidores) por una cifra estimada de un millón de euros. Tras estas últimas noticias, el que fuera uno de los casos de *online shaming* con más repercusión en España quedaría prácticamente en el olvido.

#### 4. Metodología

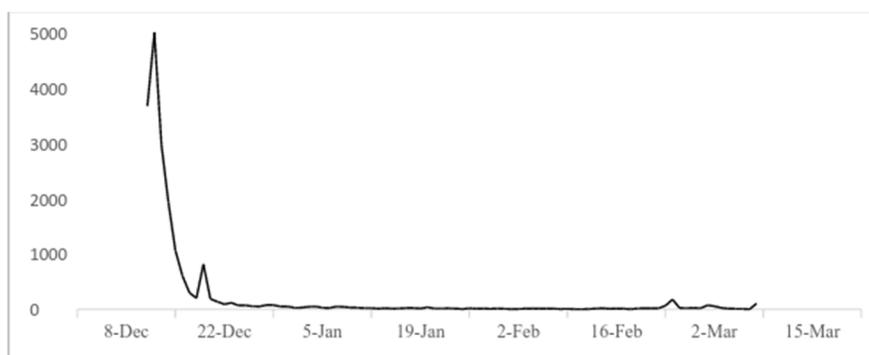
La presente investigación analiza la repercusión en Twitter de la “broma” realizada por el *youtuber* MrGranBomba a un repartidor y la respuesta de este último tras ser insultado con el apelativo “Cara Anchoa”; una acción que fue objeto de linchamiento y ajusticiamiento público, según señaló *El País* (Tentaciones, 2016). Así, siguiendo el estudio de Huey, Nhan y Broll (2012), y tras un análisis de frecuencia de los mensajes publicados en Twitter, se estudiaron, principalmente, los materiales textuales y audiovisuales que los usuarios publicaban en la red de *microblogging* entre el 11 de diciembre, fecha de publicación del vídeo, y el 8 de marzo de 2017, cuando se conoce la sentencia de multa de 30 euros al repartidor. La búsqueda de estos últimos se realizó a partir de las menciones a la cuenta del *youtuber* (@Granbomba), y a partir de los principales *hashtags* empleados, los cuales fueron localizados gracias al vaciado de noticias previo. En concreto, los *hashtags* más utilizados en el caso “Cara Anchoa” en la red de *microblogging* fueron: #Granbomba, #caraanchoa, #caranchoa, #caraanchoas, #caranchoaGate, #caraanchoaGate, #CaranchoaEP. El análisis posterior de los tuits se realizó con el programa Nvivo 11 Plus.

#### 5. Resultados

Como puede comprobarse en el gráfico 1, los mensajes fueron muy frecuentes durante los cuatro primeros días desde la publicación del vídeo, momento en el que *hashtags* como #caranchoa o #caraanchoa se convierten en *trending topic*. Esta es una situación habitual en este tipo de casos en los que la red se hace un gran eco, pero temporal, de sucesos llamativos relacionados con el universo *offline* u *online*. Sin embargo, a partir del cuarto día, y salvo picos relacionados con declaraciones realizadas por ambos afectados (por ejemplo, las entrevistas en Espejo Público de Antena 3) o a la resolución del juicio, el tema no tuvo demasiada repercusión en Twitter. De

hecho, el 20 de diciembre de 2016, el usuario @JoseCardenosa tuiteaba: “¿Qué habrá sido del #CaraAnchoa de @Gran Bomba?”.

Gráfico: Evolución del número de tuits con los *hashtags* contemplados.



Sin embargo, más que el volumen de mensajes, en la presente investigación interesa analizar el contenido y naturaleza de los mismos. Así, a continuación se hará un recorrido por las diferentes categorías de mensaje halladas, recogiendo algunos de los tuits más llamativos, al respecto. En esta línea, uno de los recursos más frecuentes es utilizar el fenómeno “Cara Anchoa” como una excusa para lanzar bromas en la red: revelaciones como “ir a comulgar llamándole al cura Cara Anchoa”, “ya se sabe lo que le dijo Materazzi a Zidane” o “ya sabemos lo que se le dijo a Justin Bieber”, fueron típicas durante los primeros días. Incluso se fusionó con momentos del escenario político, como el seguimiento de Rajoy en el AVE de la final de Roland Garros que ganó Garbiñe Muguruza, que ha sido objeto de numerosos memes; incluyendo algunas muy desacertadas como la comparación con el holocausto nazi: “¿Sabéis a quien llamaron #caranchoa también? Exacto, a Hitler. Aunque él se lo tomó un poco peor” (@boretto, 12 dic. 2016).

Asimismo, también hubo espacio para el debate, utilizando sobre todo la herramienta “encuestas” de Twitter, a través de las cuales se les preguntaba a los usuarios si consideraban que era justificable o merecida la agresión al *youtuber*. Unos intentos de debate que no estuvieron exentos de ofensas verbales entre tuiteros. Pero más frecuente que el propio debate era posicionarse a favor o en contra de cada uno de los implicados. Al respecto, puede hallarse, en primer lugar, un importante apoyo al repartidor, aplaudiendo su reacción; el cual se completaba, asimismo, con una absoluta condena a la acción y posterior reacción de GranBomba; es decir, al insulto y a la denuncia:

Bien merecida la hostia. #caraanchoa (@martiparlade, 11 dic. 2016)

Gracias de CORAZÓN al golpe #caraanchoa a #granbomba por cerrar la boca a un buen ejemplo de los niños y maleducados que estamos criando (@nachoescalona, 12 dic. 2016).

@Granbomba No pensabas que la gente se iba poner en tu contra ¿verdad? Haberlo pensado antes de joder el empleo (@NezarAit, 14 dic. 2016).

Encima de que te ganas la ostia a pulso (que ya te había avisado otra persona) vas y denuncias... vaya retrasado eres. #Caraanchoa (@Maria\_9515, 12 dic. 2016).

@Granbomba cierra su canal d YouTube!! #caranchoa repartido ya ha hecho más por la cultura en este país que el @PPopular !! Grande!! (@orfeoyeuridices, 18 dic. 2016).

Pero los usuarios no se limitaban a aplaudir la respuesta del repartidor denunciando el acto del *youtuber*, sino que animaban a agredir físicamente a este último. De hecho, el 13 de diciembre John Cobra –personaje frecuente en las redes sociales– se grabó amenazando a MrGranBomba, haciéndose eco Twitter del vídeo publicado en YouTube. Al día siguiente, el 14 de diciembre, se publicó una entrevista telefónica entre Álvaro Ojeda de *Ok Diario* y Juan Carlos, el padre del *youtuber*, que denuncia las amenazas que están sufriendo y que le hayan quitado la ilusión a su hijo con tanto mensaje negativo. De esta forma, mientras la red dibuja a Sergio Soler como el criminal al que hay que condenar, el padre lo muestra como la víctima de la situación.

En esta línea, menos frecuente, sin embargo, era la condena a la acción del repartidor, aunque también hubo usuarios que rechazaban la violencia desarrollada por este. Y, al igual que en el caso anterior la condena al *youtuber* se asociaba con el apoyo al repartidor, aquí la condena al segundo se asocia con el apoyo al primero. En este caso se trataba, o bien de usuarios que entienden el equívoco pero que no ven necesario el linchamiento, o de *fans* que echan de menos a su ídolo y solicitaban que siguiera su “carrera”.

Me parece de vergüenza lo de #CaraAnchoa. Espero que al repartido mañana le expliquen a comportarse como una persona normal (@aparicioa, 12 dic. 2016).

Parece que soy de los pocos que le da pena el chaval al que le dan el tortazo por el #Caraanchoa , el repartidor es un pasado de la vida... (@manuellucas10, 12 dic. 2016).

#Caraanchoa Somos jueces de la moralidad pero no verdugos,El chico hizo mal ,sí,y nosotros también si no respetamos a su familia!! #Paz (@BeagleArts, 15 dic. 2016).

Todo el mundo tiene Fallos!! #CaraAnchoa #GranBomba Has metido la pata, pero tanto como que estéis AMENAZADOS tú y tu Familia... Sobra (@Tonyuo\_Games, 17 dic. 2016).

Es un poco triste que @Granbomba, cuyo futuro se vislumbraba prometedor, acabe sus días recordado con el apodo con el que insultó a otro (@SoositaX, 18 dic. 2016).

Entre el colectivo *fandom* del *youtuber* destaca la cuenta @CfMrGranBomba, que el 15 de diciembre de 2016, por ejemplo, tuiteó “00:00. Vuelve, por favor. @Granbomba”. Comentarios de apoyo de este tipo le sirvieron para que otros tantos usuarios se enfrentaran directamente a la usuaria, encontrando en ella un oponente que sí seguía en la red, pues Sergio Soler ya había cerrado la cuenta el 12 de diciembre.

Si tu ídolo es un niñato sentado en una pc colgando videos idiotas y gilipolleses. Creo que deberías replantearte tus gustos (@MARCANTONACCIO, 16 dic. 2016).

pedazo de puta como te vas a hacer una cuenta de fans del irrespetuoso este la puta que te pario PUTA @CfMrGranBomba (@July3p, 16 dic. 2016).

@CfMrGranBomba Menudos subnormales, ponte a trabajar un poco niñat@!! (@mkl\_prds, 2 ene. 2017).

Frente a este acoso, la usuaria @CfMrGranBomba se quejó de la cantidad de bloqueos que tuvo que realizar y no dudó en defenderse de los ataques, incluso de aquellos indirectos provenientes de un programa de televisión como Espejo Público:

#GranbombaAnimo después de irse, tuve que bloquear a 100 personas por los insultos que recibía. Pero si tengo qe seguir haciéndolo lo haré (@CfMrGranBomba, 20 dic. 2016).

Antes de criticar a Granbomba, conoced a Sergio, metemierdas. @EspejoPublico #GranbombaAnimo (@CfMrGranBomba, 20 dic. 2016).

Finalmente, frente a los apoyos a uno o a otro “contendiente” (y la condena al contrario), había un tercer grupo de usuarios que, en lugar de elegir una posición, directamente arremetían contra ambas partes, calificando el suceso de error absoluto:

Ni la broma a un desconocido, ni la respuesta en forma de torta por parte del tipo, ni subir el vídeo... todo muy mal en el caso #Caraanchoa (@Yogu\_zonasur, 12 dic. 2016).

Todos culpables, el cámara por no acercarse a decir mira si estoy grabando, el bomba por haberlo hecho y el pavo por pegar. #Caraanchoa (@MissSweetilly, 12 dic. 2016).

No obstante, aparte de la agresión, dos sucesos fueron especialmente relevantes por su reacción en la red social de *microblogging*. El primero fue la compra del canal de YouTube de MrGranBomba por la marca Hawkers, que provocó la queja y el rechazo de muchos usuarios, que invitaban al boicot. El segundo fue la resolución del juez respecto a la denuncia interpuesta por Sergio Soler. En general, los usuarios entendieron que 30 euros no era una cantidad demasiado alta, e incluso hubo mensajes que se ofrecían a pagar la multa solo por la posibilidad de pegarle al *youtuber*. Otros, en cambio, manifestaron que el repartidor no debería ser declarado culpable en ningún caso.

Acabo de enterarme de que @HawkersCo ha comprado el canal de granbomba, no puedo esperar a hacer una hoguera con vuestras gafas de sol (@ivhevia, 3 ene. 2017).

#CaranchoaEP un padre de familia condenado por trabajar ,y el que le falta el respeto por encima gana pasta (@carablanca2000, 24 feb. 2017).

Para finalizar, llama la atención cómo el suceso sirvió de excusa para llamar a la agresión a tantos otros *youtubers*, que tampoco dudaron en intervenir en el debate, como AuronPlay, quien en un vídeo publicado el 15 de diciembre de 2016 titulado “Mi opinión sobre el tema CARA ANCHOA” señalaba que amenazar de muerte a MrGranBomba era exagerado, porque no se trata de un violador, el cual sí se merecería cualquier cosa<sup>4</sup>.

Llevo mucho tiempo esperando que alguien en la calle le diese una paliza a un youtuber por creerse gracioso y tocar los huevos #Granbomba (@Sergetsus, 11 dic. 2016).

Ojalá un vídeo de Dalas a lo #Caranchoa (@heypablohoney, 12 dic. 2016).

Jorge Cremades se merece una visita del repartidor de #Caranchoa (@Quiquealhama, 13 dic. 2016).

## 6. Discusión y conclusiones

En un contexto de descontento y desconfianza hacia la justicia ordinaria, la sociedad desarrolla una suerte de vigilancia continua del entorno como mecanismo de control y, en última instancia, de ajusticiamiento; algo que se ve facilitado por el uso continuo de dispositivos tecnológicos y de las redes sociales. Sin embargo, ¿puede esto calificarse de vigilantismo? Atendiendo a las características mencionadas por Johnston (1996), y a propósito del caso de “Cara Anchoa” y MrGranBomba, resulta complicado afirmar que los usuarios que intervinieron aportando pruebas de las acciones previas

---

<sup>4</sup> El momento concreto en el que se realiza dicho comentario puede consultarse en el enlace < <https://www.youtube.com/watch?v=d4s8JJSqGYY#t=10m40s> [Fecha de consulta: 27/06/17].

del *youtuber*, y atacando a los implicados puedan definirse como vigilantes. Es cierto que son ciudadanos autónomos, activos y privados, que en ocasiones amenazan con utilizar la fuerza, y que responden a una transgresión (al menos percibida) de las normas sociales. No obstante, sus acciones no parece que conlleven un aumento de la seguridad ciudadana y, mucho menos, existe una premeditación y organización a la hora de realizar sus acciones, algo que no es imposible en la red, tal y como demuestran grupos como Anonymous, en otro contexto.

A la hora de hablar de ajusticiamiento, y siguiendo a autores como Cheon y Gong (2010), Skoric et al. (2010) o Ingraham y Reeves (2016), parece claro que el entorno *online*, muchas veces acompañado del ocultamiento de la identidad real del usuario, facilita la aparición de este fenómeno, al tiempo que contribuye a normalizarlo.

El linchamiento pasa de las plazas del pueblo a las plazas de Twitter, por citar la red social analizada, pero más allá de esto, la intención de condena y castigo es la misma. El problema es que, como señalaba Laidlaw (2017), es posible que la sanción impuesta por los ciudadanos sea mucho mayor que la propia transgresión del acusado –no por los ataques individuales sino por acumulación, como se quejaban tanto el *youtuber* como su *fan*–, sin olvidar que los mensajes quedan escritos y se preservan en la red, dañando la imagen del condenado en el tiempo. La solución pasa por intentar desaparecer de la red, algo que, si bien resulta complicado, pues muchos de los mensajes permanecen, tampoco es del gusto del afectado: como lamentaba en la entrevista el padre de Sergio Soler, le han quitado la ilusión.

Ya sea a través del humor –en muchos casos desacertados- o en un tono más serio, ya sea criticando un suceso que no debía haber ocurrido en una sociedad civilizada o atacando a alguno de los implicados, los mensajes se multiplicaban conforme pasaban los minutos, utilizando *hashtags* que se convertían en *trending topic*; oportunidad que no desaprovecharon ni los *bots* ni aquellas marcas que pretendían conseguir algo de notoriedad a través de un suceso que conectaba con la generación YouTube, como Popitas, que el 11 de diciembre de 2016 publicó “Cuando tu colega te dice que las palomitas de marca blanca están más buenas... #caraanchoa”. El caso “Cara Anchoa” parece funcionar de ejemplo perfecto de una práctica que está a la orden del día en internet, y que puede verse incrementada y radicalizada en el futuro próximo, al menos atendiendo a otros fenómenos como los de las estadounidenses Justine Sacco o Alicia Ann Lynch, los de Nacho Vigalondo o Guillermo Zapata, o el más reciente de Cassandra –condenada por unos tuits humorísticos sobre el atentado a Luis Carrero Blanco–, todos ellos derivados de supuestas bromas que no contentaron a todo el público.

## Referencias

- Andrejevic, M. (2005). "The work of watching one another: Lateral surveillance, risk, and governance". *Surveillance & Society*, 2, 4, 479-497.
- Bauman, Z. (2013). *Miedo líquido: la sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U. (2008). *La sociedad del riesgo mundial*. Barcelona: Paidós.
- Castells, M. (2003). "Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica". *Polis. Revista Latinoamericana*, 4. [Fecha de consulta 25/06/17] <<http://polis.revues.org/7145>>
- Chang, Lennon Y. C.; Zhong, Lena Y.; Grabosky, Peter N. (2016). "Citizen co-production of cyber security: Self-help, vigilantes and cybercrime". *Regulation & Governance*, online first. <<http://dx.doi.org/10.1111/rego.12125>>
- Cheong, P.; Gong, J. (2010). Cyber vigilantism, transmedia collective intelligence, and civic participation. *Chinese Journal of Communication*, 3, 4, 471-487. <http://dx.doi.org/10.1080/17544750.2010.516580>
- Dennis, K. (2008). "Viewpoint: Keeping a Close Watch – The Rise of Self-Surveillance and the Threat of Digital Exposure". *The Sociological Review*, 56, 3, 347-357. <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-954x.2008.00793.x>>
- El País (2011). "EL PAÍS suspende la campaña de Vigalondo". *El País*, 3 de febrero [Fecha de consulta: 27/06/17] <[http://elpais.com/diario/2011/02/03/sociedad/1296687608\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/02/03/sociedad/1296687608_850215.html)>
- Ferrándiz, J.; Ibáñez, C.; Espinosa, A. (2011). "Racismo 2.0: expresiones de prejuicio en las redes sociales virtuales tras las elecciones generales de 2011". *Polítai*, 2, 3, 75-83.
- Fletcher, H. (2008). "Human flesh search engines: Chinese vigilantes that hunt victims on the web". *The Sunday Times*, 25 de junio [Fecha de consulta: 25/06/17] <<https://www.thetimes.co.uk/article/human-flesh-search-engines-chinese-vigilantes-that-hunt-victims-on-the-web-jdvnv7qbsl7t>>
- Guindal, C. (2016). "Zapata: 'Condeno el terrorismo y para nada soy anti-semita'. *El Español*, 7 de noviembre [Fecha de consulta: 27/06/17]. <[http://www.elespanol.com/espana/tribunales/20161107/168983208\\_o.html](http://www.elespanol.com/espana/tribunales/20161107/168983208_o.html)>

- Hermida, Alberto; Hernández-Santaolalla, Víctor (2016). "Ambigüedades del empoderamiento ciudadano en el contexto tecnopolítico". *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, 13, 263-280.
- Huey, L., Nhan, J.; Broll, R. (2012). "'Uppity civilians' and 'cyber-vigilantes': The role of the general public in policing cyber-crime". *Criminology and Criminal Justice*, 13, 1, 81-97.
- Ingraham, C.; Reeves, J. (2016). "New media, new panics". *Critical Studies in Media Communication*, 33, 5, 455-467.
- Johnston, L. (1996). "What is vigilantism?" *British Journal of Criminology*, 36, 2, 220-236.
- Kahan, D. M.; Posner, E. A. (1999). "Shaming white-collar criminals: A proposal for reform of the federal sentencing guidelines. *The Journal of Law and Economics*, 42, 1, 365-392.
- Kaul de Marlangeon, S.; Cordisco, A. (2014). "La descortesía verbal en el contexto político-ideológico de las redes sociales". *Revista de Filología*, 32, 145-162.
- Kohm, S. A. (2009). "Naming, shaming and criminal justice. Mass-mediated humiliation as entertainment and punishment". *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 5(2), 188-205.
- Laidlaw, Emily B. (2017). "Online shaming and the right to privacy". *Laws*, 6, 1, 1-26.
- Loveluck, B. (2014). "Internet, un nouveau pouvoir?". En J. V. Holeindre, *Le Pouvoir. Concepts, lieux, dynamiques*. Auxerre: Sciences humaines. [Fecha de consulta : 25/06/17] <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01172516/document>>
- Marwick, A. E. (2012). "The public domain: Surveillance in everyday life". *Surveillance & Society*, 9, 4, 378-393.
- Minder, R. (2016). "Crackdowns on Free Speech Rise Across a Europe Wary of Terror". *The New York Times*, 24 de febrero [Fecha de consulta: 27/06/17] [https://www.nytimes.com/2016/02/25/world/europe/spain-europe-protest-free-speech.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=second-column-region&region=top-news&WT\\_nav=top-news&\\_r=0&ref=nyt-es&mcid=nyt-es&subid=article](https://www.nytimes.com/2016/02/25/world/europe/spain-europe-protest-free-speech.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=second-column-region&region=top-news&WT_nav=top-news&_r=0&ref=nyt-es&mcid=nyt-es&subid=article)

- Murphy, D. (2013). “Michigan woman’s Boston Marathon bombing costume sparks outrage, threats”. *Daily News*, 3 de noviembre [Fecha de consulta: 27/06/17] <<http://www.nydailynews.com/news/national/boston-bombing-victim-costume-sparks-outrage-threats-online-article-1.1505395>>
- Parsons, C. A. (2012). “Shame justice on social media: How it hurts and ways to limit it”. *SSRN* [Fecha de consulta: 25/06/17] <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2151204>>
- Powell, A. (2015). “Seeking rape justice: Formal and informal responses to sexual violence through technosocial counter-publics”. *Theoretical Criminology*, 19, 4, 571-588.
- Ronson, J. (2015). *So You’ve Been Publicly Shamed*. London: Picador.
- Skoric, M.; Chua, J. P. E.; Liew, M. A.; Wong, K. H; JueYeo, P. (2010). “Online shaming in the Asian context: Community empowerment or civic vigilantism?”, *Surveillance & Society*, 8, 2, 181–199.
- Tentaciones (2016). “Agresión a MrGranBomba: ¿Acaso el repartidos no se merece también una bofetada?” *El País*, 20 de diciembre. [Fecha de consulta: 25/06/17] <[http://elpais.com/elpais/2016/12/12/tentaciones/1481503226\\_190647.html](http://elpais.com/elpais/2016/12/12/tentaciones/1481503226_190647.html)>
- Vigalondo, N. (2011a). “Holocausto Vigalondo”. *Diario Cinematográfico. Blog de Nacho Vigalondo*, 1 de febrero. [Fecha de consulta: 27/06/17] <<http://blogs.elpais.com/nachovigalondo/2011/02/holocausto-vigalondo.html>>
- Vigalondo, N. (2011b). “¡Último post!”. *Diario Cinematográfico. Blog de Nacho Vigalondo*, 3 de febrero. [Fecha de consulta: 27/06/17] <<http://blogs.elpais.com/nachovigalondo/2011/02/%C3%BAltimo-post.html>>
- Zapata, G. (2011). Hype sin Moraleja: Entrevistamos a Nacho Vigalondo. *Libro de notas*, 14 de abril. [Fecha de consulta: 27/06/17] <<http://librodenotas.com/cronicasdelhype/20238/hype-sin-moraleja-entrevistamos-a-nacho-vigalondo>>

## RESEÑA CURRICULAR

**Víctor Hernández-Santaolalla** es Doctor en Comunicación con la calificación Sobresaliente Cum Laude por Unanimidad y Premio Extraordinario por la Universidad de Sevilla, Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas con la calificación de Premio Extraordinario por dicha institución y Graduado en Psicología por la UNED. Es Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla, donde compagina sus labores docentes con la investigación en el área de la comunicación política, la propaganda, los efectos de la comunicación de masas, el análisis del discurso publicitario, y la vigilancia y contravigilancia en redes sociales. Ha participado en numerosos congresos y otras actividades de carácter científico, y ha publicado artículos en revistas como *Communication Studies*, *European Journal of Communication* o *Information, Communication and Society*, así como capítulos de libro en editoriales españolas y extranjeras, tales como Alfar, Tirant Lo Blanch, Armand Colin, Peter Lang o McFarland. Por otra parte, ha coordinado un libro sobre la serie de televisión *Breaking Bad* (Errata Naturae, 2013) y otro sobre la representación del asesino en serie en la ficción televisiva (Síntesis, 2015).



**Inmaculada Mármol** es estudiante en la Universidad de Sevilla, finalizando el grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Colabora en esta investigación como parte del proyecto de alumnado interno en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, en la Facultad de Comunicación. Desempeña las funciones de gestión estratégica y *community manager* en Welcome to Guiriland.

