

Desinformación y discursos de odio contra las mujeres en redes sociodigitales, en el presente y en el futuro"

Nayana Guerrero

“Divide y vencerás” señala una frase que ha sido utilizada principalmente en tiempos de guerra, para polarizar, orientar opiniones -favorables y desfavorables- y también la toma de decisiones. En este contexto, Internet se ha posicionado como el escenario idóneo para la expresión de múltiples y diferentes opiniones.

Paradójicamente, y en lo que se pensó como una posibilidad de acceder a una mayor cantidad de información -la cual sin duda sigue existiendo- Internet y las redes sociodigitales se convirtieron en el espacio ideal para la emisión de mensajes de todo tipo, pues la libertad de expresión “es casi absoluta”.

Esta “gran ventaja” ha sido utilizada también para orientar o reforzar opiniones y decisiones, los casos más emblemáticos ocurrieron en 2016 con las elecciones de Estados Unidos y el referendo para votar la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea, mejor conocido como Brexit.

Esto en una era, que desde 2004 describió Ralph Keyes, la posverdad; la cual se enmarca como una característica propia de la actualidad en la que además -añado- se vive un clima de polarización que lleva a aceptar o refutar las ideas de otros sin contrastar o sin evidencia de los hechos objetivos que las sustenten.

Nadie está a salvo de ser víctima, presa o partidario de esta era, en la que cada uno de nosotros elige el contenido que consume y marca con cada paso de su navegación por Internet sus preferencias individuales.

Esta libertad de expresión “casi absoluta” también ha permitido el acoso, y la deslegitimación semántica de movimientos sociales y trayectorias profesionales con una variante en común: las mujeres.

México, mujeres e Internet hoy

Las mujeres que poco a poco hemos conquistado espacios, con paso lento, pero firme; hemos tomado también Internet. De acuerdo con el más reciente estudio de la Asociación de Internet MX, publicado en julio de este año, México cuenta con 82.7 millones de usuarios de Internet, de los cuales el 51% somos mujeres.

Con estos datos, podría decirse que la brecha de género en el acceso y uso de la tecnología está disminuyendo. Lo cierto es que con la conquista de estos espacios, día a día se hacen más visibles los problemas que nos afectan; y ha sido a través del uso de Internet, las redes sociodigitales y los hashtags que se han configurado redes temporales en espacios digitales entre personas con un objetivo en común.

El primero que deseo abordar es el movimiento #MeToo, el cual surgió en 2006 y fue creado por la activista Tarana Burke, y que en México saltó al espacio de las tendencias de *Twitter*

entre el 23 y 27 de marzo de este año, y que dejó ver no sólo las denuncias de mujeres que en algún momento fueron víctimas de acoso psicológico y sexual por parte de figuras masculinas en una posición de poder, sino también una ola de descalificaciones y puesta en duda de las denuncias presentadas.

Se cuestionó la veracidad de la información y el por qué en vez de hacer una denuncia penal se utilizó *Twitter* para evidenciar el acoso, se descalificaron las denuncias y a las denunciantes.

Reconozco que es muy grave hacer acusaciones “al aire” y que al movimiento le faltó un marco de protección, el cual fue aprovechado para descalificarlo y desprestigiarlo. Pues en la era de la posverdad, cada uno cree en lo que quiere creer.

Algunas de las cuentas utilizadas para realizar estas “denuncias digitales” dentro del movimiento #MeToo han suspendido su actividad de manera temporal. En una publicación del 28 de marzo de la cuenta @MeTooEscritores señaló que retomarían su actividad posteriormente: “estamos articulándonos y organizando protocolos tanto para resguardar la confidencialidad de todos, como para que nuestra credibilidad no sea puesta en duda”.



Asimismo, el 3 de junio anunciaron su regreso y que ya cuentan con protocolos de atención psicológica y jurídica.



MeTooEscritoresMexicanos

@MeTooEscritores



La cuenta [@MeTooEscritores](#) ha activado nuevos protocolos de seguridad para responder a su confianza. Contamos con un directorio de atención psicológica y jurídica, así como una red de apoyo. Agradecemos su paciencia y comprensión.

ESTAMOS DE VUELTA Y NO VAMOS A CALLARNOS.

9:28 p. m. · 3 jun. 2019 · [Twitter Web App](#)

72 Retweets 353 Me gusta

Es necesario que los movimientos surgidos en Internet y que se apoyan en las redes sociodigitales para expandir su universo de acción y difusión tengan protocolos que garanticen su credibilidad y evitar dejar vacíos que puedan ser utilizados por aquellos que con la intención de desprestigiar hacen uso de la desinformación para deslegitimar las denuncias que de por sí han permanecido ocultas, por miedo o por la normalización de la violencia hacia las mujeres.

Otro caso que “rompió Internet” fue la designación de Mayra González como directora de ventas globales de Nissan en Japón, medios de comunicación destacaron este hecho como “la primera mujer” en dirigir Nissan México y después en ocupar un cargo en el corporativo internacional de la marca.

Lo que parece un logro para “una mujer” también es muestra del dominio de un sistema patriarcal que ha limitado y/o suprimido el acceso a las mujeres a los espacios de poder, económico, político y social.

Sobre este caso Internet también se inundó con discursos de odio y se desacreditó su trayectoria y capacidad.

Es importante destacar en estos procesos de difusión de discursos de odio o de desinformación el papel de los “trolls”, que de acuerdo con Buckels “operan como agentes de caos en Internet al publicar mensajes sobre temas polémicos”, lo cierto es que muchos de estos mensajes son detonadores para otros más.

Cuando hablamos de trolls no se trata de cuentas automatizadas, sino de usuarios que enmascaran su identidad con avatares y nicknames con la finalidad de “trollar”, incomodar y generar polémica.



K-halezi @halezi_k · 10 ago.

Esta rubia anglosajona de apellido rimbombante es **Mayra González**, mexicana fifí, que es directora de ventas globales de **Nissan...** en Japón.

Así de pendeja su discurso Pigmentócrata.



91

756

2,8 K



Lo preocupante es cuando este tipo de comentarios son generados o replicados por otros usuarios que comparten esas ideas.

En este sentido, el último, y más reciente, de los casos que abordaré es la marcha que se realizó el pasado 16 de agosto en la Ciudad de México en protesta por la respuesta de las autoridades capitalinas en el caso de una menor “supuestamente” violada por policías.

Sin embargo, la atención de los medios de comunicación se centró en las agresiones que sufrió el periodista Juan Manuel Jiménez de ADN 40 y en las pintas realizadas por manifestantes en diversos espacios públicos de la ciudad, lo cual fue calificado como “actos vandálicos”.

Es importante mencionar que se destacaron estos hechos por encima de la petición de el esclarecimiento no sólo de este caso en particular, sino de la violencia contra las mujeres que se vive desde hace años y que en se ha hecho visible últimamente gracias a la gran difusión de mensajes a través de redes sociodigitales.

Tras estos hechos, se propagaron mensajes a través del hashtag #NoMeRepresentan en el que se rechazó protestar contra la violencia, con violencia. Algunas se deslindaron, otras apoyaron este tipo de acciones “para hacer visible el problema” y otras más se pronunciaron en contra de todo el movimiento.

Lo cierto es que esta diversidad de mensajes contribuye a la pluralidad de ideas, pero también a la polarización de los movimientos, muchas veces con ayuda de los medios de comunicación.

Así, los movimientos con grandes causas o las trayectorias exitosas protagonizadas por mujeres se ven ensombrecidos por desinformación y discursos de odio en plataformas que también ayudan a “hacer visibles” estas problemáticas.

En este sentido las redes sociodigitales forman y seguirán formando parte de este tipo de movimientos, por lo que es necesario que no surjan sólo ante la efervescencia de una situación coyuntural, sino que sean permanentes, no dejen espacio a la duda, y tengan planes de comunicación de crisis, cuando algo “se salga de control”.

Que las mujeres nos unamos más a todas estas causas, que sí nos representan, y evitemos la polarización; sólo de esta manera utilizaremos las plataformas digitales disponibles a nuestro favor.