



Lineth
Acosta



Alejandra
Gutiérrez

Tú eres eso: Efectos del insulto en la construcción imaginaria del yo de creadores de contenido bolivianos

**KIPUS
CIENTÍFICOS**
Entrelazando Ciencia



Tú eres eso: Efectos del insulto en la construcción imaginaria del yo de creadores de contenido bolivianos

Lineth Sara Acosta Fernandez¹
Alejandra Karen Gutiérrez Campero²

Recibido: 18 de agosto de 2025. Aprobado: 22 de octubre de 2025.

Resumen

El objetivo central de este artículo es explorar los efectos del insulto en la construcción imaginaria del yo de creadores de contenido. La investigación fue realizada desde la metodología cualitativa, mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas a siete creadores bolivianos que emplean la plataforma de TikTok. Se empleó el enfoque psicoanalítico, retomando las conceptualizaciones de autores como Freud, Lacan y Miller para la fundamentación teórica del escrito, así como para el análisis y la construcción de categorías dadas a partir del discurso de los sujetos entrevistados. Los principales hallazgos radican en que el insulto como significante que degrada, objetaliza y resuena, apunta principalmente a atacar el cuerpo de los creadores de contenido. Ya en cuanto a sus efectos, impacta en la consistencia imaginaria del yo, desestabilizando la imagen que el sujeto tiene sobre sí mismo, llevándolo a cuestionarse sobre la veracidad de los comentarios recibidos; y también produciendo reacciones afectivas como la tristeza y el enojo. Analizar estos aspectos resulta fundamental para comprender las dinámicas dadas en redes sociales, cuyo alcance en la contemporaneidad es interminable, más aún el de comentarios que no se limitan a ser palabras que critican, sino que se convierten en insultos cuya huella más allá de escrita queda como marca.

Palabras clave: psicoanálisis, comentarios agresivos, redes sociales, degradación, identificación

1 Estudiante de 9no. semestre de la carrera de Psicología de la UMSS y miembro titular de la SOCEPSI.

Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-5942-4170>

Correo: sara.acostafer@gmail.com

2 Estudiante de 9no. semestre de la carrera de Psicología de la UMSS y miembro titular de la SOCEPSI.

Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-5721-7897>

Correo: kg1388523@gmail.com

Introducción

Imagina que caminas por la calle y, de pronto, un desconocido se te acerca y te lanza un insulto. Tal vez te detienes confundido, tal vez intentas ignorarlo. Pero ¿Qué pensarías? ¿Cómo te sentirías? ¿Cambiaría algo en tu imagen? Ahora, traslada esa misma escena al espacio de las redes sociales. Cambia la calle por TikTok, y a ese desconocido por una cuenta anónima que hace un comentario público dirigido a tu cuerpo, a tu forma de hablar, a lo que haces. Los creadores de contenido están rodeados de comentarios de diferentes tipos, ya que las redes sociales constituyen un espacio para el despliegue de la subjetividad, la interacción simbólica y también la agresión. Estas plataformas no solo nos permiten compartir contenidos, sino que también funcionan como escenarios en los que nos exponemos, miramos y nos vinculamos.

El fenómeno del insulto cada vez es más visible y frecuente en redes sociales a diferencia de los intercambios cara a cara, donde el insulto puede ser efímero, en las plataformas virtuales queda fijado y escrito. Por otro lado, es de suma importancia la población de investigación, ya que esta se encuentra en una posición particular de exposición a diferencia de usuarios comunes, ellos se muestran de manera constante frente a un público. Es así que nos preguntamos ¿cuáles son los efectos que el insulto tiene en la construcción imaginaria del yo de creadores de contenido bolivianos?

Para responder tal cuestionante, se propone describir las distintas respuestas que los sujetos manifiestan frente al comentario hiriente del otro; e indagar en la resonancia afectiva del insulto reconociendo los afectos predominantes que se activan en el sujeto ante dicha experiencia.

Por último y partiendo por el interés de los fenómenos de la era digital, esta investigación se propone aportar al campo psicoanalítico mediante el estudio del insulto en redes sociales. Al recuperar las vivencias de quienes se ven expuestos a estas formas de interacción, el estudio busca iluminar modos en que la subjetividad se configura hoy en un espacio donde la exposición y el juicio público inciden en las formas de ser y reconocerse.

Procedimientos metodológicos y marco conceptual

Procedimientos metodológicos

Para el desarrollo de esta investigación, se optó trabajar con el paradigma interpretativo, ya que el objetivo principal es comprender los efectos que los insultos tienen en la construcción yoica de los creadores de contenido. Se adoptó un enfoque cualitativo, dado que se utilizarán entrevistas semiestructuradas. El diseño de campo se eligió por la necesidad de trabajar directamente con los sujetos en su contexto actual de producción de contenido digital y se complementará con un enfoque documental.

La población está compuesta por creadores de contenido bolivianos, con edades comprendidas entre los 18 y 30 años. Se trabajó con una población finita, seleccionada mediante un muestreo intencional de tipo bola de nieve, identificando a sujetos que cumplieran con diferentes características y que, a su vez, recomendaran a otros posibles participantes con perfiles similares.

Los criterios de inclusión fueron: a) residir en Bolivia; b) tener al menos 10.000 seguidores en una o más plataformas digitales, principalmente TikTok o Instagram; c) haber estado activos en la creación de contenido por un mínimo de un año; d) haber recibido comentarios ofensivos o insultos en redes sociales. Las entrevistas semiestructuradas se realizaron entre el 20 y el 30 de julio de 2025, de manera individual, considerando la disponibilidad de los participantes.

El presente artículo se abordó desde una perspectiva psicoanalítica, entendiendo el psicoanálisis como una experiencia entre sujetos mediada por el lenguaje y el inconsciente (Lacan, 1966). Para el análisis de los datos, se aplicó una estrategia en dos etapas. En primer lugar, se realizó un análisis temático, con el propósito de identificar las unidades de sentido y los temas recurrentes emergentes en los discursos de los participantes. En segundo lugar, estas categorías fueron interpretadas teóricamente desde el psicoanálisis, retomando los aportes de Freud, Lacan y Miller para comprender los efectos del insulto en la construcción imaginaria del yo.

Marco conceptual

El insulto: de iniciación general

El insulto es la acción y el efecto de ofender a alguien provocándolo o irritándolo principalmente con palabras. Su significado etimológico remite a un asalto: brincar o saltar agresivamente contra alguien, con la intención de destruirlo, de partirlo en pedazos (RAE; Treviño, s.f.). Por lo tanto, un insulto implica una intención agresiva y produce un impacto en quien lo recibe.

El insulto desde el psicoanálisis

Jacques-Alain Miller es uno de los pocos autores que ha trabajado la noción de insulto desde el psicoanálisis, enfatizando en su carácter degradativo. Menciona que el insulto encarna un “tú eres eso” donde el “eso” es más bien despectivo (1989). No se trata de describir o dialogar, sino de fijar al otro en una posición degradada, mediante una palabra, o, mejor dicho, un significante. Como lo expone Ubieto (2019) acerca del insulto:

Es el esfuerzo supremo del significante para decir lo que el otro es como objeto a, para cernirlo en su ser en tanto que justamente se escapa al sujeto [...] el insulto fija así la lengua, pretendiendo reducir al otro a la nada o a un tú eres eso. El significante deviene aquí el objeto, sin paliativos y sin suspensión posible de sentido (p.8).

Este planteamiento complejo, da pauta de que el insulto intenta atrapar al sujeto en su dimensión degradante, como resto, es decir, como objeto. El insulto busca objetizar al sujeto, reduciéndolo a nada.

En esta línea, se puede comprender lo que Lacan (1973) señala sobre el insulto, acerca de que “resulta por la época, ser del diálogo tanto la primera como la última palabra” (p. 512). Con ello indica que el insulto puede ocupar el lugar de única palabra, que, en lugar de abrir al diálogo, interrumpe el mismo, ya que es un esfuerzo de reducir al otro.

Amendola (2015) refuerza esta idea al señalar que el insulto es un intento de decir la cosa misma para atrapar al otro en condición de objeto, y atravesarlo en su ser ahí. De allí podría entenderse que el insulto corta, fija y hiere, marcando al sujeto.

Se trata de un ataque verbal a un individuo que expresa un vacío argumentativo en el pensamiento, la cual según Dessal (2019) es la manifestación contemporánea de la degradación de la vida.

Definición del yo

Generalmente se entiende al yo como el nominativo con el que una persona se designa a sí misma, de manera consciente, por la cual además se hace cargo del conjunto de rasgos que considera como propios y que lo diferencia de los demás, coloquialmente entendido como identidad (RAE, s.f.).

Desde el psicoanálisis, Freud (1923) es el primer autor en aportar una definición sobre esta instancia; más allá de su dimensión tópica, el yo es definido como “la proyección de una superficie corporal” (p. 27), es decir, como la representación o figura que un individuo tiene de sí mismo, a partir de las sensaciones de la superficie de su cuerpo. Dos son las cuestiones importantes a rescatar de dicha conceptualización: que el yo y el cuerpo están íntimamente relacionados, y que el yo al ser una representación, es básicamente una imagen.

El yo como imagen

Lacan (1949) es quien, en su teoría del estadio del espejo, amplía la concepción freudiana del yo al plantear su constitución, dada en los primeros años de vida cuando el sujeto se identifica con una imagen o “imago del semejante”. La identificación se define como la transformación que se produce en el sujeto cuando se reconoce en una imagen externa, sea la de su propio cuerpo en el espejo o la de un otro, y se apropia de dicha imagen como si fuera uno mismo (Evans, 2007).

De allí que, en primera instancia, Lacan concibe al yo como una formación imaginaria, que, además, está sostenida por significantes. Si bien permite que el sujeto se reconozca como una unidad coherente, esta es parcial, ya el asumir nuevos significantes e imágenes como propios a lo largo de la vida, podrían reconfigurar el yo.

Además, cabe mencionar que el yo cumple una serie de funciones, en cuanto al ámbito: sexual, nutricia, de movilidad, y ser la sede de los afectos. Acerca de su última función, cabe destacar que es esta unidad ilusoria el genuino almacén de la angustia y otros afectos (Freud, 1923; 1926)

Entonces, la dimensión imaginaria del yo cumple la función de organizar la experiencia subjetiva y permitir el reconocimiento del sujeto en relación con los otros; así como mantener la ilusión de unidad. Por esta razón, la imagen yoica es fundamental pero vulnerable, pues su coherencia se va articulando con los significantes que recibe; cualquier comentario que cuestione esta imagen, como el insulto, puede desestabilizar la percepción de unidad.

Por último, cabe puntualizar que cuando en el presente artículo se menciona el término de construcción imaginaria del yo, el lector no familiarizado en psicoanálisis, puede entenderlo como identidad.

Los creadores de contenido en TikTok

Las redes sociales constituyen espacios de interacción entre usuarios, tanto como consumidores de contenido como creadores del mismo. Según Villegas (2022):

El término creador de contenido aglutina una amalgama de usuarios más popularmente conocidos como *Youtubers*, *Tiktokers*, *Instagramers* o *Streamers* en función de la red social que usan principalmente y el tipo de contenido que publican (p. 4).}

Entre estas plataformas, TikTok se ha consolidado como la principal red social utilizada por creadores de contenido, en Bolivia como a nivel mundial, debido a su formato de videos cortos, facilidad de viralización y alta visibilidad.

En esta aplicación, gran parte del contenido se centra en mostrar la propia imagen, siendo que las principales categorías más vistas refieren a contenido de entretenimiento con videos graciosos, bailes, bromas y estilo de vida (Brandme, 2024). Esta dinámica puede generar tanto oportunidades de reconocimiento y aceptación, como el de recibir críticas, comentarios ofensivos e insultos. Por ello, para los creadores de contenido, su imagen no solo está vinculada a la representación pública que comparten, sino también a la manera en la representación que ellos tienen sobre sí mismos.

Resultados

En este apartado se presentan los efectos del insulto en la construcción imaginaria del yo de los creadores de contenido bolivianos, atendiendo a tres

dimensiones centrales: los afectos producidos, los cuestionamientos sobre su propia imagen, y las respuestas que suscitan dichos comentarios. Sin embargo, antes de adentrarse en los efectos, resulta esencial detenerse en la caracterización de los insultos recibidos, ya que estos apuntan con mayor frecuencia al cuerpo y a la imagen personal, revelando el modo en que estos significantes se dirigen a lo más visible y expuesto del sujeto en el espacio digital.

El blanco de los insultos

Todos los participantes mencionaron haber recibido comentarios sobre su aspecto corporal, especialmente aquellos relacionados con el peso.

Me terminaron llamando anoréxica, como si tuviese menos peso del que realmente tengo y cosas así [...] esqueleto también (ML, 2025). Me dijeron ay, ¡pero este es flaco! estás muy flaco (VD, 2025). Decían que era medio gorda (PL, 2025). Sí me han dicho gorda, siento que si se meten con el tema del físico es algo que me pega un poquito más (KD, 2025).

Por lo que, los insultos se dirigieron tanto al exceso de delgadez como al exceso de peso; configurando una lógica en la que la imagen corporal resulta inadecuada en cualquier de sus extremos, empleando esto para degradar. Otros insultos apuntaron a características físicas, como: “estás igual de cuadrada” (PQ, 2025); “ah, tienes tus ojos chinitos, algunos lo decían de manera despectiva” (FF, 2025); y “¿No había otra presentadora? Como que esta está fea” (PL, 2025).

Estos comentarios no solo se perciben como juicios superficiales, sino que, ya que los entrevistados lo consideraron insultos, fueron palabras o significante que tocaron aspectos íntimos de sí mismos, de acuerdo a su historia personal.

Por otro lado, los insultos también se dirigieron a las capacidades e identidad. Algunos descalificaron directamente el trabajo de los creadores de contenido: “no sabes cantar, dedícate a otra cosa” (VD, 2025); “más se dirigía al trabajo [...] de que era una basura mi video” (PL, 2025). Otros cuestionaron su manera de expresarse: “¿siempre ha hablado así? [...] ¿Quién te enseñó a hablar así? Eres fresa, se nota” (FF, 2025). Así como críticas hacia sus motivaciones “No tienes nada más importante que hacer que estar subiendo estas tonterías” (TT, 2025); y “Yo la conozco de la universidad, quiere llamar la atención” (PQ, 2025).

En conjunto, los insultos se enfocan en degradar dimensiones centrales del yo: el cuerpo, el trabajo creativo y la imagen personal. Como expresó una entrevistada “es como que tienen una visualización de que los creadores de contenido tienes que ser perfectos, con una belleza ya establecida” (PL, 2025).

El insulto y su resonancia afectiva

De acuerdo al planteamiento de Freud, una de las funciones del yo radica en ser la sede de los afectos, es decir de aquellas respuestas de descarga masiva, sean penosas o agradables, vagas o precisas (Laplanche, 1967). Son dos los afectos que con mayor recurrencia los entrevistados expresaron sentir, tras recibir un comentario que ellos consideran un insulto, siendo estos el enojo y la tristeza:

Me sentí enojada, frustrada, triste; es como que nuestra emoción es coraje y sentirnos juzgadas por lo que te están diciendo (FF, 2025). Un poco de incomodidad, pero obviamente que me molestaba, y un poquito de tristeza, me hizo sentir mal (PL, 2025). Un dolor, llega a molestar, llega a doler (ML, 2025). Y yo de auch [...] me dio tristeza, me dio como que no sé. O sea, me puse mal, estuve en mi cuarto bien triste, lloré [...] me hizo sentir mal, luego me enojó (VD, 2025). Presión en el pecho, que tienes un poquito de rabia o te desestabiliza [ante un tipo de insulto en específico] me pega fuerte digamos (KD, 2025).

De lo anterior se observa que ambos afectos no se presentan de manera aislada, sino como respuestas que emergen de manera conjugada tras recibir un significativo que reduce su condición como sujeto, tocando algo de sí mismos, más allá de la imagen con la que se proyectan, pudiendo llegar a desestabilizarla.

Por lo que se podría decir que recibir un insulto moviliza la imagen del yo, resonando en el sujeto. La vivencia de dicho suceso se expresa con frecuencia, por medio de una oscilación: entre el dolor experimentado tras sentirse tocado y vulnerado con un significativo que apunta a degradar; y la molestia por dicho intento de degradación, por el peso de un significativo que incomoda y desestabiliza.

Cuestionamientos e identificaciones tras el insulto

Al entender al insulto, como acto dirigido al otro, toca precisamente ese punto donde la imagen del yo se vuelve vulnerable. Tras recibir un insulto, todos los entrevistados experimentaron dudas sobre “su propia imagen”. Y surgieron de manera recurrente preguntas como:

Tal vez no hice bien (PQ, 2025). Entonces te hace dudar de tu contenido, pues, te hace dudar si lo que estás haciendo está bien [...] tuve que mejorar eso porque me afectó y me puse a pensar que, si realmente es así, o estoy haciendo mal (FF, 2025). Te preguntas ¿ay tendrá razón? [...] Tipo pensé que uy, tal vez es verdad (PL, 2025). ¿Realmente estaré? no estaré? (KD, 2025). Me ponía a titubear y dudar sobre mis propias capacidades, no sabía si realmente estaba bailando bien, o si esos comentarios tenían razón de que hay cosas que me salen mal. Más que todo lo veía como un te sale mal todo (ML, 2025). Me ha hecho dudar si de verdad servía para eso (VD, 2025).

Se observa un cuestionamiento frecuente sobre la imagen, que muestra cómo el insulto tiene el poder de desestabilizar las identificaciones previas. Retomando que el insulto, es dirigirse a una persona con la intención de destruirlo, de partirlo en pedazos, podemos contemplar en mayor proximidad que aparte del acto agresivo del insulto también se produce un movimiento de la imagen del yo en cada creador de contenido, llegando a cuestionarse el “¿Soy cómo dicen que soy?” frente a un “Tú eres eso” de los espectadores.

De la misma manera, parte de los creadores modifican su imagen incorporando los nuevos significantes que les brindan los otros con sus comentarios, haciéndolos parte de sí mismos:

Es que tú también eres así (PQ, 2025). Supuse que tenía razón [...] Y como que dije ay no, tiene razón, mi video es una basura. [...] Me dio risa, pero obviamente la palabra basura se quedó (PL, 2025).

Mostrando que, en algunos casos, el insulto no solo agrede, sino que reconfigura la identidad, produciendo nuevas significaciones que degradan la imagen del yo. Pasando de sostener idealizaciones positivas sobre su trabajo y su apariencia, a apropiarse de los significantes impuestos por los otros, ubicándose en el lugar de un objeto degradado; como señala (PQ, 2025) “Me sentía re fea digamos. Así como que mi cuerpo no está bien, que tal vez es mi cara, que tal vez es el video [...] Soy yo, es mi cara, es mi cuerpo, no estoy bien, no está bien mi edición”.

Afectando de tal manera que consideraban tomarse un tiempo como señalan, “Ya no voy a salir en cámaras (PQ, 2025). Estaba pensando no subir más videos de ese tipo” (FF, 2025). O ubicándose en un lugar donde se busca la aprobación de otros; “te hace pensar, ¿qué va a pensar la gente de ti? ¿No ve? Yo me pongo a pensar, ¿y qué

tal si lo creen? ¿Qué tal si piensan que sí soy? [...] más gente podía pensar lo mismo. Entonces yo estaba muy susceptible a qué van a pensar de mí, ¿comprendes?” (FF, 2025). Jugándose la imagen que el creador de contenido muestra a sus espectadores y con mucho más peso el cómo él mismo percibe su propia imagen.

Posición del sujeto frente al insulto

Las reacciones de los creadores de contenido frente a comentarios con insultos fueron variables. Cada sujeto reaccionó según la forma que mejor le funcionaba. Se evidencia una inclinación a eliminar el comentario o eliminar el video, y después los sujetos tienden a preferir bloquear la cuenta o denunciar el mensaje, como se muestra:

Un comentario que me hizo eliminar un video, porque de ese comentario, se multiplicaron a 5 o 10 o más (ML, 2025). He debido eliminar, uno o dos, no varias veces, porque no recibo mucho, pero si es en lives y cosas así no bloqueo, no reacciono; y cuando reacciono es de una forma como la que te estoy mostrando ahorita (KD, 2025). Si no se podría eliminar los mensajes eliminaría el video (PL, 2025). Si al principio me impacté y luego me quedé en modo tieso, luego recuerdo que lo bloqueé [...] terminé bloqueando a esa persona para evitar que siguiera viendo mi contenido y para evitar que siguiera subiendo comentarios. (ML, 2025). Lo primero que hago es bloquear su cuenta y denunciarla (FF, 2025).

Se podría decir que estos actos tienen la intención de borrar la huella insultante de la escena pública, o como un acto de rechazar aquel insulto, pero ambos buscan la manera de expulsar aquel significante degradante. Pues al dejar el comentario expuesto juega el papel de recordatorio del daño a su imagen. Otras formas de reaccionar son parar de subir contenido; “Casi medio año lo pausé (ML, 2025). Hubo uno que igual me hizo pausar y al final lo tomé como excusa” (PQ, 2025).

Todas estas posiciones frente al insulto evidencian cierta desestabilización en la construcción imaginaria del yo de ciertos sujetos, así como la presencia de recursos defensivos que en ocasiones y de acuerdo a la subjetividad de cada uno, se ponen en juego frente a la exposición pública y virtual de ese comentario. Como señala (FF, 2025) “¿qué van a pensar los otros [...] y si se lo creen?”.

En relación a la posición que el creador de contenido toma después del comentario insultante, se evidencia que un par de entrevistados señalan que hay una modificación en sus acciones como:

Y como que empecé a cambiarlo con el maquillaje, y como que muchos empezaron a decirme, ay te ves mejor, entonces como que dolía un poquito [...] Es como que algo te afecta y empiezas a cambiar esa parte (PL, 2025). Ser tierna era parte de mí y eso lo hice por comentarios de este tipo, entonces que me hicieron sentir una niña, ¿sabes? [...] Porque hizo que cambie en mí ese tipo de comentarios que yo sé que me han lastimado de alguna manera. Creo que algunos comentarios te pueden lastimar tanto que hacen que cambies (FF, 2025).

Podría pensarse como un intento de hacer propio el significante que ese otro le dio, es decir debilitando sus idealizaciones previas o construyendo nuevas formas de presentarse ante los otros.

Discusión

El análisis realizado permite afirmar que el insulto en redes sociales produce un efecto significativo sobre la construcción imaginaria del yo de los creadores de contenido bolivianos. Esta construcción representa aquella imagen que cada persona arma de sí misma a partir de identificaciones.

El principal efecto del insulto encontrado, es que cuando esta imagen se ve cuestionada por comentarios degradantes, se genera un tambaleo en la percepción que los sujetos tienen de sí mismos, afectando tanto su dimensión afectiva como su dimensión identificatoria.

En el plano afectivo, predominan la tristeza y el enojo. En el plano identificatorio, los sujetos cuestionan si el significante recibido guarda coherencia con la representación que tienen de sí mismos, si concuerda con su imagen. Esto coincide con lo planteado por Miller (2011) quien señala que el insulto funciona como un tú eres eso, fijando al sujeto en un significante degradante y reduciéndolo más bien a un objeto. En las entrevistas, los insultos recibidos “esqueleto, gorda, tu video es una basura, etc.” funcionaron de este modo, intentaron reducir al creador a una única nominación, que además apunta de manera directa a su cuerpo, o a su forma de ser.

Esta reducción del sujeto remite a lo que Lacan (1949) describe como la dimensión imaginaria del yo, constituido por identificación especular con el semejante, lo cual inaugura el drama de los celos primordiales. Por ello, en el registro imaginario, la imagen del otro no solo configura la forma del yo, sino que introduce una tensión marcada por la rivalidad y la agresividad. Entonces, cuando el sujeto es nombrado de manera hiriente, esa agresividad intencional roe y disgrega la consistencia y unidad de la imagen, el yo se tambalea ante la mirada del otro, mientras que emerge la duda “¿seré?, ¿no será eso que dicen que soy?”, como efecto del desajuste que el insulto produce en el campo imaginario.

A partir de este cuestionamiento, se observaron dos modalidades de respuesta frente al insulto. En primer lugar, algunos creadores de contenido incorporaron el significante despectivo, llegando incluso a modificar su manera de expresarse, su apariencia física o dejando de subir contenido a redes sociales temporalmente. Esto evidencia que el insulto, al ser interiorizado, reorganiza la red identificatoria del sujeto.

En segundo lugar, otros entrevistados optaron por ignorar los comentarios, ya sea dejándolos de leer o eliminándolos de la plataforma. Aunque estas acciones pueden parecer un rechazo, revelan también la fuerza del insulto: aun cuando se borra o bloquea, se busca eliminar la huella de ese significante que incomoda y apunta a traspasar la consistencia de la propia imagen.

Este hallazgo resulta relevante en el contexto digital. Pues mientras que en escenas presenciales el insulto puede perderse en el aire, en los comentarios en redes sociales queda escrito como huella. Esto amenaza no sólo la concepción que el creador tiene sobre sí mismo como persona, sino también su imagen frente a una amplia audiencia potencialmente ilimitada, que a su vez podría afectar también en la concepción íntima sobre sí mismo. Al respecto, Dessal (2019) ya mencionaba que se ha:

convertido el lenguaje que forma parte de la contienda cotidiana, corriente, y el aprovechamiento de la disolución entre lo íntimo y lo público, en un instrumento de descalificación que recorre todo el espectro social: líderes, políticos, influencers, opinólogos, comentaristas anónimos en redes sociales. El insulto integra lo que denominamos “la nueva normalidad”, es decir, la siniestra comprobación de que solo se requiere tiempo para que una aberración cobre carta de ciudadanía y se integre al paisaje, y que pasemos de largo, indiferentes o anestesiados frente al rebajamiento moral de la civilización (párr. 2).

Es decir que las redes sociales pueden amplificar el efecto del insulto, y hasta inclusive por tratarse de comentarios que pueden ser expresados sin impunidad, ser normalizados.

Pese a ello, se observa un fenómeno paradójico: la mediación virtual de estas plataformas puede actuar como un velo imaginario que permite a algunos creadores distanciarse del efecto agresivo del comentario. Al no haber interacción directa, ni ver ni escuchar al emisor en el momento del insulto, el significante que apunta a degradar se percibe como emitido por un desconocido o usuario anónimo, lo que posibilita que el sujeto no asuma completamente esa nominación y reduzca su impacto afectivo en algunas ocasiones.

Así, aunque el insulto en redes sociales tiene la capacidad de degradar, la estructura misma de la interacción digital permite cierto control sobre la resonancia de estos comentarios. Esto evidencia cómo la experiencia subjetiva del insulto no solo depende de su contenido, o de factores individuales de la historia personal de cada sujeto, sino también del contexto de emisión.

En síntesis, el insulto en redes sociales provoca un doble efecto: desestabiliza la imagen que el sujeto sostiene de sí mismo (a nivel afectivo e identificadorio) y convoca estrategias de reorganización, desde la apropiación del significante degradante hasta su rechazo o transformación.

Las recomendaciones que se plantean para futuras investigaciones radican principalmente en ampliar la muestra a una población adolescente, ya que la misma se encuentra en pleno proceso de construcción identitaria. Así también, ampliar el estudio a contextos internacionales, si es que habrá diferencias en los efectos del insulto dependiendo de la cultura. Se propone igualmente, realizar más de una entrevista a los participantes del estudio para profundizar en la comprensión de los efectos más allá del registro de lo imaginario.

Otro estudio relevante sería indagar en la perspectiva de quienes emiten los insultos, analizando sus motivaciones. Estas líneas de investigación podrían complementarlos hallazgos sobre la mediación tecnológica, ofreciendo un marco más amplio para comprender al insulto en el contexto de las plataformas digitales, tan presentes en la contemporaneidad.

Finalmente, este estudio evidencia que el insulto en redes sociales no sólo desestabiliza la imagen que el sujeto sostiene de sí mismo, sino que también da cuenta de cambios dados por la apropiación de aquel significante degradante en ciertos casos, y el rechazo de los mismos en otros. Así también, las plataformas virtuales introducen una dinámica particular: la ausencia de interacción directa permite al sujeto distanciarse del efecto del comentario, generando un espacio donde se negocia la resonancia del insulto y la protección de la propia imagen.

Conclusiones

Las redes sociales son un escenario amplio de encuentro, tanto para creadores como consumidores. La interacción dada por los comentarios crea un abanico de posibilidades, donde los insultos se transmiten. Desde un abordaje psicoanalítico funcionan como un “tú eres eso” que pretende fijar con un significante que degrada y reduce al sujeto como un objeto.

El principal efecto dado constituye el cuestionamiento de los sujetos acerca de su identidad; tras recibir un insulto que se suele dirigirse al cuerpo y a la forma de ser, todos se cuestionaron si son *eso* que se les dice, aquella palabra o frase que les marca, que les resuena y que los degrada, lo cual constituye un tambaleo en la imagen que los propios sujetos tienen de sí mismos.

En primera instancia, la huella dejada compromete afectos; todo insulto recibido resuena en el cuerpo, ya sea a través de la tristeza y/o del enojo; aunque el escenario esté velado por la virtualidad y los insultos no sean escuchados, sino más bien leídos, el tambaleo de la imagen yoica viene acompañada de una respuesta afectiva en todos los casos. Como segundo punto, un sujeto tras recibir un insulto y cuestionarse sobre su identidad, puede responder principalmente de dos maneras para reorganizar ese tambaleo yoico: ante el ¿soy eso que dicen que soy? Puede darse un sí, o un no.

En caso de que el sujeto se identifique con eso que le dicen y que lo degrada, las posteriores respuestas pueden implicar que el creador deje de publicar contenido, o que intente cambiar su imagen y forma de ser. En contrapunto, cuando el sujeto responde con un no, se distancia de aquel significante, lo cual se ve facilitado por la posibilidad de al menos borrar aquel comentario insultante, para eliminar la huella concreta y evitar que sea leída por más personas y masificada.

Entonces, el presente escrito aporta a la ampliación del psicoanálisis en relación a los efectos del insulto, buscando despertar nuevas curiosidades de su impacto. Se busca impulsar a que la temática y los resultados de este artículo se extiendan hacia una población más amplia y variada, como también una recopilación de datos más profunda; para así comprender el impacto y las respuestas surgidas frente al “Tú eres eso”

Referencias bibliográficas

- Amendola, A. (2015). *Del piropo al insulto*. Trazo Freudiano. <https://trazofreudiano.com/2015/07/21/del-piropo-al-insulto/>
- Brandme. (2024). *Top 10 categorías más vistas de TikTok*. <https://brandme.la/categorias-mas-vistas-de-tiktok/>
- Evans, D. (2007). *Diccionario introductorio de psicoanálisis lacaniano* (J. Piatigorsky, Trad.; 1.^a ed.). Paidós. (Trabajo original publicado en 1996).
- Dessal, G. (2019). *El insulto y sus delicias*. Escuela Lacaniana de Psicoanálisis del Campo Freudiano. <https://elp.org.es/el-insulto-y-sus-delicias/>
- Freud, S. (1923/1976). El yo y el ello. *Obras completas* (Vol. XIX). Amorrortu Editores. https://www.srmcursos.com/archivos/arch_57c42ae56e1df.pdf
- Freud, S. (2016). Inhibición, síntoma y angustia. *Obras completas*. Amorrortu Editores. <https://contentv2.tap-commerce.com/file/536258/5069-Inhibicion%20sintomayangustia.pdf>
- Lacan, J. (1949). *El estadio del espejo como formador de la función del yo (je) tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica*. https://iedimagen.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/01/lacan-jaques_el-estadio-del-espejo-como-formador-de-la-funcion3b3n-del-yo.pdf
- Laplanche, J., Pontalis, J. (2004). *Diccionario de psicoanálisis* (F. Gimeno, Trad.; 1.^a ed.). Paidós. (Trabajo original publicado en 1967).
- Treviño, S. (s.f.). *Etimología de insultar*. <https://etimologias.dechile.net/?insultar>

- Real Academia Española [RAE]. (s.f.). *Insultar*. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/insultar>
- Real Academia Española [RAE]. (s.f.). *Insulto*. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/insulto>
- Real Academia Española [RAE]. (s.f.). *Yo*. *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/yo>
- Ubieta, J. (2019 - 2020). *Acto y violencia*. En *Sobre Violencia: Taller Clínico*. https://www.cdcelp.org/docs/Taller_clinico_Sobre_Violencia_-_Acto_y_Violencia._Jose_Ramon_Ubieta.pdf
- Villegas Simón, I., (2022). Los captadores de la atención: Creadores de contenido ante las lógicas de las plataformas digitales. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 15(2), 1-17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/n.disertaciones.v15i2>