

Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

División de Estudios Políticos y Sociales

Departamento de Sociología

Licenciatura en Sociología



***Antifeminismo y violencia digital en Tiktok: análisis de videos
con el #feminismo y comentarios masculinos de disenso***

Tesis que para obtener el grado de Licenciado en Sociología

Presenta:

Alan Giovanni Montes de Oca Ceja

Directora de tesis:

Dra. Tania Rodríguez Salazar

Junio de 2023

Este trabajo fue desarrollado con apoyo de la beca del CONACYT dentro del Grupo de Investigación del proyecto titulado "Intimidad y relaciones de pareja en la región centro-occidente del México contemporáneo: desafíos socioculturales", con número: 245227/CB284023, el cual fue aprobado en la convocatoria de Ciencia Básica-2016-01. Dicho proyecto fue apoyado por el Fondo Sectorial de Investigación para la Educación.

DRA. ANDREA CELESTE RAZÓN GUTIÉRREZ
COORDINADORA DE LA LICENCIATURA
EN SOCIOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
P R E S E N T E

Como lectora de la tesis “**Antifeminismo y violencia digital en Tiktok: análisis de videos con el #feminismo y comentarios masculinos de disenso**” del alumno **Alan Giovanni Montes de Oca Ceja** del programa a su digno cargo, deseo comunicarle que la tesis ha sido concluida y cumple satisfactoriamente con los requerimientos académicos para optar por el título de Licenciado en Sociología.

Se trata de una tesis bien sustentada teórica y metodológicamente que logra aportar hallazgos y conclusiones novedosas sobre el fenómeno estudiado.

Sin otro particular, quedo a sus órdenes para cualquier aclaración o duda.

A T E N T A M E N T E
“PIENSA Y TRABAJA”
Guadalajara, Jalisco, 10 de junio de 2023



DRA. Zeyda Isabel Rodríguez Morales
PROFESORA INVESTIGADORA
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

12 de junio de 2023, Guadalajara, Jalisco, México

DRA. ANDREA CELESTE RAZÓN GUTIÉRREZ
COORDINADORA DE LA LICENCIATURA
EN SOCIOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Anteponiendo un saludo, por medio de esta carta y en mi calidad de lector de la tesis “Antifeminismo y violencia digital en Tiktok: análisis de videos con el #feminismo y comentarios masculinos de disenso”, que presenta el estudiante **Alan Giovanni Montes de Oca Ceja**, alumno del programa Licenciatura en Sociología, le comunico que a mi parecer el documento cumple con los requisitos de forma y fondo para poder ser presentada y defendida.

Sin más por el momento y despidiéndome, quedo atento a cualquier duda o aclaración:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rodrigo', with a stylized flourish at the end.

Dr. Rodrigo González Reyes

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

DRA. ANDREA CELESTE RAZÓN GUTIÉRREZ
COORDINADORA DE LA LICENCIATURA
EN SOCIOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
P R E S E N T E

Como directora de la tesis **“Antifeminismo y violencia digital en Tiktok: análisis de videos con el #feminismo y comentarios masculinos de disenso”** del alumno **Alan Giovanni Montes de Oca Ceja** del programa a su digno cargo, deseo comunicarle que la tesis ha sido concluida y cumple satisfactoriamente con los requerimientos académicos para optar por el título de Licenciado en Sociología.

Se trata de una tesis bien sustentada teórica y metodológicamente que logra aportar hallazgos y conclusiones novedosas sobre el fenómeno estudiado.

Sin otro particular, quedo a sus órdenes para cualquier aclaración o duda.

A T E N T A M E N T E
“PIENSA Y TRABAJA”
Guadalajara, Jalisco, 9 de junio de 2023



DRA. TANIA RODRÍGUEZ SALAZAR
PROFESORA INVESTIGADORA
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Índice

Introducción	
1.Las redes sociales como herramientas para el activismo digital ...	6
1.1 El acontecer en las redes sociales: La gran conversación...	6
1.2 Opinión, debates y movimientos sociales impactados por internet...	11
1.3 El caso Tiktok: Viralidad, odio, trolling y hate...	22
2. Las resistencias al movimiento feminista: Violencia digital, comunidades digitales y el antifeminismo en Tiktok...	32
2.1 El antifeminismo y la violencia digital hacia las mujeres...	34
2.2 La Manósfera...	39
2.3 La violencia digital, del cyberbullying al acoso digital...	42
2.4 La trayectoria del antifeminismo en Tiktok...	46
3.Estrategia metodológica...	53
3.1 Las coyunturas asociadas al #feminismo y la temporalidad de las muestras de videos y comentarios...	53
3.2 La estrategia de análisis...	56
3.3 El análisis de comentarios masculinos de disentimiento...	56
3.4 Fases de la investigación y estrategia de análisis...	57
3.4.1 Fase exploratoria a partir de etnografía digital...	57
3.4.2 Fase de navegación a través de hashtags y análisis de contenido...	58
3.4.3 Fase del análisis de contenido de videos y comentarios...	58
4. La violencia digital de los varones frente a videos con el #feminismo en Tiktok...	61
4.1 El predominio de contenidos a favor del feminismo...	62
4.2 La participación por sexo en los comentarios de videos cortos de TikTok con el #feminismo...	64
4.3 Las disidencias masculinas y sus actos de violencia digital...	74
4.4 Dimes y diretes entre protagonistas y antagonistas del #feminismo...	79
Conclusiones	
Bibliografía	
Anexos	

INTRODUCCIÓN

Los contenidos y las interacciones de usuarios en las diferentes redes sociales, entre muchas otras cosas, tratan temas de interés público, sobre los cuales los usuarios se posicionan y generan grupos de afinidad. Estas interacciones toman la forma de debates sobre cuestiones públicas, mediadas por computadores, en este caso, celulares y la app de Tiktok. Este uso particular de las plataformas digitales genera y posiciona temas que interesan a diversas instituciones, tanto públicas como privadas al estar incluidos intereses políticos que influyen en los consumos y la reputación de marcas e instituciones que no desean ser asociadas con ciertas ideas. Estos temas que pueden generar controversias producen tráfico en las redes sociales, las cuales han tenido un crecimiento exponencial en los últimos diez años, pero se hizo más evidente con la pandemia de Covid-19.

Durante las discusiones públicas en celulares a través de la plataforma tiktok los usuarios comparten ideas que generan posicionamientos a favor y en contra, que en su forma más insana son discursos de odio, insultos y otras formas de disenso que cultivan sentimientos o que nutren ideologías, como podrían ser las anti feministas. Las ideologías anti feministas son conjuntos de discursos y actitudes que rechazan las consignas y causas que abanderan el feminismo como por ejemplo el derecho a decidir sobre el propio cuerpo o la paridad salarial, o por el contrario, que defienden el status quo de los modelos tradicionales de familia como por ejemplo el del hombre proveedor y violento y la mujer de casa y sumisa.

La ideología y los sentimientos están íntimamente relacionados, pero no tendrían por qué ser lo único que vemos en un debate sobre cuestiones públicas. En un debate, se tendría que ponderar el entendimiento y los argumentos que sostienen o refutan un hecho particular, cuidando las relaciones que estos hechos tienen con los atributos y valencias que se les asignan, no es lo mismo confinar las interacciones a modos particulares de vivir y reaccionar como lo hacen los roles tradicionales haciéndolos pasar por buenos a la vez de inamovibles o naturales, a desbloquear la libertad de las personas para decidir cómo quieren relacionarse con los demás caso por caso como ocurre con las ideologías feministas.

Una de las formas en las que el feminismo se ha manifestado en redes sociales es a través de campañas en línea, como la campaña #MeToo, que ha ayudado a dar voz a las víctimas de acoso y abuso sexual, a desafiar la cultura del acoso y la red de impunidad que les protege, o la campaña #NiUnaMenos que resuena fuerte en contra del feminicidio. También se han visto campañas en línea para abogar por la igualdad salarial, la representación política de las mujeres y la lucha en favor del aborto legal, libre y seguro.

Las creadoras de contenido constantemente acuerpan las diferentes causas con la venia de la vereda histórica recorrida, con la furia del reclamo por la justicia y también con la parsimonia de la planeación y el conocimiento que se necesitan para hacer videos informativos. Hablan de los cuerpos para reivindicarlos, de las señales de violencia y de cómo les interpela la lucha. Impregnando sus discursos de reacciones, gestos y detalles que comunican la importancia o desprecio ante ciertas situaciones, otorgando a lo público la fuerza de lo personal que detalla como es que actos que una persona podría ver como lejanos o improbables, de hecho, ocurren muy cerca de nosotros.

Estas campañas normalmente arrastran otros temas relacionados, por los cuales poco a poco se cuelan hombres que no distinguen las fronteras de los planteamientos por lo que terminan minando la importancia de los temas centrales desviando las respuestas esperadas a explicaciones interminables. A través de discusiones secundarias los discursos antifeministas se cuelan en las discusiones de las redes sociales. Esta oposición se puede entender como una respuesta al cambio social y cultural que ha experimentado la sociedad en las últimas décadas. El movimiento feminista ha logrado importantes avances en la lucha por la igualdad de género y ha contribuido a desafiar muchas de las desigualdades y estereotipos de género que existen en la sociedad. Sin embargo, estos cambios también han generado resistencia y reacciones conservadoras en algunos sectores de la sociedad. Actualmente esto ocurre tanto en la copresencia como en los entornos digitales.

Objetivos de la tesis:

1. Objetivar las formas en las que interactúan usuarios del género masculino que disienten con los videos cortos que se encuentran en la plataforma Tiktok

2. Saber qué incluyen en sus comentarios y separar las ideas asociadas al antifeminismo.
3. Entender, distinguir y clasificar con mayor conciencia de los discursos o las expresiones de violencia y sus consecuencias en los debates que ocurren en la caja de comentarios.
4. Ubicar desde qué condiciones vienen estos discursos, qué personas disienten y qué recursos utilizan para cuestionar los sentires de las personas con las que tienen desacuerdos.
5. Observar si hay temas recurrentes que sean blanco de ataques cuando se discute sobre asuntos controversiales en redes sociales, como podría ser el caso del feminismo.

La tesis se organiza en cuatro capítulos. En el primero se discuten algunos casos importantes que han tenido como epicentro las redes sociales en el manejo de la opinión pública. En el segundo capítulo se exponen algunas características de la violencia digital dentro de la ideología antifeminista y se muestran los resultados de una etnografía digital exploratoria orientada a detectar grupos que emiten discursos antifeministas y de perfiles que resisten estos ataques. También se retoman algunas claves para mostrar la relevancia de Tiktok en los últimos años. En el capítulo tercero se hace un repaso de los factores que han sido detonantes para la discusión del feminismo en la plataforma de Tiktok, Enseguida se abordan cuestiones metodológicas y se describen los pasos con los que se llevó a cabo esta tesis, así como las categorías que se usaron para el análisis. Finalmente, en el capítulo cuarto se presentan los resultados de investigación sobre las interacciones de los hombres con los contenidos marcados con el #feminismo.

1. LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS PARA EL ACTIVISMO DIGITAL

En este capítulo se exploran las diferentes causas que han servido para posicionar el activismo en redes sociales como una herramienta de cambio, con foco en aquellas que han impactado el feminismo. Se utilizan los hashtags para navegar en el mar de reacciones e interacciones que tienen los usuarios entre los cuales, como se apreciará más adelante, se puede encontrar continuidad sobre algunos temas relevantes. En estas conversaciones podemos notar cómo ciertas coyunturas impactan en lo que se discute y ciertas cosas que se discuten son también focalizadas en la vida pública. Para finalizar este capítulo, hacemos un breve recorrido por Tiktok y algunas figuras lingüísticas reconocidas por internautas que se utilizan para disentir de los contenidos que se les presentan, en las que aparecen insultos y otros comentarios sin otro sentido que el de molestar.

1.1 EL ACONTECER EN REDES SOCIALES: LA GRAN CONVERSACIÓN

Las redes sociales suelen estar asociadas a la distracción, la diversión y el odio. Según a quién se le pregunte, cuándo se le pregunte y por qué, las respuestas varían. Aparentemente, la generación más vieja apunta a la distracción, probablemente por las ideas relacionadas a la valoración del trabajo de antaño. Las generaciones más jóvenes y no tan jóvenes, podrían relacionarlo con la diversión, hacer trends, retos, bailes, mostrar una habilidad o conocimiento, como una forma de pasar el tiempo. Sin embargo, si lo que le interesa a usted es la política, es más probable que sea sensible al odio relacionado con la furia y el desprecio con la que algunos usuarios comparten sus posturas políticas.

En el último caso deja de ser divertido o improductivo, o cuando menos, estas concepciones pasan a un lugar secundario. La disputa política tiene otros tintes en los que las reacciones buscan adversarios casi tanto como buscan aliados, lo que alimenta de contenidos políticos la plataforma generando tráfico. El tráfico en redes sociales es la chispa que alimenta el fuego que anuncia el éxito de tal o cuál plataforma y de muchas

de las campañas de publicidad que basan sus ingresos en estas interacciones. Por otro lado, quiénes se han tomado el tiempo de formar una posición política y nutrir la con materiales que le ayuden a soportarla, podrían querer ver recompensados sus esfuerzos en la búsqueda y provocación de adversarios con el premio del reconocimiento de sus pares.

Pero estas divisiones no son las únicas. La división más grande -y quizá más importante- en los últimos años es por asuntos de género, a juzgar por el número de figuras, las victorias y derrotas en derechos civiles tales como los derechos reproductivos y la inclusión en el código penal de leyes como la Ley Ingrid o Ley Olimpia. Parece que, en estos contextos de disputa por el reconocimiento, las interacciones de los hombres son las que tienden a ser vistas como ruidosas o molestas, sobre todo si es que echan mano de las descalificaciones e insultos, así como de mentiras.

Las personas que interactúan en redes sociales saben que no se puede hacer mención de ciertas palabras porque las plataformas automáticamente las silencian. De ahí que cada tanto tengamos que hacer trabajos de interpretación (dar "contexto") sobre lo que estamos leyendo para saber lo que se quiere expresar. Esto representa un reto que incluso llega a ser divertido para más de uno: Transgredir o confrontar puede tener una vertiente lúdica donde estos límites retan su creatividad, pero también pueden estar asociadas a sentimientos de venganza o retribución donde se traspasan los límites de lo privado y a menudo se tornan en amenazas directas sobre usuarios o temas que son objetivo de revanchas, es posible insultar sin ser detectado. Ambas partes pueden ser encontradas en estos comentarios. Una burla o la ironía pueden ser relacionadas con la parte lúdica, pues tratan de hacer un chiste o restarle seriedad a lo que vieron, mientras que los insultos y los discursos de odio están más en concordancia con la venganza o el temor a una amenaza que afecte el propio estatus de los hombres en cualquiera de sus formas.

Si pensamos en este contexto donde tenemos una disputa por la popularidad a través del reconocimiento de los pares, le agregamos un lugar público para la valoración de una competencia por reacciones y comentarios con una audiencia masculina, y sumamos a todo ello una coyuntura política que les interpele pensar en los hombres como

protagonistas y antagonistas, podríamos tener la receta perfecta para una exhibición de comentarios memorables. Es la percepción que se tiene de los hombres en contenidos en favor del feminismo, porque ahí los comentarios que generan más interés y tienen más exposición, comúnmente sirven de ejemplos de ignorancia o incluso violencia.

Al disentir de estas maneras, aunque la intención de estos hombres no sea en primera instancia demeritar el feminismo, terminan por hacerlo, pues sus comentarios generalmente basados en su experiencia personal -perfectamente legítima-, no representan una oposición a lo que se dice en la gran mayoría de los casos, sino que aparecen como una acusación vacía hacia temas relacionados al feminismo y las feministas por cuestiones que no les corresponde responder, como lo son cuestionamientos a sus cuerpos y experiencias personales más conocidas como “mansplaining” donde hombres intentan imponer su visión del mundo.

Cabe destacar, como me señaló Rodrigo González, lector de esta tesis, que establecer la magnitud de la violencia digital en redes sociales, o la presencia de los discursos de odio o confrontaciones antifeministas, es un asunto complejo que requiere ponderar no sólo la presencia del disenso y la confrontación entre actores sociales específicos sino también las otras formas de interacción, la lógica nos dirá que en aquellos lugares donde no hay debate, se puede presumir de la existencia de un gran consenso, o que al menos los elementos sobre los que se puede disentir no son relevantes. Con esto, quizá podríamos descubrir que los disensos corresponden a una proporción relativamente pequeña de las interacciones.

Cuando hablamos de feminismo en redes sociales nos estamos refiriendo a un tema y a un hashtag (como se propone en esta tesis) que agrupa numerosas conversaciones que se amplían con el tiempo, en las que interactúan numerosos usuarios de manera descentralizada dónde podemos observar qué temas son los que más interesan con base en las métricas como likes, números de comentarios o vistas y también por supuesto lo que se dice de ello: “es una etiqueta que representa un tema sobre el cual los usuarios de una red social pueden incluir una aportación u opinión personal” (La Rocca 2020, p. 47). Según La Rocca (2020) entre las características que se asocian en la investigación de los hashtags podemos encontrar “una amplia orientación polisémica

(Colleoni 2013), significantes vacíos sujetos a renovación continua (Papacharissi 2016)” y “un componente emocional que los usuarios asignan a los eventos” (Boyd 2010, p.47).

En el caso de la participación política en redes sociales los #’s agrupan estas posiciones y crean un espacio digital sobre el cual se puede comentar y reaccionar, Daniela Esquivel Dominguez (2019) articulando ideas de Zizi Papacharissi propone ver los hashtags relacionados al feminismo y lo que se discute en ellos como “discursos cuya guía y lógica se encuentran en las bases del movimiento feminista histórico y son resignificados en estos espacios a partir de la agencia propia de las usuarias (...) por lo tanto, conforman una estructura cognitiva articulada y consistente (p.185) ”, por supuesto, en esta gran conversación agrupada por los #’s, también encontramos a sujetos que reaccionan de manera negativa a estas propuestas y encausan sus protestas a través de las interacciones con estos #’s, por lo que, podríamos encontrar consensos negativos en algunos momentos, al menos en teoría.

Los usuarios que provocan con expresiones agresivas a creadores de contenido pueden variar con base en las formas que utilizan para evitar la censura y asegurarse de que su mensaje sea entregado: “ejercer violencia digital es fácil, rápido y queda muchas veces impune” (Verdejo Espinosa, 2015, p. 314). Esto no es un accidente, sino el resultado de un intento deliberado por burlar los filtros de las plataformas que incluyen la observancia de palabras clave, así como botones de reporte a comentarios agresivos sugeridos por usuarios.

En el caso del bullying y cyberbullying, la gran mayoría de las investigaciones tratan sobre las víctimas, dejando vacantes investigaciones tanto a agresores como a las audiencias (Marín-Cortés et al., 2020, p. 11). En el espacio virtual, el entorno simbólico cambia, y el aspecto referencial o de continuidad se puede perder si nos centramos en la individualización a través del seguimiento de perfiles “acosados”, un perfil pertenece a una cuenta que es generalmente manejada por una persona particular, esta persona comenta, realiza un personaje y se divierte en un continuo con los temas que le interesan. En contraposición a un hashtag, un perfil particular puede estar muy interesado en gestionar qué usuarios entran a su red por lo que los comentarios que recibe pueden ser más o menos uniformes mientras que los hashtags atraen a gran variedad de usuarios

que pueden tener un tema como interés primario y alguno otro relacionado que no les interese tanto.

El acontecer de las interacciones y el acoso puede ser visto como “una disputa por el reconocimiento” (Moretti & Herkovits, p. 2, 2021) si vemos ciertos espacios en redes como una arena pública: ¿quién logra tener más likes o comentarios a favor? Esta competencia por el reconocimiento puede rápidamente tornarse en un “debate” cuando se topan con adversarios que retan las ideas de los usuarios, en este caso, lo importante ahora es ganar o, en su defecto, tener la sensación de ganar. Dentro de una oferta de ideas, las personas deciden adscribirse y performar para algunas de ellas que pueden compartir en mayor o menor medida (es necesario recordar que no siempre hay elementos relevantes a la audiencia para disentir). En estas discusiones, suele haber una carrera por ver quién propone la idea más “radical”, el “hot take”, la “contradicción” más evidente y que derribaría el argumento del adversario.

Cuando se trata de “opiniones escandalosas” en el contexto de una discusión sobre cuestiones públicas, al menos en twitter, la negatividad aumenta el tráfico; durante el referendo Catalán, en Cataluña, España, Jiménez-Zafra et al. Observaron que “la negatividad incrementa la viralidad de un tuit en el contexto del referéndum Catalán, mientras que la positividad la decrece” (Jiménez-Zafra et al., p. 4, 2021), Tajfel & Turner (2004) mencionan la perniciosa micro dinámica en la que “denostar a un exogrupo engrandece al endogrupo” lo cual abona tanto a disputa por el reconocimiento como a que estas violencias sean fácilmente reconocidas tanto por usuarios a favor de contenidos como por los antagonistas. Por otro lado, los estudios sobre acoso también muestran que la búsqueda de un estatus más elevado dentro del grupo de iguales es una motivación esencial para perpetrar el acoso (Olthof et al., 2011; Salmivalli & Peets, 2009).

Hasta hace 20 años, había cierto consenso de que lo digital y la “vida real” eran formas distintas e incluso separadas de formar comunidades. Pero con los primeros trabajos sobre lo virtual, la idea sobre el fenómeno se amplió, por ejemplo, los estudios de Hampton y Wellman sugieren que hay una mayor conectividad para compartir momentos de inspiración (Wellman et al., 2003), lo que supone una mayor cantidad de mensajes

circulando en la red. Esta mayor conectividad ha desarrollado las comunicaciones mediadas por computadora para tener “más control sobre las fuentes de las que la gente quiere recibir mensajes, cuándo y sobre qué temas” (Wellman et al., p. 5, 2003). Las comunicaciones mediadas por computadora, dejan huellas en el ciber-espacio que son susceptibles de ser aprehendidas, citadas y ampliadas. Gómez Cruz propone “romper con la idea de lo online y lo offline” (Gómez, 2017, p.. 90). Usar términos como “ciber, virtual” o incluso “online” podría resultar no solo un “despropósito sino una paradoja epistemológica” (Gómez, 2017, p. 82) porque lo que sucede en redes tiene consecuencias en los entornos de copresencia o se ve influenciado por ellos.

Para observar estos fenómenos, he echado mano de algunos conceptos de la etnografía digital o celular (Pink et al., 2019, Gómez, 2017), que son una serie de técnicas que hacen énfasis en cómo las distintas tecnologías crean “formas de intimidad” (Pink et al., 2019, p. 52). Además, en estos enfoques se toma en cuenta a los usuarios como gestores de sus propias redes donde se posicionan a favor o en contra, generando consensos que podrían guiarnos en la lectura de usuarios dentro de “la visión subjetiva que los sujetos tienen de la realidad circundante” (Londoño, 2012, p. 153), en esta tesis se ven los disensos que se expresan en los comentarios en vídeos de Tiktok que se relacionan con el feminismo.

1.2 OPINIÓN, DEBATES Y MOVIMIENTOS SOCIALES EN EL CIBERESPACIO

En aras de mostrar cómo desde hace algún tiempo -cerca de 2004- el fenómeno de lo virtual ha tomado relevancia gracias a sus impactos en los ámbitos políticos y públicos, se recuperan algunos hechos relevantes de carácter internacional donde los memes y la viralización de ciertas reacciones emocionales, el ritmo vertiginoso de las interacciones y el apoyo tanto de las plataformas digitales como sus aplicaciones contribuyeron a determinados resultados durante las coyunturas como la elección de Donald Trump en EE.UU, la elección de Enrique Peña Nieto en México entre otras, consolidaron ciertas perspectivas a lo largo del tiempo. Mediante consensos e inversión en campañas que vayan preparando la opinión pública para ciertos eventos es posible posicionar una opinión y antes de que las personas se den cuenta de que ésta es irrelevante, mentirosa

o un total despropósito, ocurren fenómenos coyunturales que pueden y a menudo afectan la vida pública de las personas de diferentes maneras.

Hacia los dos mil con la guerra de Irak, se hacían virales vídeos de violencia explícita o “snuff” donde se mostraban talibanes ejecutando prisioneros de guerra que promovían una opinión favorable a la invasión estadounidense. En contraste, para 2011, los medios mainstream transmitirían en vivo la previa al linchamiento de Muamar Gadafi, esta vez, le daban la lectura del júbilo que provoca la caída de un dictador. Dos lecturas sobre el mismo hecho, una para mostrar la crueldad de los talibanes y otra para vanagloriar la victoria estadounidense en Siria.

Como reconoce la propia Organización de los Estados Americanos, hay un gran peligro en estos extremos. En la primera década de los dos mil, rápidamente comenzaron a viralizarse una ola de casos de “videos ocultos”, de la “Deep web” que mostraban operaciones de organizaciones criminales que realizaban estos videos (snuff) por pedido a cambio de grandes sumas de dinero. Lo que siguió después es el destape de una de las coladeras más grandes del internet: operaciones de “hackers” y la creación de policías cibernéticas que se especializaban en perseguir estos delitos.

La censura y la barbarie de la que podemos ser testigos están a un par de clicks, pero las fronteras no siempre están bien demarcadas, ni siempre interesa lo mismo. Los primeros videos de la invasión de Irak no significaron lo mismo para la administración de George Bush en los Estados Unidos que para las elecciones de Donald Trump. Para estas últimas, se utilizaron diversas técnicas, que consistían en viralizar una imagen que por sí misma ya presentaba una opinión “graciosa”: el meme. En el caso de Irak fueron los videos “snuff” pero para 2018 ya tenían una reputación negativa. Sin embargo, a través del meme, todos podían entenderlo como “ironía” y colgar una opinión política en un vehículo “ridículo” que se coló como caballo de troya en las discusiones cotidianas politizándolos sin que las personas se dieran cuenta. El meme “Pepe the frog” mostraba los rasgos más emblemáticos del rostro de Donald Trump, mostraba su posición política como superior u obvia y al tercerizar o impersonalizar esta opinión era más difícil debatirla.

La “memerización” de las discusiones, mostró que muchas personas podían estar intercambiando opiniones sin necesariamente debatirlas, incluso sin realmente soportar esas opiniones con una construcción coherente. Esta contradicción se volvió el signo de todas las discusiones en internet: compartir sin entender. “Es solo un meme” es una posición tolerada equivalente a “es solo un chiste” que puede ser que para el entender de las personas que lo emiten tenga sentido, pero como se verá, nada que sea percibido como “solo un meme” o “solo es una opinión” puede sostenerse en lo particular. Esos memes y opiniones miden como termómetros la temperatura de los hechos mientras estos se presentan a las personas en la cotidianeidad. Por ejemplo, a la par con el aumento de crímenes de odio en el período de Donald Trump, también se presentó un “aumento en los crímenes de odio contra musulmanes” (Alonso, 2016), aunque los grupos xenófobos ya existían, el eco y el permiso para alzar su voz con consignas y acciones xenófobas parece venir de la plataforma de campaña de Donald Trump.

El que una figura popular comparta una opinión envalentona a los seguidores (y más si son seguidores de ideologías conservadoras) a replicar estos discursos, a verlos en más lugares dando una sensación de consenso y a likear a otras personas que los comparten. Si las figuras no aclaran pronto el sentido de sus opiniones o hacen llamamientos a la cordura y a la no agresión a sus seguidores, se presentan también más casos en los que la virtualidad provoca agravios a personas. Sin embargo, nadie quiere ser visto como “agresor” o “violentador”, por lo que tratan de hacerlas pasar por opiniones “objetivas” aferrándose a un sentido particular de interpretación que les da la razón en su cámara de eco sobre sus adversarios, o como meras diferencias de puntos de vista, ya que aparecer en la vida pública con estas valencias negativas parece desescalar la intención de estos discursos: hacerse virales.

Hacerse “viral” significa que ya hay una red de personas que acuerpan discursos, esa opinión se presenta como hegemónica y genera antagonistas, que responderán a estas ideas, lo que en última instancia genera numerosas interacciones. Sin embargo, hay dos momentos en los que debemos ubicar estas discusiones: el primero es la coyuntura, la discusión en ese momento con la relevancia que dan los usuarios que apoyan estas ideas, por ejemplo, los feminicidios de Ingrid y Fátima (casos que retomaré más

adelante), la alternancia política de distintos gobiernos como el Brasileño, el Estadounidense o el mexicano, el encierro con la pandemia de Covid-19 y el auge de Tiktok durante esta. La segunda es verla a través del tiempo, ¿qué comentarios lograron posicionarse? ¿Sigue manteniéndose la tendencia? ¿Qué otras tendencias se asocian con estos temas?

Las discusiones en redes sociales son dinámicas, implican avances y retrocesos, recuperaciones y abandonos, así como intentos de darle algún giro innovador que mantenga genere consensos que mantengan el interés en la conversación o que tengan consecuencias en los entornos de copresencia como es el caso de los temas políticos. El hecho de que una discusión en redes se presente como un bucle interminable de la fase de apertura de una argumentación, no quiere decir que “no se llegue a nada” o que las discusiones estén estancadas. Por el contrario, los sujetos toman múltiples referencias con relación a los múltiples estímulos a los que se exponen en redes, y los consensos se ven reflejados en la fijación, con el tiempo, de algunos temas que vuelven o que entran y salen de tendencia.

Desde que surgieron en la década de dos mil, las redes sociales se han convertido en una herramienta importante para la organización y la movilización de movimientos sociales en todo el mundo. Algunos ejemplos de movimientos sociales que han surgido o han sido impulsados por medio de las redes sociales incluyen el movimiento #MeToo, que surgió en 2017 para denunciar el acoso y el abuso sexual en el lugar de trabajo y más allá siendo compartido en más de “14 millones de tweets” (Animal Político, 2019); el movimiento Black Lives Matter, que surgió en 2013 para protestar contra la violencia y la discriminación racial en Estados Unidos detonada por el asesinato de George Floyd a manos de la policía; y la Marcha del Orgullo LGBTQ+, que se lleva a cabo anualmente en todo el mundo para conmemorar el movimiento por los derechos de las personas LGBTQ+.

En América Latina, también se han producido numerosos movimientos sociales que han surgido o han sido impulsados por medio de las redes sociales. Algunos ejemplos incluyen el movimiento #ChileDesperto, que surgió en 2021 para protestar contra la desigualdad económica y política en Chile y que fue detonado por el aumento al

transporte público (Jiménez-Yañez, 2020); y el movimiento #AbortoLegal, que surgió en 2018 para exigir el derecho al aborto seguro y legal en Argentina.

En general las redes sociales, entre muchas otras cosas, han proporcionado a las personas una plataforma para organizarse, difundir sus mensajes y movilizar a otros en apoyo de sus causas. Han sido una herramienta esencial para la promoción y el éxito de muchos movimientos sociales a lo largo de lo que va del siglo XXI. Por supuesto, esto no significó que estas cosas no existieran antes, pero convengamos que lo que antes eran “conspiraciones” en casas de actores políticos o empresarios, ahora pueden bien ser comparados con foros en internet profunda o chats de whatsapp que en general, son recursos que son “filtrados” al público general cuando son descubiertos.

La primavera árabe (2010 a 2012) que era un movimiento social para protestar contra la opresión del estado fue detonada por un vendedor ambulante al que los policías le quitaron sus mercancías por lo que él decidió inmolarse en forma de protesta, le dio una dimensión diferente al alcance y a la atención de los Estados a su población y a la forma en que se organizan en redes sociales. Los momentos que vinieron después con bajones y subidas, así como apagones digitales, revelaron el reconocimiento de los estados del poder de los celulares como forma de organización y aunque algunas naciones ya tenían bloqueos a ciertos tipos de información, como la China a FB o el último intento de Trump de bloquear a Tiktok, la primavera árabe había sido el precedente de un uso generalizado del celular y las redes sociales para que en la nación de la cuna del “Libre Mercado” se empezara a hablar de protestas por temas concretos, desde los muy locales como el #NoDAPL de 2016 que surgió para protestar contra la construcción de un oleoducto en Dakota del Norte en Estados Unidos hasta las acciones en contra del cambio climático alrededor del mundo.

Algunos ejemplos de la influencia de las redes sociales en los Estados Unidos se pueden poner en perspectiva en los últimos 5 años, aunque los movimientos tuvieron repercusión en todo el mundo, fue en Estados Unidos dónde se volvieron más mediáticos por las particulares circunstancias que los acompañaban como lo fueron la alternancia política y el creciente interés de grupos de influencia por encausar los movimientos populares de manera que no afectaran sus intereses, ganancias o imagen:

Tabla 1. Casos ejemplares de redes sociales que impactaron movimientos sociales en Estados Unidos		
Año	Movimientos sociales	Redes sociales en las que hubo presencia
2021	#StopAsianHate	Twitter, Instagram
2020	#BlackLivesMatter	Twitter, Instagram, Facebook
2020	#MeToo	Twitter, Instagram, Facebook
2019	#ExtinctionRebellion	Twitter, Instagram
2018	#MarchForOurLives	Twitter, Instagram, Facebook

El mismo año de la primavera árabe extendida a 2012, México también soñaba con su propia “primavera mexicana” a través del movimiento #yosoy132 en vísperas de las elecciones presidenciales, dónde estudiantes de la Universidad Iberoamericana se posicionaron como antagonistas en debates políticos de la época. Llamaron a los políticos a foros para responder ante la comunidad estudiantil, foros que tendrían un alcance nacional, juventud y política se presentaban por primera vez con la palabra y la imagen de las voces políticas del momento más reconocidas foro por foro, como punto de quiebre, sacaron de la comodidad complaciente de sus despachos y mítines a la clase política y los expusieron a las voces estudiantiles.

La llamada “primavera mexicana” dotaba de un propósito a las redes sociales, ya no eran solo un lugar de encuentro de chavos para buscar amigos y pareja, sino que eran lugares de debates públicos, que eran tomados como referencias para dotar de legitimidad a posturas políticas partidistas, incluso religiosas como la defensa del matrimonio cishetero: “esto se está discutiendo en redes”, “esto es lo que dicen las redes”, no hace referencia a otra cosa que a los usuarios que chocan con antagonismos a las ideas interesantes del momento. El rasgo más característico es el salto entre plataformas y usuarios, que discuten, forman comunidades y consensos breves sobre un tema en

particular que abona a temas más grandes, algunos de los ejemplos de conversaciones en los últimos 5 años en América Latina son los siguientes:

Año	Movimiento	Redes sociales en las que se impulsó
2021	#ChileDesperto	Twitter, Instagram
2020	#BlackLivesMatter	Twitter, Instagram, Facebook
2020	#MeToo	Twitter, Instagram, Facebook
2019	#EleNao	Twitter, Instagram
2018	#AbortoLegal	Twitter, Instagram, Facebook

La secuencia de ciertos hashtags en México parece tener una sucesión interesante: En 2012 tuvimos el #Yosoy132 que se oponía al presidente Enrique Peña Nieto, para 2014 #TodossomosAyotzinapa que clamaba justicia por el asesinato de 43 estudiantes de la Escuela normal rural de Ayotzinapa a manos de grupos armados y que posteriormente se convertiría en el #FueElEstado. Para 2018 todos estos descontentos habrían llevado a una contundente victoria del movimiento encabezado por Andrés Manuel López Obrador: Morena o Movimiento Regeneración Nacional.

Tanto si se piensa que las redes son un reflejo de la realidad o si las redes pueden moldear la realidad resulta interesante la consecución de hechos que mantienen la memoria y guardan digitalmente una conversación, en lo anterior, pasamos de un movimiento prominentemente estudiantil a un descontento social que culminó en la alternancia política, tres sujetos actantes distintos que a menudo se piensa que no tienen conexión entre sí, tres momentos definitorios de un corte histórico a cuya conversación seguimos recurriendo en búsqueda de respuestas.

La narrativa de conexiones-desconexiones es importante en todo el mundo de internet pero a menudo es menospreciada la facilidad con la que se pueden encontrar comentarios sobre un tema totalmente distinto al mostrado en un post. En el ejemplo anterior sobre los hashtags en México, la sociedad civil y los políticos no se llevaban muy bien ni tenían buena relación, pero para 2018 lograron juntar sus voluntades para realizar la alternancia política cuya principal característica fue el gran <<descontento social>>(Madrid, 2022, p. 13).

Este efecto que va de poco a mucho se le conoce como “efecto bola de nieve”, como la imagen de una pequeña bola que rueda por una pendiente nevada, va acumulando partículas a su paso mientras crece y crece hasta detenerse o impactar contra otro objeto: De no haber desembocado en la alternancia política seguramente estos eventos consecutivos (el movimiento #Yosoy132 y #TodosSomosAyotzinapa seguido de #FueElEstado) quizá la lectura no sería tan consistente y podrían haber sido más que un ejemplo del “éxito de las redes sociales”, un caso anecdótico de algo que no terminó de concretarse.

Se puede hacer una lectura similar con el caso específico del acoso con el movimiento #MeToo. Desde 2006, cuando la activista Tarana Burke usó el "Me Too" para conectar a las víctimas de abuso sexual y brindarles apoyo y empoderamiento (*Britannica*, s/f) no pareció tener el impacto y las repercusiones internacionales como ocurrió cuando la actriz Alissa Milano animó a las mujeres parte del gremio Hollywoodense a denunciar el acoso de Harvey Winstein: El movimiento de una activista llegó a tener una repercusión en la farándula, un sector que normalmente se piensa despolitizado e incluso frívolo, pero se extendió por todo el mundo y volvió a figurar en 2020 con repercusiones también en América Latina.

Hasta ahora hemos visto dos ejemplos donde se ven involucrados sujetos, pero también ocurre entre temas, por ejemplo, uno podría preguntarse ¿qué tiene que ver el cambio climático con el género? Quizá muy poco si lo piensas en primera instancia, la primera imagen que nos viene a la mente tiene que ver principalmente con el deshielo de los polos, gracias a los esfuerzos de divulgadores y periodistas, pero si le das algún tiempo y una comunidad dispuesta a nutrir este relato, puede que encuentras que, por ejemplo,

el calentamiento global tiene una vertiente de género sólida que afecta a las mujeres a través del estrés económico y las luchas de los hombres por mantener el honor familiar (Trutmann, 2020) desplazándolas y desposeyéndolas.

Clima y género parecen tener poco en común, no así, por ejemplo, “feminismo” y “violencia machista” que son más fáciles de asociar. Aun así, a la hora de debatir en redes sociales, se suelen negar estas relaciones que parecen obvias cuando las vemos en un mismo párrafo, pero no cuando estamos tomando el rol de antagonista. Aunque la relación esté expresada de manera correcta, un antagonista puede arreglárselas para, por ejemplo, proponer que hay unas “violencias” que no son “machistas” como las guerras, que tendrían más que ver con crisis económicas o reacomodos en las élites globales. O quizá que hay hechos “machistas” que no son violencias, como suele decirse sobre los micromachismos tales como el impulso de ciertos hombres a abrir la puerta del coche o pagar la cuenta de un restaurante.

Estas conexiones-desconexiones de temáticas o de sujetos actantes a menudo causan confusiones que no son fáciles de discernir sin cierto tiempo y voluntad además de algunas otras herramientas como se ha dicho anteriormente, un mayor número de caracteres o minutos para expresarse en las plataformas. Si a esto sumamos que hay personas y plataformas que ven con buenos ojos generar controversia el tema se complica mucho más.

Las diferencias de “opiniones” que tienen que ver con cuánto podemos estirar un tema para que sea incluido en una categoría particular y no en otra (como el machismo con el hecho de abrir una puerta para alguien más) son las que podemos encontrar con más frecuencia en disputa. En México, desde 2020, con el inicio de la avalancha feminista impulsada por los asesinatos de Fátima e Ingrid que vinieron a chocar con la pandemia apenas unos meses después y han encontrado en redes sociales las plataformas para poder continuar sus luchas, reactivando diversos hashtags que tenían que ver con temáticas asociadas al feminismo: #violenciamachista, #machismo, #deconstrucción, #violenciadegénero y más recientemente el de #Debanhi entre otros.

En el caso de Ingrid también pudimos ver que el activismo feminista se potenció en redes en aras de evitar la difusión de las fotos de la víctima que la violentaban nuevamente con

la exhibición de su cuerpo. Las feministas con el mismo hashtag con el que se viralizó la foto de su cuerpo inerte, empezaron a subir masivamente fotos con contenido amable para contrarrestar la viralización de la foto filtrada (Guarneros, 2020) por un oficial de policía del cadáver de Ingrid Escamilla. De aquí surgió la Ley Ingrid que en algunos estados del país pretende sancionar a quienes difundan imágenes de víctimas de agresiones (Fuentes, 2022).

Muchos de estos hashtags se presentaron con eslóganes que suelen escucharse en las marchas feministas, con el precedente de “Un violador en tu camino” del colectivo chileno Las Tesis, las mujeres estaban en plena ofensiva contra el patriarcado, frases como “machete al machote”, identificaban a los hombres machistas como responsables de la violencia contra las mujeres, y aunque debiera leerse entera, muchos hombres lo identificaron como una ofensiva contra su persona y no contra el machismo o el patriarcado.

Las interacciones en redes sociales han crecido en complejidad y sus consecuencias son notables. De ahí que comunidades digitales como el colectivo Luchadoras o la ONG Infoactivismo que se centran en dar herramientas a usuarios para proteger su privacidad, gestionar sus contactos e interacciones y generar manuales que empoderen a usuarios en contra de las violencias que los guíen en la búsqueda de justicia e informen sobre nuevas amenazas, reconocen el impacto que las redes sociales pueden tener, tanto positivo como negativo. El Manifiesto Onlife (2013) impulsado por la Comisión Europea enlista algunos riesgos particulares en la red, principalmente los que tienen que ver con la información, el control y la libertad:

la abundancia de información puede resultar en sobrecarga cognitiva, distracción y amnesia” (...) en algunas ocasiones se tiene” demasiado control –a costillas de la libertad- o muy poco – sacrificando la seguridad y la sostenibilidad”, además “la experiencia de la libertad” cambia con un incremento del “control social a través de la vigilancia mutua o lateral que no es necesariamente mejor que la vigilancia de “el gran hermano como lo muestra el incremento del ciberacoso”. (p. 9).

Con lo anterior en mente, una causa justa viralizada puede verse opacada por alguna otra causa o incluso alguna trivialidad, las acciones que se tomen pueden ser demasiado

duras que afecten a quiénes no deberían afectar comprometiendo su existencia y sometiéndola al juicio a veces arbitrario de la vigilancia mutua. Tan nuevo como es, fenómenos como la “cancelación” tendrían que irse puliendo, la propuesta consiste en hacer más relevante que nunca la distinción entre privado y público como lo propone el manifiesto onlife.

Las diferencias entre reconocer la experiencia propia con sus alcances y límites, así como las experiencias de otros, puede ser crucial entre el apoyo a una demanda por justicia y un comentario que eclipsa la causa al disentir de manera violenta, malintencionadas o no, disentir usando la violencia genera cambios en como las mujeres viven y utilizan el ciberespacio:

...tres cuartos de las mujeres que dijeron haber experimentado abuso o acoso en redes sociales hicieron cambios en la manera en que usan las plataformas, algunas dejaron de opinar sobre ciertas cuestiones (32%), el 61% de las mujeres que fueron acosadas reportaron haber perdido confianza y autoestima, 55% reporta haber experimentado estrés, ataques de pánico o ansiedad después de haber sido acosadas, problemas para dormir (63%) o preocupaciones por la seguridad de sus familias (24%) (Ging & Siapera, 2018, p. 520).

Las consecuencias negativas del odio tienen que ver con amenazas directas, que en entornos de copresencia constituirían delitos. Bajo el pretexto de “son solo palabras”, los juicios sobre la vida privada provocan de cuando en cuando acciones violentas directas, que dañan la integridad de las mujeres que hacen uso de las redes para expresar opiniones, “las mujeres son doblemente penalizadas, no solo sufriendo el impacto emocional del odio, también daños materiales” (Ging & Siapera, 2018, p. 520).

Las cuestiones que las personas consideran privadas, no deberían de ninguna manera ser cuestionadas, “y la culpa no era mía, ni donde andaba ni como vestía” dicen Las Tesis en respuesta a los comentarios ociosos que especulan sobre las prácticas de las víctimas de feminicidio, que si la falda era muy corta o si era muy noche, si los padres no estaban suficientemente al pendiente; ninguna de estas cuestiones ni otras parecidas tendrían por qué condenar en la opinión pública a ninguna víctima porque funcionan como distractores que abonan a la amnesia y a perpetuar la injusticia, pues limitan más

las ya de por sí pocas denuncias (en comparación a la cifra negra de delitos) pues las personas tienen que sortear un aparato institucional que opera para revictimizar y evadir su función que es la búsqueda de justicia y reparación del daño por todos los medios.

1.3 EL CASO TIKOK: VIRALIDAD, ODIO, TROLLING.

Las disputas en la red pocas veces se vieron con una coyuntura tan especial: la pandemia, auge de movimientos feministas y uno de los principales países bastiones de la derecha como lo es EEUU y su élite corporativa eligiendo a un presidente blanco, antiinmigrante y misógino quién además hizo la guerra a Tiktok, una de las aplicaciones más descargadas de la historia con un uso abrumador en un periodo de tiempo muy corto, proveniente de una empresa que tiene origen en un país considerado comunista y de pocos derechos y libertad como lo es China (o lo fue en algún momento, para 2023 se sabe que cotiza en bolsa y hay varios dueños).

TikTok es una plataforma en la que podemos ver usuarios alimentándose de contenidos audiovisuales con un pequeño feedback para “contexto” (expresión usada para profundizar los puntos que no se entienden del mensaje principal) en los comentarios. A su vez interactuando de manera rápida para pasar el tiempo y otras veces de manera más consciente. Parece el escenario de un meeting político en una plaza pública donde todos gritan pero nadie pone atención. Casi de manera ininteligible si se ve de lejos, en el big data, puede ser que se enumeren a los usuarios, que la plataforma defina ciertos gustos y disgustos para alimentar las recomendaciones que aparecerán en la pantalla principal de sus usuarios.

Es una app para celulares que integra como parte de su red social un editor de vídeos que permite compartirlos en su plataforma. La extensión de vídeos puede ir desde los 5 segundos hasta los 180 (recientemente ya se pueden hacer videos de 10 min en algunas cuentas). Esta plataforma te muestra en su pantalla principal (numeral 1 de la captura de imagen 1) un vídeo, que puedes elegir seguir viendo o deslizar para ver otro. Estos videos los recomienda la plataforma con base en tres características principales: las interacciones de usuarios, la información del vídeo, y los ajustes de tu dispositivo (Tiktok, 2019).

Los elementos que podemos encontrar en la plataforma en su modalidad de escritorio se encuentran en la captura de imagen 1. En el recuadro número 1, encontramos el espacio en el cual se reproducirá el vídeo, pegado a la derecha se puede desplazar de arriba abajo en los contenidos. El recuadro número 2 contiene el nombre o alias de usuario y su avatar o imagen de perfil. El 3 contiene la fecha de subida del vídeo. En el número 4 encontramos los hashtags con los que el usuario propone relacionar el contenido subido. En el número 5 encontramos el número de reacciones, divididas entre los “me gusta” y el número de comentarios totales. Con el número 6 encontramos la caja de comentarios, estos comentarios también pueden ser marcados y sumar “me gusta”, a su vez, los usuarios que deseen dejar una respuesta a un comentario pueden hacerlo (numeral 8) pero solo se puede generar una conversación por cada comentario de la vista principal, para ver los demás, es necesario desplegar la cadena de comentarios. En esa conversación se pueden generar un número de respuestas indefinido como subtexto de la conversación principal. Los comentarios también están ordenados por la plataforma, poniendo en primer lugar los comentarios con más reacciones y respuestas.

Captura de imagen 1. Interface de la versión de escritorio de la app de Tiktok

The screenshot shows the TikTok desktop interface. On the left is a video player with a red border. The video content shows a person's legs and feet wearing sneakers. A white text box with a black border is overlaid on the video, containing the text "No se nace feminista" and "Parte 1". In the top right corner of the video player, there is a "Denunciar" button with a flag icon. A red box labeled "1" highlights this button. To the right of the video player is the user profile information. It includes the username "_jasminemine_" and a profile picture. A red box labeled "2" highlights the username, and a red box labeled "3" highlights the profile picture. Below the profile information is the video description: "Espero les guste #feminismo #feminista #8m #feminist #feminist #chile #8marzo #conmemoraciondiadelamujer". A red box labeled "4" highlights this text. Below the description is the sound information: "sonido original - _jasminemine_". Below that are the engagement statistics: "713.4K" likes and "1754" comments. A red box labeled "5" highlights these numbers. To the right of the statistics are social sharing icons for WhatsApp, Facebook, Twitter, and a link icon. Below the statistics is a URL: "https://www.tiktok.com/@_jasminemine_/video/69371...". A red box labeled "6" highlights the entire comment section. The first comment is from user "steffhiu" and says "tiene parte 2? es realmente muy bueno". Below the comment is a red box labeled "8" containing the text "Ver más respuestas (2)". To the right of the comment is a red box labeled "7" containing the number of likes for the comment, "3473". Below the first comment is another comment from user "charli 378 niñxs" with the text "Por Ámbar" and "Por Antonia". At the bottom of the interface is a comment input field with the placeholder text "Añadir comentario...".

En 2020 la pandemia de Covid-19 provocó un encierro que aumentó el uso de redes sociales, en especial Tiktok, siendo la app más descargada durante ese año (Marquez, 2021). Al centrarse en la viralidad con un algoritmo creado para crecer las visitas exponencialmente, Tiktok revolucionó una generación que convivía con los viejos símbolos de la red, dándole una vuelta de tuerca a la forma en que nos comunicamos en redes sociales al permitir, gracias también a los avances científicos como un mayor ancho de banda, una plataforma para emitir opiniones al mundo que permite ver los gestos y los performances que acentúan los mensajes que antes apenas eran escritos y escasos. Es en este espacio donde dejan rastro interacciones, tanto en vídeo como escrito en los comentarios de los diversos debates que se llevan a cabo sobre cuestiones públicas los cuáles tienen eco en personajes de la política, la farándula y personas que pueden crear consensos para posicionarlos en la agenda pública del día, por semanas o incluso meses.

Como toda red social Tiktok está hecha para centrarse en crear redes de usuarios que generen interacciones, es una plataforma hecha para celulares que contiene un editor de video con una interface simple que permite hacer transiciones y efectos que pueden usarse de modo creativo. De igual manera, en toda red social se debe enfrentar a usuarios que se salen de las normas: el odio, el trolleo o el flameo, son fenómenos que restan a la experiencia en la red social haciendo que sea menos probable que quieran usarse de nuevo. Sabemos esto porque ya ha habido un par de redes sociales creadas ausentes de regulación como Parler, una red social que no censuraba nada, llevándola a tener problemas para mantenerse pues nadie quería invertir en ella (Pastrana, 2022).

En una disputa en la arena digital, donde una plataforma como Tiktok puede funcionar como intermediaria para las interacciones, las fronteras se cruzan constantemente. Los usuarios pueden no estar preparados emocionalmente para tomar esta experiencia de la mejor manera, enganchándose en peleas interminables, dónde los temas cambian de cuando en cuando, por lo que se pueden percibir resultados de estas conversaciones que duran un tiempo con una intensidad que logra captar el interés de los usuarios de la plataforma... Al menos hasta que el siguiente evento irrumpa dejando en el olvido o cambiando la tendencia de otro.

Lo personal o entendido como privado, está acotado a los límites del cuerpo y protegido por las leyes: los cuerpos no se cuestionan en lo social ni se exponen contra su voluntad en lo legal, tampoco los sentires, así como tampoco se deberían cuestionar la forma de hablar o el país en que se nació. Lo público se entiende como todo aquello sobre lo que tenemos que dialogar para mantener una buena comunicación y tomar decisiones, principalmente sobre asuntos públicos. Estos límites se confunden una y otra vez a través de opiniones de los usuarios y creadores de contenido, quiénes en un ejercicio comunicativo “publican” su opinión. Esta figura pareciera habilitar a los demás a discutir sin pensar qué es lo que se está diciendo.

La plataforma Tiktok permite que todos expongan minutos de sus vidas, pedazos de su cotidianidad, y esta cotidianidad puede ser un momento de reflexión política o un apunte sobre la vida. Al publicarlo se ve mediado por las reglas de la plataforma y al criterio de las audiencias, el cual en los momentos más escandalosos, no alcanza a detenerse a pensar, sea por un afán lúdico o venganza personal, las consecuencias que lo que está a punto de escribir podría traer, como lo ocurrido con Mika Lascuráin, una joven trans que se suicidó después de sufrir bullying por parte de la Youtuber YosStop (Gutierrez, 2021) y su comunidad, quiénes la criticaron fuertemente por su físico. El caso es emblemático, pues muestra las acciones que una horda de fanáticos es capaz de llevar a cabo: llenar tu feed de opiniones negativas, de amenazas de muerte y ocurrencias exclusivamente con el objetivo sádico de dañar.

Cada plataforma tiene formas singulares de interacción, audiencias diferenciadas y formas de sancionar contenidos indeseables, sin embargo, con frecuencia no son efectivos para identificar violencias, lo son aún menos para aquellas que provienen de los usuarios que consumen los contenidos posteados en las plataformas, aunque sí existen criterios de censura para quienes crean contenidos: por temáticas, palabras claves, música o criterios sobre la exposición del cuerpo. Para los desarrolladores de apps hay sets de palabras que no se pueden escribir y advertencias sobre algunas palabras que podrían interpretarse en el límite. También los creadores de contenido suelen hacer recomendaciones a sus audiencias. En Tiktok, se puede observar la

formación de grupos de seguidores y la difusión de agendas más o menos coordinadas de forma voluntaria, con adscripción de miembros y formación de comunidades.

A principios de 2020, en Febrero, los asesinatos de Ingrid y Fátima (Rangel, 2020) conmocionaron a los y las mexicanas saliendo a las calles a manifestarse en el mes de Febrero, un mes después, el 8 de Marzo, hubo de nuevo movilizaciones por parte de grupos feministas, poco después ocurrió el confinamiento. Con estos fenómenos crecientes, el activismo se trasladó a las redes, aprovechando el rápido crecimiento de usuarios de la plataforma de Tiktok, hubo perfiles que rápidamente se hicieron de seguidores. Algunos ya estaban consolidados en otras plataformas, mientras que otros, se formaron enteramente en Tiktok. El fenómeno de “Trending” o “Viral” agrupó y enfrentó a las audiencias.

Hashtags como #Feminismo denunciaban a partir de video historias, experiencias que partían de biografías propias o de otras que advertían, representaban y socializaban las conductas que agresores llevaban a cabo con sus víctimas. En estos enlaces, se pueden encontrar comentarios que emiten discursos violentos negando las experiencias, oponiendo contraejemplos, haciendo chistes o ridiculizando lo que las creadoras de contenido representaban. Estas interacciones tienen respuestas dentro de los usuarios que se reconocen como simpatizantes con alguna parte de los discursos emitidos como el feminismo, la denuncia o la empatía con las víctimas.

Dentro de todas estas interacciones digitales, en esta investigación se analizan primordialmente los disentimientos hacia contenidos con el #feminismo. Los usuarios que expresan disensos mediante discursos de odio o violentos que llegan a estar expuestos a contenidos marcados como #Feminismo, aunque quizá están expuestos a ellos contra su voluntad, el interactuar, es decir, tomarse el tiempo para escribir algo en la caja de comentarios, dar me gusta, o video reaccionar a ello, son definitivamente decisiones conscientes y voluntarias. La decisión consciente y la voluntad de emitir una opinión puede intentar generar un impacto específico, sea el mero reconocimiento, la divulgación de una agenda, o la valoración de una acción o algo más. Dado que se pueden formar cuadros de afinidades más o menos estables, es probable que haya perfiles digitales que acudan con regularidad a comentar temáticas específicas y a su vez, pueden compartir

otros espacios en la red, en otras plataformas o entornos de copresencia. En dichos espacios dan forma a los juicios que presentan al llegar a los perfiles de creadores de contenido con quienes disienten despreciando, disgustando e intentando generar molestia.

Hay evidencia del uso de perfiles que tratan de enganchar a adultos jóvenes para promover el voto por ciertas ideas, legitimar ciertos personajes o acciones políticas, especialmente perfiles de ultraderecha (Moreno, 2020) cuya agenda política insiste constantemente en negar derechos migratorios, de salud o de autodeterminación sobre el cuerpo.

Lo que ocurre en redes sociales tiene varias aristas importantes: la primera, es el propio movimiento antifeminista (que es parte del objeto de esta investigación) que se manifiesta en la red, en muchos momentos, como reacciones y comentarios frente a contenidos feministas; la segunda, tiene que ver con lo que pensamos de las redes sociales y el internet en general (podemos asumir que esta apertura o información tiene tal o cual impacto o ponderar si se han transgredido tales o cuales normas, por ejemplo); y finalmente, la arista de los usuarios, si pensamos que estos son fácilmente manipulables o si por el contrario son rígidos en sus creencias, si están bien o mal informados, o si podrán o no cambiar tales o cuales comportamientos. Esta investigación se propuso centrarse en observar las reacciones y comentarios que podrían asociarse con algún tipo de disentimiento tomando en cuenta que los usuarios son sujetos que tienen alguna información previa, poniendo especial atención en aquellos comentarios que muestren violencia de alguna índole en un debate en torno a un tema expuesto o relacionado el feminismo en la plataforma de Tiktok.

Tiktok, al igual que la mayoría de las redes utiliza modelos híbridos, eliminando de tajo palabras violentas y a la vez usando moderadores que responden a los reportes de usuarios (OBSERVACOM, 2020). No obstante, el ascenso de posiciones antifeministas sea de manera aislada o como parte de una reacción ideológica o movimiento masculinista, se puede notar en las redes sociales de mayor alcance. De aquí la importancia de ponderar empíricamente como es que estas posiciones emergen en interacciones digitales como las que ocurren en TikTok en respuesta a vídeos cortos,

qué tan frecuentes son, con qué clases de contenidos interactúan y qué tanto recurren a la violencia.

En Tiktok, los artistas o tiktokers son exhibidos por el algoritmo que elige de manera más o menos intencionada de acuerdo a los gustos que ha aprendido de los usuarios, por lo que en general, deberían tener una experiencia agradable al entrar a la plataforma. Las sugerencias de la plataforma deberían de ser un reflejo más o menos fiel de las preferencias que ha recogido del usuario con lo que ha indicado que te gusta, de lo que ha comentado, del tiempo que has pasado en tal o cual vídeo y de lo que el usuario ha marcado como “no me interesa”. No hay necesidad, en principio para ver posts con los que estés en desacuerdo. Pero es aquí donde tiktok más brilló.

Los indicadores de Tiktok están hechos para no crear burbujas y “evitar que los videos que se muestran sean demasiado homogéneos” (Nadal, 2020). La plataforma tiene la particularidad de mostrar un porcentaje de contenidos aleatorios que no están totalmente definidos por los elementos anteriores, lo que da lugar a que nuevos creadores de contenido que están acumulando reacciones rápidamente tengan la oportunidad de competir con los grandes.

Las particularidades que tiene Tiktok, como un algoritmo centrado en mostrar usuarios nuevos, los pocos vídeos contra los que compiten una vez seleccionados y su énfasis en la viralidad, hacen que esta plataforma popularice ideas, “trends” que son videos que repiten un baile, frase o idea en consonancia con un gran número usuarios, que son o performances con mucha frecuencia, lo que quizá cuestiona un poco el valor de la viralidad. El hecho de demasiada viralidad, hace más por la plataforma que por los usuarios, porque, aunque un contenido subido por un usuario pueda hacerse viral con cierta facilidad, lo relevante sería si ese contenido es el que el usuario quiere o sí, por otro lado, “trabaja” de cierta forma para el algoritmo de la plataforma, recordemos ese famoso dicho utilizado cuando se reciben cosas: “si lo que te otorgan es gratis, entonces el producto eres tú”.

El nacimiento de Tiktok estuvo enmarcado en una guerra de mercado de plataformas con relevancia política en la obtención de datos. Al ser una aplicación que se relaciona con China, es sujeta a sospechas de filtración de datos. Pero esto poco importa a los

millones y millones de usuarios que han encontrado una ventana al mundo y algunos días de fama a cambio de editar contenidos cortos que ni siquiera tienen que ser propios, la viralidad, la relevancia y la fama (al menos momentánea) están al alcance de un botón.

Tiktok en 2019 fue vista como una plataforma para jóvenes que bailaban y hacían lipsync (sincronizaban su vocalización con audios virales), como vimos anteriormente, esta idea es solo la superficie. Si damos like y nos quedamos a ver cierto tipo de contenido, nos daremos cuenta que encima de esa “superficialidad” o vertiente lúdica, encontramos contenidos políticos muy fuertes, desde perfiles que vanaglorian al narco y fuerzas armadas, como solicitudes de ayuda a movimientos políticos o incluso para salvar animalitos y colectas para personas en situaciones desafortunadas. Estos perfiles agrupan intereses que comparten simpatías por ciertos temas, en Tiktok encontramos perfiles que podrían verse como “antifeministas”.

El antifeminismo se ve reforzado por una serie de factores, entre ellos la capacidad de las personas para conectarse y compartir contenido con personas que comparten sus mismas creencias, a esto se le llama “comunidad imaginaria”, estas comunidades mantienen “un entendimiento no explícito sobre un colectivo” (Gordon *et al*, 2013, p. 18) por lo que pueden reconocerse aún sin interactuar o seguirse mutuamente. Por esta razón, como veremos adelante, los trendings y las conversaciones que se asocian al #feminismo en Tiktok cambian a lo largo del tiempo y están asociadas a coyunturas sociopolíticas, así como a tribus digitales. Con respecto al #feminismo, se observa en comentarios que tienen presencia tribus como los “fifas”, “incels”, “Dioses del Olimpo”, “Sigmas”, “betas” y “alfas”, “panas” y más recientemente “compas”, que pueden usar desde íconos neutros hasta avatares de personajes de la farándula futbolera, banderas de equipos, entre otros.

Estas tribus marcan ideológicamente las interacciones en un sentido negativo y abren dinámicas de hostilidad asociadas con el antifeminismo, que sumadas a la condición de anonimato, la violencia digital y las altas probabilidades de salir impunes, envalentonan algunas de las posturas más hostiles que se pueden tener hacia las mujeres.

El hate u odio, suele estar relacionado con ataques violentos sin sentido hacia los cuerpos de los usuarios, negando su identidad y agencia en contextos particulares. En

concreto, el discurso de odio es un crimen y su sinsentido consiste en que la condición para que exista no puede ser cambiada por las víctimas, la definición de la comisión Europea Contra el Racismo y la Intolerancia (Ecri, 2015) es la siguiente:

el uso de una o más formas particulares de expresión -que promocionan o incitan al odio o la denigración de una persona o un grupo de personas, así como cualquier acoso, insulto, estereotipo negativo, estigmatización o amenaza de dicha persona o personas y cualquier justificación de estas formas de expresión- basadas en una lista de características personales no exhaustivas que incluye raza, color, lenguaje, religión o creencia, nacionalidad u origen étnico, así como descendencia, edad, discapacidad, sexo, género, identidad de género u orientación sexual (p. 16).

Las posturas antifeministas manifestadas en las redes sociales contribuyen a la polarización porque no dejan espacio alguno al disenso al posicionarse desde el odio, pues perpetuando estereotipos negativos invalidan las opiniones de las personas antes de que hablen: Si una persona es homofóbica, le basta percibir que a alguien le gustan las personas de su mismo sexo para interactuar de manera violenta con ella, pero ¿Cómo puede alguien superar esta condición para ser escuchado? ¿Cómo una persona puede cambiar a quién ama? ¿Cómo una persona puede elegir su raza? O cualquier otra de las características mencionadas por la ECRI. Esto inevitablemente tiene un impacto negativo en la calidad de las discusiones en línea y también en la capacidad de las personas para expresarse libremente.

El trolling y el flaming son más específicos, están ligados a la comunidad relacionada a los videojuegos, donde se caracterizan por tener marcos de referencia muy particulares, por ejemplo, la acepción más difundida de “troleear” tiene que ver con actuar en contra sentido del juego para afectar (es de notar la contradicción) a la persona que te está afectando... si uno pone algo de atención es como darse un balazo en el pie, porque el resultado de esto es perder la partida. En “Anyone Can Be a Troll” (*Cheng et al. 2017*) los autores identifican tres componentes importantes para que alguien trollee: “El humor, el contexto de la discusión, la influencia y la conducta antisocial”(p. 1218 y 1219), si uno se encuentra especialmente irritable podría querer descargar ese sentimiento en redes,

si se suma a un contexto donde el influencer ya tiene una opinión negativa sobre un tema y además encontramos en los comentarios que se sigue la misma línea del influencer pues puede que sea más probable que se vaya a comentar justo en ese sentido.

El caso de “Flamear” o “flaming” se usa para “describir interacciones agresivas u hostiles” (Orton-Johnson, 2008, p. 6), que suele significar insultarse sin cesar. Está relacionado con la percepción de que alguien está actuando contra el sentido mentado de una acción, el flameo es una acción puramente emocional cuyo resultado es emitir insultos contra un sujeto o grupo: no da explicaciones, no hace matices, no busca más de una relación.

La diferencia entre el odio o hate y el trolling o trolleo, y el flaming o flameo, parece ser la posibilidad de conocer las reglas de la plataforma, en ausencia de estas reglas claras, son los cuerpos de los sujetos los principales objetivos; cuerpos racializados, cuerpos neurodivergentes, cuerpos diferentes. Mientras que en las plataformas el progreso de los usuarios está marcado por indicadores como el número de seguidores y visitas, que miden no una, sino varias de las métricas del perfil, en los espacios de copresencia estos no están claros, según el contexto, pueden ir desde el grado académico, el ingreso o incluso cosas tan triviales como la percepción estética. Se conoce y se agrade al mismo tiempo porque las dudas pobrementemente planteadas o directamente malintencionadas. son al mismo tiempo un ataque a las personas y las consecuencias son tan personales que sus efectos pueden dañar la calidad de vida de las personas, transformando un escenario neutral o potencialmente amable en un terreno hostil.

Un comentario u opinión de un influencer o creador de contenido, puede ser molesto, pero el odio como tal está cargado de un énfasis irracional en alguna propiedad que se le atribuye a un sujeto de la que este difícilmente puede escapar, y a partir de ella, se le niega, denigra, humilla, demerita y atenta intencionalmente contra su integridad psíquica, física o su honor. Es una pendiente difusa dónde la moderación juega un papel importante, darse cuenta y aceptar cuándo se están cruzando los límites es vital para que se dé un intercambio dentro de los términos en el que las personas se sientan cómodas para seguir participando de la conversación.

2. LAS RESISTENCIAS AL MOVIMIENTO FEMINISTA: VIOLENCIA DIGITAL, COMUNIDADES DIGITALES Y EL ANTIFEMINISMO EN TIKTOK

Una de las razones sociológicas para investigar el fenómeno digital es la incógnita de la causalidad: ¿Las expresiones en entornos digitales influyen las conductas en la vida real o es acaso al revés? Si hay movimientos antiderechos que usan las redes de plataforma podrían lograr su cometido.

No sabemos si lo que ocurre en entornos digitales es provocado por lo que ocurre en entornos de copresencia o viceversa. Esta no es una pregunta ociosa, el estudio de las redes sociales se centra en las prácticas de los actores sociales al usarlas en lo cotidiano, en sus percepciones sobre lo que implica pasar de ser meros consumidores a ser creadores de contenidos, sobre la importancia de participar en las discusiones en línea o sobre el impacto que pueden causar sus interacciones digitales. Daniel Miller en “Cómo y por qué el mundo cambió las redes sociales” (2019) expone cómo con frecuencia culpamos a las redes sociales de ser la causa de alguna anomalía en nuestro comportamiento: “que los jóvenes ya no comprenden lo que es una amistad a causa de las redes sociales o que, de alguna manera, nuestra capacidad para mantener la atención o nuestra capacidad cognitiva han cambiado porque los tweets son tan cortos” (Miller, 2019).

Quizá porque es un fenómeno relativamente nuevo que sorprende más en tanto más rápidas son las comunicaciones como lo ven Barry Wellman y la estrecha relación entre lo que Pierre Levy llama “lo virtual y lo real”. Pero me parece que esa no es toda la cuestión. Recientemente hay un “boom” en los streamings y de alguna manera también cambió la forma en que leemos la web, las aplicaciones incorporan herramientas para advertirnos de la presencia “online-online” de los usuarios: En WhatsApp aparece como “en línea” cuando abrimos un chat, en Facebook Messenger aparece como un puntito verde y en plataformas adecuadas al streaming directamente un “live” que se diferencia de lo que sería una repetición o un “live grabado”.

El problema no es si tenemos o no un avatar en la red, es decir, si tenemos o no un conjunto de datos indexados que dan cuenta de ser nuestro usuario, ya damos por hecho que estamos ahí, la cuestión es si estamos en ese momento ahí, si estamos prestando atención a la comunicación que se va a dar o está por darse y si vamos o no a responder a ella, el clásico ejemplo de la acción social Weberiana pero frente a la pantalla. De aquí se desprende una nueva forma de ver la causalidad como un corte, un quién emite y un a quién se responde, evidentemente estamos todo el tiempo “onlife”, pero sigue habiendo una distinción sobre cuándo las transmisiones online son ignoradas y cuándo son atendidas, esta división tiene sus particularidades, cómo el hecho de ser multi situadas y poder acceder permanentemente a ellas en redes.

La atención puede ser causa o prueba directa de un acto “offline” y eso también es un problema, porque ocurre lo mismo al revés con distinciones culturales importantes, por ejemplo, se puede buscar el acceso momentáneo a algún lugar específico que otorgue una buena foto para Instagram con muchas reacciones, un equipo de celular nuevo que habilite ediciones que hagan desaparecer “imperfecciones” en nuestros cuerpos; o, en comunicación política, hacer composiciones que sirvan para sugerir sentires de compasión, ternura o empatía que ayudan a legitimar a figuras públicas. Damos por hecho, por ejemplo, en el caso de México, que la televisión pudo construir la candidatura de Enrique Peña Nieto en un blanqueamiento de su imagen, pero lo que ocurre con Mariana Rodríguez y el actual gobernador de Nuevo León (para el periodo 2021-2026) Samuel García, fue construida en redes sociales con un diálogo pre meditado que incluía momentos reprobables para mantener la atención sobre la vida del candidato y construir el relato de una especie de héroe deconstruido porque ya aprendió a planchar sus camisas después de haber expresado su incomodidad con la vestimenta de su esposa en una especie de redención.

La idea es que, aunque estas campañas se hicieron para redes sociales, tuvieron impacto en instituciones políticas al cambiar la percepción de los candidatos para favorecer su elección, del mismo modo, la opinión positiva o negativa que tengamos sobre nuestras opiniones, cuerpos, arte o imitaciones que pudiéramos hacer por diversión en alguna plataforma, son susceptibles de cambiar de acuerdo a la recepción

que todas estas formas de expresarnos tienen en la red, en “She should not be a model: The Effect of Exposure to Plus-Size Models on Body Dissatisfaction, Mood, and Facebook Commenting Behaviour” (2021), los autores estudian cómo cambian los comentarios de acuerdo a las percepciones pre concebidas de las tallas de los cuerpos: un cuerpo que se percibe de manera negativa tiene más comentarios negativos, mientras que cuerpos que se perciben de forma positiva tienen más comentarios positivos probablemente porque los comentarios se ven influenciados entre sí, sin embargo, quienes lo investigaron, resaltan que a pesar de encontrarse comentarios negativos, los comentarios positivos siempre fueron mayoría (Talbot et al., 2021, p. 9). Más cercano al tema del odio (Talbot et al, 2021), también encontraron que si generalizaran sus resultados a las redes sociales (ellos usan el término “social media”), “podría significar que los espectadores estarían dispuestos a contribuir con más frecuencia con sus propios comentarios negativos cuando ya están viendo bullying en los comentarios” (p..9).

A veces es un chivo expiatorio, pero en las más de las ocasiones hay algo de razón en culpar a las redes sociales de ciertos eventos como la depresión o el ascenso de un candidato, si los usuarios se enfrentan por honor, venganza o poder, no deja de ser interesante cómo otorgamos un rol a las redes sociales como causa de nuestra atención dispersa, de mal informar, de legitimar valores distintos a los nuestros o de ver confirmadas nuestras ideas sobre el mundo por muy excéntricas que sean. Pareciera que cada vez vamos llenando más y más de complejidad nuestras interacciones con cada vez más facetas de nuestras historias, de nuestras luchas e intereses y de nuestras puestas en escena en una vasija digital: Si está ocurriendo algo que podría afectarnos, quizá deberíamos estar mirando y participando.

2.1 EL ANTIFEMINISMO Y LA VIOLENCIA DIGITAL HACIA LAS MUJERES

En el artículo “Bro’s vs Ho’s” Debbie Ging (2019) reconoce que el movimiento masculinista es variopinto, tanto en las posiciones que se encuentran a favor de más derechos de para los hombres, como los que están en contra del feminismo, sin embargo, identifica una serie de temas sobre los que se centran movimientos que han recibido

mucha atención mediática como los Promise Keepers Cristianos en EEUU o el “New Men’s movement” en Reino Unido que perciben la pérdida de poder de los hombres en temas como: “la violencia contra los hombres, la custodia de los hijos, el divorcio y la feminización de la educación” (Ging, 2019, p. 46) basando su retórica principalmente en términos legales. Con la emergencia de estos movimientos masculinistas, y con frecuencia también antifeministas las violencias hacia las mujeres en interacciones digitales han aumentado, así como los intentos de las plataformas por moderar los contenidos que se comparten a través de ellas.

Las expresiones que violentan a las mujeres en la red son tan crudas que impactan de tal manera que parece que abundan, los gestos que se usan cambian dependiendo del medio en que se presenten, medios escritos suelen tener revisiones automatizadas de textos, los contenidos audiovisuales son también “leídos” como metadata que también es susceptible de moderación automatizada, no ocurre lo mismo con todos los contenidos en vivo son difíciles de controlar, tan difíciles como escandalosos son los resultados de un fallo en este ámbito. Hay todo un campo en desarrollo para investigar la mejor manera de clasificar los comentarios tóxicos para mantener las conversaciones fructíferas (Van Aken et al., 2018, p. 1).

Los desarrolladores de aplicaciones se han valido de varios sistemas para automatizar la detección de estas violencias. Se buscan palabras específicas, díadas o tríadas que sugieran violencia. En cambio, en aplicaciones de tipo lúdico, como videojuegos se dan otros fenómenos que requieren otro tipo de intervenciones.

El movimiento anti feminista en los países angloparlantes se percibe desde la década de 1990, “las corrientes antifeministas o masculinistas han sido las más vociferantes y han recibido la mayor cobertura de los medios de comunicación” (Ging, 2019, p. 45), y está relacionado con cambios en la economía, “la feminización del mercado de trabajo y la reducción de los salarios reales mermaron el rol de proveedor de los hombres”(Messner & Montez de Oca, 2005, p. 1882) que pone en entre dicho el rol tradicional del hombre. La capacidad de difusión de estos movimientos está en la red de blogs, foros y contenidos que promueven una serie de consecuencias negativas para los hombres, entre las que llegan a expresar su miedo a desaparecer.

La “manósfera”, una concepción que engloba comunidades que tienen como teoría principal la misandria: el odio de las mujeres hacia los hombres, a lo cual los hombres deben resistir para “proteger su mera existencia del embate de la cultura misándrica” (Marwick & Caplan, 2018, p. 4). Es parte de la tecnocultura tóxica, que engloba varios movimientos, como los INCELS y recientemente los MGTOW, en una cámara de eco, las opiniones entre hombres se potencializan. Son en su mayoría hombres, quiénes tienen dinámicas ligadas a las normas de la masculinidad que necesitan ser nutridas constantemente (Kaufman, 1986, p. 9) y expectativas sobre lo que se tiene que decir/hacer en las discusiones: “Estas normas promocionan la idea de que la violencia a veces es aceptable, necesaria y hasta deseable para responder a los problemas que experimentan los hombres y niños, y como una manera de obtener respeto” (Burrell et al., 2019). El antifeminismo, o el masculinismo con una ruidosa presencia en internet están cada vez más atomizados, pero sin dejar de ser relevantes por su permisión de la violencia.

Ging tiene un remarcable historial estudiando las comunidades online que se enfocan en el odio hacia el feminismo, en su trabajo “Special Issue on online misogyny (2018)” resalta que aunque los hombres son acosados un poco más que las mujeres en internet, esto cambia en el caso del acoso de tipo sexual, donde las mujeres son expuestas a poco más del doble de este tipo de acoso que los hombres, 21% que sufren las mujeres vs el 9% que sufren los hombres (Ging & Siapera, 2018, p. 515).

La naturaleza de las violencias que reciben las mujeres está relacionada directamente con los afectos, pareciera, si observamos la estadística, que son los vínculos los que habilitan a los hombres para abusar, los hombres abusan de las mujeres que dicen amar, por ejemplo, sabemos que en México los principales delitos cometidos contra las mujeres son la violencia sexual con 41.3% y la violencia emocional con 49% (UNIÓN CDMX, 2018), Como nota, en 2003, estos valores en México eran, en el caso de violencia sexual entre 7.53% y 8.3% según la entidad, y para la violencia emocional entre un 21.7% y 37.1% (Casique, 2009, pp. 5–6). En momentos dónde la competencia –económica, política, social- arrecia la violencia es más común, lo cual se intensifica con sujetos con

más cosas en mente, menos tiempo para el diálogo, y más apurados en considerar cerradas las discusiones.

La proliferación de mensajes que apoyan el feminismo se dio distinto según el contexto geográfico, primero con el #MeToo del mundo anglosajón que denunciaba los abusos de un sistema patriarcal en el mundo hollywoodense. Para el pesar de comunidades fanáticas de actores denunciados, sus figuras comenzaron a ser cuestionadas, perdieron papeles y en general enfrentaron una ola de reclamos que dieron mala imagen a la industria, pero con el apoyo de Think tanks como Atlas Network, enfocados en posicionar opiniones de derecha, se comenzaron a hacer virales voceros, defensores de “separar la obra del artista”, “esperar a que se desahoguen las pruebas” y de otras expresiones que lo que hacen en los hechos es cuestionar a las víctimas y defender a las figuras de los acusados. Estas posiciones radicales comenzaron a tener más recursos, principalmente en los Estados Unidos, pero también en el resto de Occidente mediante simpatías políticas que se encontraban en plataformas electorales que incluían posiciones conservadoras cercanas a la xenofobia, el racismo y la misoginia.

Como mencioné antes, el antifeminismo basa su ideología en la teoría de la misandria: que hay mujeres que odian a los hombres por el hecho de ser hombres. Un artificio que nace en los movimientos varonistas de los 70's. Recientemente, la teoría ha sido retomada como justificación para victimizar a personas que no deberían sentirse víctimas: hombres jóvenes blancos heterosexuales que se dicen rechazados por las mujeres a pesar de ser un partidazo, los “INCELS”.

La persona que creó el término INCEL y publicó una serie de blogs en 1997, Alana, dijo respecto del proyecto de “Celibato Involuntario de Alana”: “definitivamente no era un grupo de hombres que culpan a las mujeres de sus problemas” (Incel, 2022). Pero, como muchas otras cosas de lo que ocurre en internet, poco importó a quienes se identifican con este acrónimo. Los cuestionamientos se daban a la par de otras teorías conspiracionistas propias de los entornos de internet, como CreepyPastas, se hablaba del Pizza Gate, un escándalo fabricado para internet donde se codificaba el abuso y tipo de abuso de jóvenes famosos por tipos de pizza, más por el morbo que ocasionaba su

relación con personajes como Justin Bieber que por su veracidad. Foros anónimos como 4Chan comenzaron a surgir con cierta fuerza.

Los foros como 4chan se encargaban de compilar documentos, hacer relaciones y cocinar teorías con temas que podrían ser de interés público, una sola relación familiar o de supuesta amistad bastaba para que una teoría cobrara fuerza: con que una persona “equis” conociera a la persona “ye” bastaría para que pueda tejerse una red de micro gestos que daban lugar a teorías que relacionaban a artistas con políticos colaborando en actividades ilícitas. La gran narrativa conspiranómica comenzaba con los iluminatis, grupos de personas en el poder que se han perpetuado, que postulan desde el origen extraterrestre, hasta aterrizar con George Soros, quien sería el principal propulsor del progresismo en occidente, que incluye la agenda LGBTQQI+, el socialismo y por supuesto el “marxismo cultural”.

Toda esta conspiranoia que abrazan, debería convencernos de lo fáciles de manipular que son los grupos de derechas. Estas ideas son parte de su identidad y encontrar esta especie de consenso externo al que pueden acceder a través de foros, vlogs o vídeos de Youtube solo la refuerza. En lugar de eso, oponen una fuerte resistencia a ideas nuevas o ideas satanizadas por los gurús que siguen: leer la palabra feminismo les causa una repulsión inverosímil. Los foros que componen la manósfera destacan por la abrumadora cantidad de usuarios hombres, que usan de pretexto el anti socialismo para obstruir una serie de cambios en una de las épocas más importantes en la historia de los derechos de la mujer: Desde el derecho al aborto, el derecho al matrimonio igualitario, hasta la presunción de inocencia de las víctimas. Pero todo esto solo es la superficie.

En español existen foros similares a 4Chan, donde se puede postear de manera anónima, y también aplicaciones como Telegram, que son más laxos en su moderación y permiten una experiencia de privacidad más íntima que resulta en dinámicas insostenibles como advierte el Manifiesto Onlife (2019), recientemente se destapó un grupo de Telegram con alrededor de 1280 miembros, donde los usuarios, la mayoría alumnos de la Universidad Anahuac Mayab, compartían contenido íntimo de sus compañeras (Santana, 2022), el tipo de delito se asemeja a la porno venganza, según

Wachs et al (2022) la venganza, es una de las motivaciones más comunes para los discursos de odio.

En tanto más se cede la tarea de la moderación a los usuarios, parece tener menos responsabilidad la aplicación o empresa, pero pasos se han dado, y no es deseable un ciberespacio sin moderación, lo que pasa es que estamos en un fuego cruzado entre empresas y estados deseosos de saber todo sobre nosotros y nuestro deseo y derecho a la privacidad como ciudadanos.

2.2 LA MANÓSFERA

La manósfera es un término utilizado para describir grupos de hombres que a través de internet comparten sus puntos de vista y opiniones sobre una amplia variedad de temas que van desde técnicas y experiencias para conseguir pareja hasta teorías de conspiración. De manera más específica, la manósfera son blogs, foros de internet y grupos o comunidades en la red dónde los hombres interactúan y debaten ideas bajo sus propias reglas. Esto último ha sido problemático ya que permiten y a menudo llenan de confianza a sus expositores/referentes/creadores de contenido. En el caso de que estos creadores manejen discursos de odio, tienen una cámara de eco que potencia y legitima sus mensajes.

En general la manósfera tiene una fama negativa bien ganada. Pero es posible encontrar en estos foros hombres que hablan a otros hombres con el propósito de desmitificar la desinformación de la que son víctimas, se generan colectas para ayudar hombres en aprietos pero son tan pocas y tan poco relevantes en la agenda de estos foros que quedan eclipsados por las toneladas y toneladas de datos que tratan de construir narrativas estigmatizantes por medio de la magnificación de experiencias negativas con las mujeres, que no siempre, pero sí constantemente tiene que ver con el rechazo y las cuestiones de pareja: la manósfera es más conocida por la forma en que a menudo se presenta a las mujeres como causa de todos los males del hombre que por su potencial cómo colectivo para solucionar los problemas que le aquejan, cómo la violencia ejercida por otros hombres o el estigma negativo que recae sobre demostrar sentimientos como la tristeza que les hace ver como débiles ante la mirada del status quo de la cultura

patriarcal. Según Jessica Aiston (2021) existen 4 grupos principales en la manósfera, estos grupos pueden tener diferencias entre sí y concepciones distintas de fondo:

Tabla 3. Grupos digitales antifeministas anglosajones, según Aiston (2021).	
Grupos	Descripción
ARM	Activistas por los derechos de los hombres que abogan por cambios políticos que beneficien a los hombres, pero que también acosan y abusan de las feministas y otras figuras públicas femeninas.
MGTOW	Hombres que argumentan que las mujeres son tan tóxicas que deberían evitarlas por completo. Algunos MGTOW saldrán con mujeres, pero evitarán cualquier cosa seria, mientras que otros ni siquiera serán amigos de mujeres.
PUA	Grupo que enseña a los hombres estrategias de seducción para tener más éxito en atraer a las mujeres, a menudo utilizando técnicas que implican maltratar a las mujeres como insultarlas o ignorar su consentimiento.
Incels	Hombres que creen que tienen derecho a tener una relación con una mujer, pero que son incapaces de encontrar pareja. Múltiples actos de extrema violencia e incluso asesinatos han sido atribuidos a este grupo.

Otro aspecto importante a considerar es el impacto de la manósfera en la toma de decisiones políticas y sociales. Según una encuesta realizada a jóvenes de entre 16 a 24 años en el marco de una investigación más grande llevada a cabo por la organización *“Hope not hate”* en Reino Unido: los hombres (30%) tienden a creer más en youtubers, deportistas, empresarios políticos y periodistas que en su familia y amigos. Casi el doble que las mujeres (16%), también se inclinan a creer más en teorías de conspiración de internet, el 20% de los hombres las toman seriamente mientras que en el caso de las mujeres serían solo del 10% (*youth fear and hope*, 2020, p. 45).

La manósfera es un fenómeno complejo con muchos temas que lo atraviesan, y merece ser estudiado con mayor detenimiento. Una de las ideas más generalmente divulgadas es la que se encuentra en el estudio de Debbie Ging (2019) y se puede observar con una

trayectoria de al menos 50 años: la teoría de la misandria. Esta teoría, como se ha visto, refiere a que así como los hombres odian a las mujeres en la misandria, pues también habría mujeres que odian a los hombres. Del “Mans going their own way (MGTOW)” inglés a la categorización de “*alfas, betas y omegas*” estadounidense no parece haber cambiado esta concepción. Pero sí parece haber una creciente preocupación por los jóvenes como en el caso de los Incels. La principal característica de estos movimientos, es que son los sujetos actuando en comunidad quienes se definen de esa forma, se sienten orgullosos de sus formas e ideas que defienden principalmente con violencia.

En el contexto hispanohablante hay que dividir España y lo que ocurre en América Latina. Resalta por no tener grupos autodenominados de alguna manera, se aferran a que lo que dicen, comparten y acuerpan, es “la verdad” como un corolario de lo objetivo, libre de valores, un ejemplo de esto es la manera en que desprecian los estudios de género denostándolos por ir en contra de lo que entienden como biología básica. Apegados a la argumentación -mal entendida- especializada en detectar falacias lógicas, como las famosas “ad hominem”, “hombres de paja” y las asombrosas contradicciones que según ellos encuentran en cada publicación que no les parece.

Aunque los antifeministas de América Latina no se denominan particularmente de ninguna manera que haya durado lo suficiente para que haya bibliografía sobre el tema, sí que se reconocen en redes con nombres como *fifas*, jóvenes antifeministas que debaten en internet usando términos ofensivos, esta caracterización se dio porque de acuerdo a los comentarios de feministas en redes después de las marchas feministas, había defensores de paredes y monumentos, con base en eso, surgieron una serie de imágenes de diferentes eventos que mostraban disturbios realizados por equipos de fútbol, asociando a los defensores de paredes en las redes sociales a estos eventos. “Aliades” como el famoso “nacho progre” creado por Cynthia Hajar y Carmina Warden (*Nacho Progre, sátira feminista*, 2016), que hace referencia a hombres de izquierda que aprovechan la causa feminista para sacar provecho de la exposición de temas relacionados al feminismo y posicionarse como expertos de vanguardia. Los “Onvrez” es un término que se esfuerza por no generalizar dejando claro que son muchos los masculinos que están de acuerdo en no cuestionar los micromachismos tales como el

mansplaining que es una explicación no pedida a una situación cotidiana que el hombre piensa que una mujer no es capaz de entender por sí misma.

Todas las personas que caen en estas caracterizaciones, parecen apelar a los afectos, pues sus disentimientos son presentados como disensos de buena fe que buscan un diálogo no totalizante. El problema es que este esfuerzo “noble” es de poca paciencia, pues basta señalar una falla en los argumentos para que se rompa el diálogo, esta ruptura no hace otra cosa si no caer en la dicotomía clásica del pacto patriarcal: “Si estás conmigo te protejo”, si no, “te voy a enseñar a temer todo aquello de lo que te iba a proteger”. Dentro de su psicología, la violencia o el desencuentro violento parece ser su forma de ganar controlando lo único que está en sus manos, que es su atención. Después de todo, no parecen estar realmente dispuestos a discutir.

2.3 LA VIOLENCIA DIGITAL, DEL CYBERBULLYING AL ACOSO DIGITAL

En general hay poca información sobre los contenidos de violencia digital, sobre acoso y bullying se puede encontrar mucho más. Tal es el caso de los cuestionarios enfocados a adolescentes con “ideas erróneas del amor” (Montilla et al. 2016) que motivan los acosos en parejas, se interesan por la continuidad del acoso, no solo en el periodo de secundaria, sino también lo encuentran en preparatoria y universidad (Serrano, 2014), poniendo a prueba supuestos como el de que “la gente con mayor formación –que no debería violentar a sus pares- es la que lo hace y probablemente con mayor brutalidad” (Prieto et. Al. 2015) desmonta un supuesto que es recurrente, el de que “con educación” se puede evitar que las personas sean violentas con otras personas.

Larrañaga (2019) hace énfasis en que los acosadores fueron alguna vez acosados y López (2020) hace énfasis en la importancia de la influencia del ambiente familiar a la hora de replicar el ciberacoso. Finalmente, dentro de los estudios revisados sobre acoso y bullying, hay dos metaestudios. El primero es de Marín et al. (2020), donde resaltan la oportunidad en indagar el rol de espectadores y agresores, que son los menos estudiados y advierten sobre la superposición de roles. El segundo es la meta-etnografía de Moretti y Herkovits (2021) que describe una situación típica de violencia o acoso con

base en 33 estudios que encontraron relevantes y resaltan que “el cyberbullying no es una nueva violencia, sino una nueva expresión de tipos de violencias ya enraizadas en procesos de identificación, poder y género” (Moretti & Herkovits, 2021).

Los estudios que tienen que ver con la violencia digital son más escasos, y se pueden observar dos vertientes, aquellas que tienen que ver con la violencia sexual, que incluye la Sextorsión, violación de la intimidad y difusión de agresiones; y aquellas que incluyen el ciberacoso sexual, burlas y acoso, difamación y provocaciones. Las primeras ya tienen tratamiento de tipo penal, incorporándolas al catálogo de delitos de la ciudad de México con la ley Olimpia (Mena-Farrera & Evangelista-García, 2019, p. 719). Las segundas, aunque son parte del espectro que contiene la violencia, son más difusas en su manejo legal, por lo que la responsabilidad la suelen absorber otras partes de la sociedad. En un informe publicado en 2020 por el gobierno de Yucatán, se destaca que el 58.1% (p. 9) de su muestra vivió al menos un evento de violencia en redes sociales e internet, y que en general, cada persona vivió 3.9 (p. 9) eventos de violencia digital en promedio, donde las burlas y el acoso conforman la mayor parte de estas violencias que se superponen, al mismo tiempo, en el informe destaca que la gran mayoría de los agresores sean desconocidos, con un 42% (p. 9), cuando se trata de difundir, esto cambia, son las exparejas y amigos las que representan una mayoría con 45.2% (p. 24). Un estudio similar, en Chiapas, realizado en un focus group con 25 jóvenes universitarios informa que un 50% de las jóvenes reconocen haber experimentado alguna vez ciberacoso (Mena-Farrera & Evangelista-García, 2019, p. 681), cuándo se preguntó sobre si percibían a otras personas como víctimas de acoso, la cifra alcanza el 80% (Mena-Farrera & Evangelista-García, 2019, p. 182). Finalmente, un estudio sobre “Discursos de odio en Instagram” (Losada-Díaz et al., 2021) en un contexto electoral analizando comentarios en perfiles de candidatos, propone los siguientes parámetros para medirlos: críticas, menosprecio, burlas, insultos, amenazas y otros (Losada-Díaz et al., 2021, p. 200-201).

Parecería haber al menos dos grandes vertientes a través de las cuales se estudia la violencia digital. Una es la contextual que tiene como base las expresiones de violencia presentes sin ahondar mucho más en las causas pasadas, se concentra en la expresión

en sí y se juzga a partir de ella, en este rubro es donde se encuentra trabajando la mayoría de algoritmos que bloquean las palabras que en sí son violentas. La otra es la relacional, que se encarga de darle una narrativa histórica y poner en perspectiva la violencia actual en la que entran cosas como la historia de vida y estadísticas de violencia en general. La primera es un modo mercantilizado de tratar la violencia, con frecuencia se les acusa a las empresas de ser demasiado laxas o muy intransigentes con lo que se puede decir. En el caso de las segundas, se busca una causa más profunda, normalmente las investigaciones académicas se centran en los cruces que estas violencias tienen con demográficos cortados por la edad o el género, y muchas veces se les puede tachar de exageradas o irrelevantes para lo que sucede en las redes.

Al momento de revisar los antecedentes de violencia digital (normalmente ligados al bullying) me pareció que era necesario hacer esfuerzos por juntar estas dos vertientes, de manera que al discutir en redes podamos elaborar comentarios que no parezcan una exageración y que tampoco parezca que se justifican las violencias, dando demasiada importancia a lo que se ve u olvidándose de que no todas las razones están en el comentario mismo. Se puede disentir porque nadie nació sabiendo y el conocimiento siempre es perfectible, lo que no debería suceder es el desprecio y comentarios de odio hacia las otras personas.

Las investigaciones sobre violencia digital, acoso digital o ciberacoso, reconocen tres perfiles: Víctimas, agresores y audiencias (Moretti & Herkovits, 2021). La gran mayoría de las investigaciones trata sobre las víctimas, dejando vacantes investigaciones tanto a agresores como a las audiencias (Marín-Cortés et al., 2020). Hay razones para pensar que puede haber una superposición entre agresores y víctimas, en un estudio en España se encontró que 3 de cada 4 acosadores han sido a su vez víctimas de acoso online (Garmendia Larrañaga et al., 2019), esto podría superponerse con otros tipos de violencia, por ejemplo en México, donde el 63% de niños y niñas de entre 1 y 14 años han experimentado al menos una forma de disciplina violenta (UNICEF México, 2019). En un estudio realizado en 28 bachilleratos de Sonora, resalta que en el caso de agresores, el acoso tradicional y la violencia familiar “aumentan la probabilidad de conductas de ciberacoso” (Madrid López et al., 2020).

Uno de los puntos centrales en la violencia digital, al igual que en la que se lleva a cabo en contextos de copresencia, es la asimetría de poderes, “los adolescentes según sus capitales, ocupan determinadas posiciones en su sociabilidad y entablan relaciones de poder atravesadas por expectativas de reconocimiento mutuo” (Moretti & Herkovits, p. 12, 2021) Algunas de las emociones que experimentan los agresores son “ansiedad e ira (...) en ocasiones remordimiento y depresión” (Marín-Cortés et al., p. 11, 2020), mientras que los espectadores, en las “escasas investigaciones que los incluyen, sus emociones más comunes son miedo, tristeza, piedad e ira” (Ídem). Tanto el bullying como el Cyberbullying tienen demográficos similares, la adolescencia y la adultez temprana. Estos demográficos coinciden con las personas que usan la plataforma de Tiktok, jóvenes de entre “16-24 años” (Moshim, 2021).

Pero el espacio virtual también posee otras suposiciones, no solo son acosos del todo personalizados, los acosos bien pueden enmarcarse en la persecución de ideas políticas (biopolíticas, geo-políticas etc), por lo que “pueden tener perfiles que habitualmente no participan en procesos de Bullying presencial” (Blanco, 2012, p. 721). El entorno simbólico cambia, y el aspecto referencial o de continuidad se puede perder si nos centramos en la individualización a través del seguimiento de perfiles “acosados” (como en el estudio de Lozada-Díaz, et. al), los agresores pueden variar de diversas maneras, “ejercer violencia digital es fácil, rápido y queda muchas veces impune” (Verdejo Espinosa, 2015, p. 314), pero es probable que se encuentren regularidades ubicando las fuentes de sus ideas, la procedencia de su financiación en caso de haberlas y sus intentos de organización.

La mayoría de los estudios mencionados son generados por encuestas, donde los sujetos reportan sus propias conductas con base en ciertos lineamientos dados por las preguntas, pero hay poca información de los sujetos in situ actuando, reaccionando, contestando y saltando entre perfiles con temáticas específicas, compartiendo fuentes, replicando discursos. El entorno virtual tiene sus propios simbolismos, si no es que quizá sean puro simbolismo.

Los usuarios en el entorno virtual de los #Trendings (contenidos virales) acuerpan discursos. Dentro de una oferta de ideas, deciden adscribirse y performar para algunas

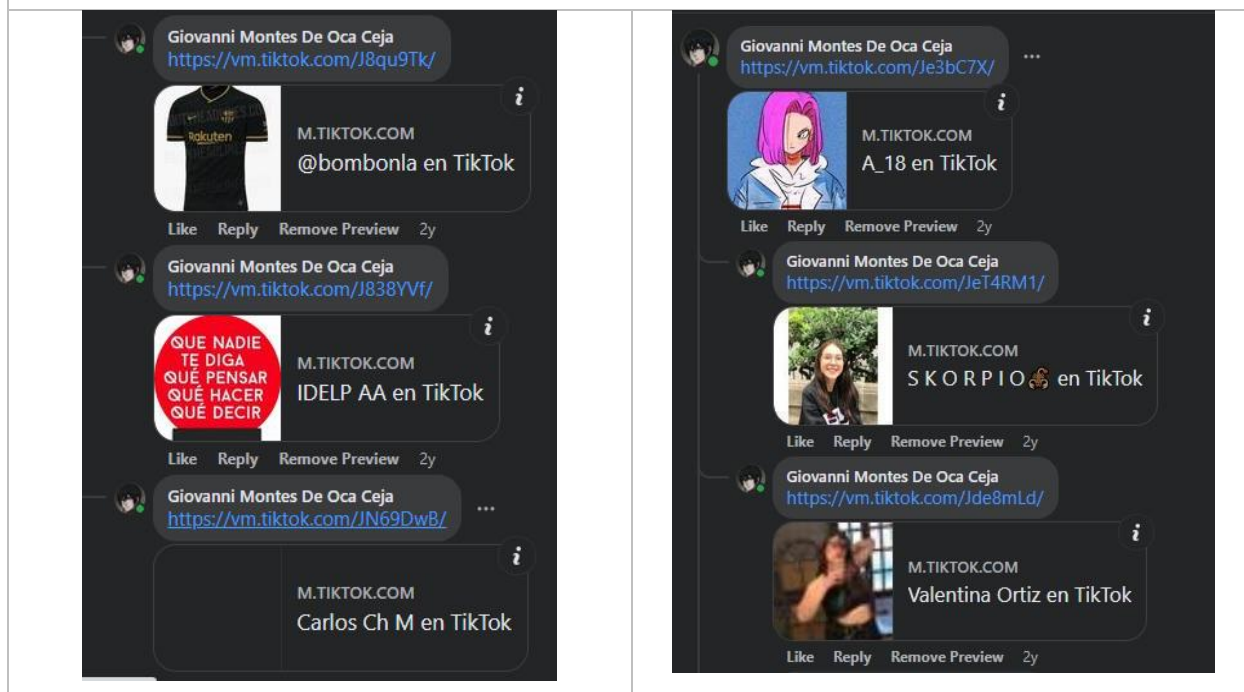
de ellas que pueden compartir en mayor o menor medida. Desde la perspectiva discursiva podría organizarse una matriz de ideas más comunes que tienen una representatividad estadística, desde la perspectiva emocional, algunas de las ideas expresadas con cierto grado de urgencia e intensidad así como recurrencia, podría sustentar la importancia de ellas. Encontrar estas relaciones y presentarlas daría información que no solo se centre en los usuarios víctimas y creadores de contenido (con los problemas que ello representa como la yuxtaposición de violencias y roles víctima-agresor-espectador), sino que brinde herramientas para anticipar, reaccionar y poner obstáculos al impacto de idearios que podrían compartir fuentes organizadas en contra de los derechos reproductivos de la mujer, de los derechos de personas de la comunidad LGBTQI+ y temas afines al movimiento feminista, en una red social como Tiktok que estuvo en su pico de actividad hace apenas un par de años (2020-2022). Lo que permite generar contra-narrativas orientadas a desmentir, desmotivar o desincentivar radicalismos.

2.4 LA TRAYECTORIA DEL ANTIFEMINISMO EN TIKTOK

¿Por qué Tiktok? Una de las razones, ahora probablemente enterrada en los anales de la metadata del Tikok, es que en sus comienzos, hubo una fuerte ola de Tiktokers dedicados única y exclusivamente a compilar noticias que “refutaban” el feminismo. Para las personas que su algoritmo no está lleno de debates, las noticias eran contraejemplos: casos aislados que eran generalizados o presentados como impactantes “incongruencias del feminismo” que servían a la ideología anti feminista. Con poco contexto, pero con un impacto enorme en una plataforma que estaba en su momento más alto, se consolidó en 2020 un grupo “secreto” que se llamaba “Dioses del Olimpo”. El grupo tenía varios miles de seguidores, y las plataformas de algunos de estos Tiktokers aún más, por ejemplo, la usuaria que se hace llamar “Androide 18”, tuvo en 2022, 237 000 seguidores a pesar de haber sido bloqueada de la plataforma en múltiples ocasiones. Al ser una conversación abierta, a menudo se podían ver personas cuyos contenidos no eran precisamente anti feministas, pero sí “anti progres” que tomaban algunos de los ejemplos usados para nutrir sus narrativas. Un hecho notable que ocurría era que si eras hombre tenías la impresión de que había más mujeres “antifeministas”,

probablemente por acción del algoritmo, por lo que daba la impresión de que no podías estar tan equivocado al seguir esos canales. Algunos de los miembros del grupo se veían así:

Captura de imagen 2. Algunos miembros del grupo “Dioses del Olimpo” (junio 2020)



En el grupo secreto en la app de Discord, el rango más alto era por supuesto “Dios del Olimpo”, algunos de los rangos para los demás eran "patriarca", "opresor" y más por el estilo, el propósito del grupo era agrupar a sus seguidores (la última vez que revisé tenía 1081 miembros) para, entre otras cosas (comparten referencias, documentos, imágenes para divulgar etc.), realizar ataques coordinados contra las “malvadas feministas” que crean contenido en Tiktok.

Se pueden reconocer por el logo de las manos tomándose del antebrazo formando un cuadrado delante de un fondo blanco. Los creadores de contenido con discurso de odio o que negaban cosas como las realidades trans llegaban a superar los 100 mil seguidores, el caso de “Androide 18” quién sigue activa, llegó a superar los 300 mil. Da la impresión de que la mayoría son jóvenes y comparten las referencias de Agustín Laje

y en aquel entonces Lupe Batallán, íconos de la ultraderecha argentina que se encargan de hablar en contra de temas como el aborto o el matrimonio igualitario.

Como suele suceder en estos grupos, la moderación era endeble, y buscaba hacer resonar sus ideas con acciones coordinadas: denunciar contenidos de Tiktokers feministas, tirar páginas, spams y trolleo en general. Mucho tráfico para la aplicación. Con esta sinergia –parecería- virtuosa se mantuvo un acalorado debate en la plataforma, pero de la nada, por moderación un poco y quizá, por lo absurdo de sus ideas y el rechazo de la comunidad en general cuando salieron a la luz algunas de sus conversaciones, este movimiento perdió seguidores. Vinieron olas y resurgimientos con figuras como la de Emmanuel Danann a darle un “refresco”, pero nada del alcance de los primeros. Hoy, la mayor parte del activismo antifeminista es un esfuerzo centralizado de sujetos que capitalizan el discurso antifeminista, clips sacados de vídeos con títulos tan grandilocuentes como el siguiente:



“Feminismo e ideología de género destrozados en 2 preguntas”, son comentados por hordas de seguidores de estas teorías conspiracionistas que le siguen el juego a este creador de contenido.

Esta “ola” antifeminista en Tiktok se podía ver gracias al algoritmo, si empezabas a interactuar con estos contenidos, tarde o temprano podías toparte con un vídeo de

“refutando al feminismo en 30 segundos”, y puede bien ser que uno se haya alarmado, pero juzgando por lo que ha pasado en los siguientes meses, parece que sus vídeos no son los más populares aún dentro de la temática, ni figuran lo suficiente en el resto de la población quiénes probablemente están viendo vídeos de bailes, sin embargo, aunque algunas de sus amenazas y denuncias tuvieron cierta repercusión en algunos otros medios, no fueron estos quiénes lograron resaltar como figuras públicas, personajes como “Tomás el incrédulo” creado por Herly RG:

Captura de imagen 4. Ejemplo de personaje que parodia el antifeminismo (2020)



El personaje de Herly, Tomás, era una burla a los jóvenes anti feministas que exhibía los puntos flacos en los discursos machistas (Rodriguez, 2020). En ese entonces, la conversación parecía tratarse de “Quién tiene las ideas más ridículas”, un intento de ridiculización disfrazada de objetividad por parte de los grupos antifeministas como vimos con personajes como Androide 18 y Dioses del Olimpo, contra la comedia de Herly RG y numerosos esfuerzos de creadores de contenido por desinflar las noticias falsas o mal intencionadas que uno podía toparse en Tiktok, utilizando sus propias experiencias, explicando, o directamente desmintiendo las noticias falsas.

Comunicar los sentires y pensamientos privados en Tiktok genera diversas reacciones emocionales que varían en intensidad, entre ellas, podemos encontrar usuarios que debaten sobre cuestiones públicas en la caja de comentarios de esta plataforma: si tal publicación está bien o mal, si se está en acuerdo o desacuerdo, si se exagera o se está siendo negligente con tal o cual cosa particular entre otras cosas.

En algunas ocasiones, la urgencia por comentar un contenido con una idea particular reduce las posibilidades de darse a entender o detenerse a escuchar al otro. Estas expresiones se posicionan respecto de un otro que puede ser una persona, una idea, o tan solo una parte de una idea. Además, las limitaciones en caracteres o formatos para comentar limitan la capacidad de expresarse sobre los temas. Facebook fue una de las primeras plataformas centradas en hacer redes de personas, con un formato que incluía texto pero que legitima estos mismos con las biografías de los usuarios que comentan, pero fue Twitter quién tomó notoriedad por como conectan una red muy particular de personas quiénes no necesariamente tienen que revelar su identidad, al basarse en mensajes cortos de puro texto podían retomarse fácilmente para replicarlos en algún lado mediante una screenshot. Tiktok parece haber recuperado esta fórmula de mensajes cortos, pero en vídeo, una tecnología que no podría haber sido posible hace diez años y que vino de la mano del aumento de la capacidad de las redes de telecomunicaciones para subir y descargar datos.

La plataforma Tiktok condensó lo mejor de dos mundos de comunicación: el mensaje y la imagen que legitima los discursos. Con una plataforma que genera vídeos cortos que educan a los usuarios sobre cómo se deben llevar a cabo ciertos bailes, cómo se aprecian ciertas obras, cómo se hace un pastel y cómo se lleva a cabo el activismo. Recientemente, para los usuarios de más de mil seguidores, se aumentó el tiempo límite por vídeo a 10 minutos, recurso que pocos usan, pues Tiktok fue específicamente diseñado para tomar de 15 a 60 segundos de tu atención por vídeo pero que definitivamente amplió el mercado y ahora supera incluso a google como el sitio más buscado (*TikTok reemplaza a Google como el sitio más visitado*, 2021). Lo que en un principio era una plataforma para compartir experiencias, parece estar teniendo un impacto mucho más grande.

Una forma de expresar ideas que generen interacciones en las diversas plataformas digitales, es apelando a lo que a la otra persona pueda molestarle. Las expresiones de odio son un fenómeno bien reconocido en la vida pública, pero es en las redes sociales dónde el fenómeno recientemente ha tomado protagonismo. Dejan rastro discursos de desprecio por parte de usuarios que comparten en línea opiniones que desvalorizan,

denigran o son directamente ofensivas sobre los contenidos a los que son expuestos, esto es más común encontrarlo en comentarios que en video. En un estudio en Twitter Berger-Correa, Ringrose, Xie y Cambazoglu (2022) mapean lo que llaman “trolleo de género en red”(p. 4) al encontrar un comentario negativo sobre un ejercicio artístico que involucraba vulvas de plastilina, el comentario llegó a crear 200 000 interacciones que las autoras dicen “fueron generadas a través de una sobre carga de comentarios negativos” (Berger-Correa et al., 2022, p. 4) , fueron hombres quiénes mayoritariamente tomaron el ejercicio como burla y se retuitearon a sí mismos mientras compartían sus comentarios que demeritaban de diversas formas el ejercicio pedagógico de la profesora de arte.

También en el estudio de Xie, et. Al. (2022) reconocen la coyuntura de la pandemia como una agravante porque -parafraseando a Crociani-Windland y Yates (2020)- “ha intensificado las desigualdades y ansiedades ya existentes vinculadas con la precariedad y la incertidumbre, que puede ser descargada defensivamente como intento violento de aferrarse al Status Quo (Crociani-Windland & Yates, 2020, p. 117). En México, la organización “Luchadoras” ha identificado que el traslado de actividades cotidianas, debido al confinamiento, a plataformas digitales “han derivado paralelamente en un traslado de la violencia a estas plataformas” (Violencia Digital, 2020). La OMS, ha advertido de este aumento, no solo en América Latina y el Caribe, sino también en el mundo: “tanto en China, como en Italia o España, se ha registrado un aumento de casos de violencia de género (Muñoz, 2020)”. La violencia digital es una extensión del machismo sistémico e histórico hacia las mujeres que ahora sucede a través de medios digitales (Violencia Digital, 2020).

Una de las plataformas que recientemente tuvo su boom es Tiktok, una aplicación que como hemos visto antes, fue diseñada para celulares en la que los creadores de contenido comparten videos, desde trends (video-discursos musicalizados de moda) hasta historias personales en las que exponen a su audiencia diversas temáticas, desde tópicos derivados de videos musicales, hasta anécdotas de sus biografías (experiencias de vida propias o de alguien más). En marzo de 2020 Tiktok fue la aplicación más descargada en el mundo (Chen, 2020) impulsada por el confinamiento durante la

pandemia de COVID-19, sus descargas entre marzo y junio de 2020 aumentaron un 5900% (El Economista, 2021).

3. ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS

Este estudio contempló un análisis descriptivo, cuantitativo y cualitativo, de posicionamientos u orientaciones de videos populares que utilizan el #feminismo, de la participación de usuarios por sexo así como otros hashtags que se asociaron a la conversación. También contempló el análisis de comentarios de disidencia de varones para identificar proporciones y características de actos de violencia digital. En este capítulo, se expone la conformación del corpus de análisis a partir de dos momentos coyunturales de captura de información en la plataforma TikTok, así como la estrategia de análisis implementada.

3.1 LAS COYUNTURAS ASOCIADAS AL #FEMINISMO Y LA TEMPORALIDAD DE LAS MUESTRAS DE VIDEOS Y COMENTARIOS

En esta tesis se tuvieron dos periodos de capturas de datos asociados con dos coyunturas públicas de cuestiones vinculadas al feminismo. Se seleccionaron 100 videos que utilizaran el #feminismo, 50 fueron capturados en un momento coyuntural posterior a las marchas feministas del 8 de marzo del 2020 y los otros 50 meses después del feminicidio de Debanhi Escobar en el estado de Nuevo León, México. La captura de los comentarios a los videos cortos considerados en este estudio tuvo un tope de 2500 comentarios en cada momento de levantamiento acorde con las coyunturas mencionadas, para un total de 5000 comentarios capturados. De este modo, se constituyó un corpus de análisis compuesto por cien videos y sus respectivos cinco mil comentarios realizados por usuarios de cualquier sexo.

Enseguida se muestran algunos datos de las coyunturas feministas que fueron consideradas como relevantes en la discusión mediática, analógica y digital, y que marcaron la captura de videos y comentarios asociados con el #feminismo.

- 1) Muestra de videos con #feminismo en la coyuntura de las marchas del 8 de marzo de 2020

Las marchas feministas del 8 de marzo de 2020 han sido de las más concurridas en todo el país “Como nunca antes, una potente marcha de mujeres lanza el grito contra el

machismo y la violencia feminicida” dice el titular de *Animal político* de ese día, pues asistieron miles de mujeres para conmemorar el Día Internacional de la Mujer y exigir un alto a la violencia de género en conjunto con familiares de víctimas de desaparición forzada y feminicidios, entre los que destacaban los feminicidios de Ingrid y Fátima apenas unos meses antes. Estos acontecimientos generaron una ola de discusiones públicas, sobre todo en redes sociales, en torno al feminismo, las protestas feministas y los actos de intervención de monumentos y espacios públicos, calificados por algunos como “vandálicos”. En la marcha de la Ciudad de México, sobre todo, hubo disturbios, destrozos y pintas, enfrentamientos con policías y grupos de conservadores o infiltrados, lo que desató una metacharla sobre algunos aspectos de la lucha feminista, así como fue un pretexto para las reacciones masculinistas y posicionamientos antifeministas. La fecha del levantamiento de la muestra fue casi tres meses posteriores al 8 de marzo por lo que si bien la discusión continuaba, no constituyó el momento más álgido de las disputas en redes sociales. No obstante, si permitió observar cómo es que la discusión se mantuvo, cómo fue la participación masculina y qué tan violenta fue.

2) Muestra de videos con #feminismo en la coyuntura del feminicidio de Debahni Escobar (abril de 2022)

La desaparición y muerte de Debahni Escobar el 8 de abril de 2022 fue un “suceso mediático” porque el caso estuvo envuelto en contradicciones, inconsistencias y manipulaciones de la fiscalía de Nuevo León para hacer pasar su muerte como accidental. La viralidad de este caso comenzó con su desaparición y con una foto de ella sola por la carretera en la que aparentemente fue dejada por un taxi (BBC News Mundo, 19 de julio 2022). Este caso desató múltiples discusiones en redes sociales en las que los participantes podían focalizar la atención en la víctima, los padres y las amigas para identificar culpables, mientras otras estaban orientados a discutir los informes de la fiscalía, los videos que se filtraron, los testimonios, las autopsias, las declaraciones de los padres, de muchos otros agentes públicos y otras voces que se sumaron a dar su interpretación de alguna parte de los hechos.

En el marco de esta coyuntura mediática, se identificaron los 50 videos con más reacciones al momento de la captura de estos datos (entre el 22 de junio y el 30 de junio

2021) con el #feminismo. En este sentido, podemos afirmar que las muestras obtenidas son pequeñas (smallN en contraposición al bigdata), obtenidas a través del buscador de la misma plataforma, cuyos contenidos fueron compilados manualmente en una base de datos de videos y comentarios que fue codificada en Atlas.ti.

En resumen, en conjunto se consideraron 100 videos y fueron analizados de manera general para identificar su orientación o posicionamiento a favor, en contra, o neutro, frente al #feminismo. Por otra parte, se registraron cerca de 5000 comentarios de estos videos para identificar las proporciones de participación por sexo, así como relacionar los comentarios masculinos con la expresión de disidencia y actos de violencia digital. Todo esto se explica de manera más amplia en la siguiente sección.

En internet los usuarios más que consumidores, son productores e intérpretes (Londoño, 2012, p. 153), por lo que sus interacciones nos dan una idea de “la visión subjetiva que los sujetos tienen de la realidad circundante” (Londoño, 2012, p. 153), en este caso, de lo que les interpela de los discursos mostrados a través del hashtag #feminismo, por el énfasis que ponen a sus palabras, la frecuencia con la que interactúan y los temas con los que interactúan, “no creo que pueda existir ninguna experiencia de pensamiento sin experiencias personales” (Arendt, 2002, p. 100), lo que encontramos al entrar al ciberespacio, son sujetos que utilizan sus computadores para expresarse, dejando en el camino, un rastro que puede leerse en la memoria a través de directorios virtuales que nos cuentan los sentires de hombres que en este caso, disienten del feminismo.

Esta investigación pretende explorar el mundo de los comentarios y videos en Tiktok, tomando en cuenta los 50 comentarios más populares de los 50 videos más populares en meses posteriores de cada coyuntura: la primera después del 8 de marzo de 2020 y la segunda junio de 2022 dos meses después del feminicidio de Debanhi Escobar, para dar un total de 100 videos capturados en archivos de Excel y 5000 comentarios capturados copiados en archivos de Word para su comparación y posterior análisis, de manera que se pueda observar la evolución en la conversación a través de la comparación tanto cuantitativa en lo posible, como en la cualitativa de las dos coyunturas.

3.2 LA ESTRATEGIA DE ANÁLISIS

La estrategia de análisis contempló la ponderación de distintos elementos asociados con las muestras de videos y de comentarios: hashtags, usuarios y comentarios.

En primer lugar, se analizaron los hashtags con los que los usuarios identificaron los videos considerados en las muestras a partir de nubes de palabras. Con las nubes de palabras se pudieron identificar los hashtags que creadores de contenido asociaron con el de feminismo, también se cargaron los comentarios de participaciones masculinas que interactuaban en estas conversaciones. En este análisis de manera particular se profundiza en la convergencia del #feminismo con los #feminista o #feministas.

En segundo lugar, los videos fueron clasificados en función de su posicionamiento con respecto al feminismo, considerando tres categorías principalmente, a favor, en contra y neutros (asociados a temas de salud o sin relación alguna al feminismo).

En tercer término, se identificaron los comentarios provenientes de perfiles de varones para ser analizados en términos de expresiones de disidencia y/o violencia.

Como podrá notar el lector, una parte del análisis estuvo focalizada, haciendo zoom, en los comentarios de disentimiento de los varones en videos a favor, en contra o neutrales etiquetados con #feminismo. Este análisis fue necesario para descubrir las formas de disentimiento de los hombres cuando participan de discusiones en torno al feminismo, así como para identificar en qué proporciones expresan violencia digital y que formas adquiere. A diferencia de otras investigaciones, cuyo foco está en el comportamiento mayoritario o más frecuente, en esta tesis una parte tiene como foco la participación minoritaria de hombres que disienten en comentarios en videos marcados con el #feminismo.

3.3 EL ANÁLISIS DE COMENTARIOS MASCULINOS DE DISENTIMIENTO

Este estudio propuso centrarse en observar las reacciones que podrían asociarse con algún tipo de disentimiento, trata de focalizar aquellos comentarios que muestren violencia de alguna índole en un debate en torno a un tema expuesto o relacionado al

hashtag #feminismo. La muestra está conformada primeramente por usuarios hombres que emitieron comentarios en publicaciones en video marcadas con el hashtag #Feminismo que muestran en la caja de comentarios, disensos mediante insultos (despersonalización del usuario o palabras ofensivas), énfasis (uso de mayúsculas, reiteración de ideas), ridiculizaciones (falsa asociación), sarcasmos (expresan una idea ya descrita agregando elementos exagerados), discursos de odio (niegan derechos o sugieren que no deberían existir tales), incitaciones a la violencia o al desprecio (sugieren que las violencias expresadas son legítimas).

En el caso de sumar seguidores a ideas políticas y formar cuadros de pertenencia más o menos homogéneos, pareciera ser que son precisamente los mensajes violentos los que más exposición tienen, al menos en twitter; durante el referendo Catalán, en Cataluña, España, Jiménez-Zafra et al. Observaron que “la negatividad incrementa la viralidad de un tuit en el contexto del referéndum Catalán, mientras que la positividad la decrece” (Jiménez-Zafra et al., 2021).

3.4 FASES DE INVESTIGACIÓN Y ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS

3.4.1 Fase exploratoria a partir de la etnografía digital.

Aunque los sentimientos y experiencias forman parte del ser humano, no siempre son el centro de las investigaciones. En “Etnografía Digital” de Sarah Pink y compañía, uno de sus ejemplos hace énfasis sobre las formas en las que distintas tecnologías crean “formas de intimidad” (Pink et al., 2019, p. 52) por medio de los sonidos. La personalización, tipografías o sonidos específicos, crean ambientes propicios para los intercambios produciendo entre otras cosas, expectativas sobre lo público y lo privado, Este tipo de etnografía fue importante sobre todo en la primera fase de la investigación que me permitió reconocer perfiles, tribus o grupos digitales, íconos, avatares, consignas y frases asociadas con el antifeminismo en TikTok, Los hallazgos de esta fase permitieron contextualizar el fenómeno, así como identificar tendencias en las expresiones de violencia digital contra el feminismo. Los resultados se presentaron en partes del capítulo 2 con el objeto de datar y profundizar sobre la presencia del antifeminismo, en la plataforma estudiada..

3.4.2 Fase de navegación a través de hashtags

En esta investigación se navega en la conversación a través de las etiquetas que los mismos usuarios usan en sus publicaciones, de manera que quede claro que el interés de las y los usuarios en redes específicas dentro de Tiktok. Tomando en cuenta creadores de contenido específicos que estén a favor tanto como a los que estén en contra y viendo las interacciones que se propiciaron a partir de sus tiktoks, podemos darnos cuenta de qué tipo comentarios propician en uno y otro bando.

La diferencia anterior (entre comentarios a favor y en contra) podría suscitarse en una discusión si tomamos las interacciones y comentarios como debates, los indicadores podrían fijarse en: “a favor o en contra” que son los más importantes a la hora de posicionarse en estas interacciones. Siguiendo a Hine, buscaríamos “cómo se integra la necesidad del performance en su esquema de valores culturales” (Hine, 2004, p. 83), la necesidad tanto de defender como de atacar temas relacionados al feminismo. Sin embargo, como veremos más adelante, es importante mencionar que en la bibliografía y los casos revisados como el de Herly, encontramos violencias. En tal caso debemos echar mano de los valiosos roles que se mencionaron anteriormente en Moretti y Herkovitz (2019) donde los sujetos vistos a través del interaccionismo toman los roles de víctima, victimario y espectador. Al estar presente la violencia, estas diferencias toman relevancia pues, como veremos más adelante, aunque la violencia es una actividad minoritaria, sus consecuencias son siempre desdeñables y en la mayoría de los casos constituyen delitos, por lo que esta investigación se propone también poner atención en los comentarios que propongan la violencia como solución a ciertas discusiones sobre género, sexo o algún tema relacionado al feminismo.

3.4.3 Fase del análisis de contenido de videos y comentarios

Se realizó un análisis de contenido mixto, en el que se contabilizaron los segundos, likes, comentarios y compartidos así como la duración de cada vídeo. Al mismo tiempo en que se intentó mostrar cualitativamente las características de los comentarios y la idea de los videos a manera de ejemplos así como tomar los más populares elegidos por las mismas personas que interactúan, pues una vez colocadas ciertas ideas, se retroalimentan entre sí creando las “discusiones”.

El análisis de contenido contempló la identificación de los siguientes elementos:

1. Orientación a favor o en contra de los videos etiquetados #feminismo, los videos fueron clasificados en función de su posicionamiento con respecto al feminismo o temas asociados al mismo, considerando tres categorías principalmente, a favor, en contra y neutros (asociados con temas de salud o sin relación al feminismo).
2. Se capturó una breve reseña que expone lo que los tiktokers presentan en cada vídeo, así como sus usuarios.
3. Orientación a favor o en contra de los comentarios en los videos etiquetados #feminismo o con alguna idea afín. Los comentarios exponían posturas no explícitas que utilizaban formas de disentir que demeritaban en algún sentido los temas que tratan los tiktokers y en algunos casos los apoyaban.
4. Identificación de los comentarios masculinos. Para la identificación del sexo se consideraron elementos como el nombre de usuario, la foto de perfil y la forma en que se refiere a sí mismo en sus participaciones. Los comentarios que no fue posible determinar el sexo del usuario fueron eliminados del análisis.
5. Identificación de los comentarios masculinos de disentimiento. Se identificaron los comentarios provenientes de perfiles de varones para ser analizados en términos de expresiones de disidencia y/o violencia.
6. Clasificación de los comentarios masculinos de disentimiento en función de cualidades sobresalientes del texto. Los comentarios que se repetían tomaban la forma de consignas e identifican a usuarios que son parte de un grupo.
7. Relaciones entre hashtags. Se analizaron los hashtags con los que los usuarios pretendieron identificar los videos considerados en las muestras a partir de nubes de palabras. Con las nubes de palabras se pudieron identificar los hashtags que convergieron con el de feminismo, así como se pudo ilustrar el tipo de participaciones masculinas que toman una forma violenta. En este análisis de manera particular se profundiza en la convergencia del #feminismo con los #feminista o #feministas que hacía los ataques más personales y especial negatividad o violencia.

En este análisis se recurrió a la estadística descriptiva básica, así como a una interpretación directa de los datos cualitativos. Se utilizó el programa atlas ti para codificar los videos y los comentarios, así como para crear nubes y árboles de palabras.

4. LA VIOLENCIA DIGITAL DE LOS VARONES FRENTE A VIDEOS CON EL #FEMINISMO EN TIKTOK

Los hallazgos de esta investigación se presentan en dos grandes secciones. La primera recupera los resultados de analizar el contenido de los cincuenta videos y comentarios vertidos en el marco de la coyuntura del 8M de 2020. La segunda retoma lo observado a partir de los cincuenta videos y comentarios obtenidos bajo la coyuntura del caso de Debahni Escobar en 2022. Recordemos que la muestra total de videos fue de 100 videos contando ambas coyunturas.

En conjunto se pudo observar que, en el contenido de los videos considerados en esta tesis, se hacen notar temas como la sexualidad femenina y las violencias sexuales. Se muestra interés en cuestiones como el orgasmo femenino, el placer sexual, los mitos de la virginidad, entre otros (sobre todo por la popularidad de una creadora de contenidos en particular). Pero por encima de todo se denuncian experiencias de acoso sexual, secuestro, violación, hipersexualización y abuso sexual (esto a partir de diversos creadores de contenido) lo cual es más notable, aunque no únicamente, en la segunda coyuntura después del caso de Debanhi Escobar, donde abundan los videos de defensa personal, consejos para salir a la calle y muestras de apoyo a estas posturas.

En términos de ideología feminista, sobresale la contranarrativa del machismo cotidiano, denunciando actitudes o comportamientos de varones cercanos o de productos mediáticos. Y finalmente, destacan contenidos en los videos de defensa de la protesta feminista, de la iconoclasia. De todos estos temas, los que más desatan debates o polémicas antifeministas son estos últimos, que parecen tener características especialmente urgentes o propensas a ser defendidas por representar “excesos” que van en la línea de los tópicos con los que se le quitan méritos y legitimidad al movimiento feminista en la imaginación de estos hombres que disienten de maneras distintas según el vídeo se producido por un hombre o una mujer, estas distinciones son tanto temáticas cómo de intensidad en la violencia, contra los hombres se disiente con base en una narrativa de desencanto mientras que en los vídeos de mujeres en lo que se encuentra gran número de disentimientos masculinos podemos encontrar incluso violencia.

4.1 EL PREDOMINO DE CONTENIDOS A FAVOR DEL #FEMINISMO

Como se puede ver en la tabla número 4 que relaciona la mayor parte de los videos considerados en esta investigación, la mayoría expone una causa a favor del feminismo de manera clara en sus contenidos, sea con denuncias, críticas o recomendaciones para prevenir el abuso sexual, el machismo, la cultura de la violación, la violencia física, los derechos de las mujeres, combatir las desigualdades, desmontar mitos sobre la virginidad o el orgasmo femenino, la hipersexualización femenina, y contranarrativas al masculinismo o antifeminismo.

Tabla 4. Videos con el #feminismo asociados a las coyunturas del 8M y del caso Debahni por orientación o posicionamiento (frecuencias)			
Posicionamiento	Videos # feminismo coyuntura 8M	Videos #feminismo coyuntura Debahni	Todos
	f	f	f
A favor	33	42	75
En contra	5	2	7
Neutros	12	6	18
Total	50	50	100

Elaboración propia con información de: <https://giovannimontesdeoca.medium.com/top-50-de-videos-con-el-feminismo-32df7c3d87ab>

Con respecto a los videos en contra del feminismo, encontramos sobre todo contenidos tendientes a negar las causas feministas bajo la figura retórica de “a los hombres también (nos matan, roban, acosan)” o a criticar el lenguaje inclusivo. Finalmente, entre los videos que fueron considerados como neutros se incluyeron videos de animales, de educación

sexual o de denuncias que no tenían que ver con el gran tema del feminismo. En estos últimos el #feminismo se utiliza solo con el fin de atraer vistas o aprovechar la exposición que genera el tráfico del hashtag.

El #feminismo se usa sobre todo a favor de causas feministas, aunque en menor medida también se recurre a él para polemizar dichas causas o para pretender llegar a un público femenino a través de la etiqueta.

Tabla 5. Ejemplos de videos con el #feminismo considerados a favor, en contra o neutros					
A favor		En contra		Neutros	
Usuario	Temática	Usuario	Temática	Usuario	Temática
alejandrakba	"Exponiendo a mi familia machista parte 1"	dr.goku.oficial	"y aun así las mujeres quieren ganar lo mismo" Comparativa de la carrera de un hombre y una mujer contra un auto deportivo	@nosoycarolina	"¿Cómo hago para durar más" dirigido a hombres
614magic	Rap contra la narrativa de "a los hombres también nos pueden robar en la noche"	juanbethencourt	Actuación sobre chiste de "cafetería feminista" a lo que el hombre pregunta "quién lava los platos" y ríe	@justyoss	"¿Quieren ver como barbara de regil me chantajeó?" Expone audios por chantaje
ananat19	"narrativa de precauciones que toman las mujeres al salir de casa contrapuesta a noticias de feminicidios con esa condición"	XOREM69	"Respuesta de audio a video de mujer que replica a los hombres que buscan culos grandes de qué tamaño tienen su miembro"	freestylenx	"batalla de freestyle donde una chica responde que sabe valorarse y no tiene por qué aguanta a un pendejo y una zorra"

fcmonlaferte	"vivir quintana Canción sin miedo ft Mon Laferte"	elandrewww	"videorespuesta a premisa de matrimonio patriarcal contestada con sarcasmo	florencia.gillot	"experiencia con copa menstrual"
--------------	--	------------	---	------------------	--

4.2 LA PARTICIPACIÓN POR SEXO EN LOS COMENTARIOS DE VIDEOS DE TIKTOK CON EL #FEMINISMO

En la tabla número 6 podemos ver que las mujeres son las protagonistas en la participación en la caja de comentarios de los videos considerados en este estudio, sobre todo en los videos a favor del #feminismo. Si bien no fueron analizados como tales los comentarios de las mujeres, sí se tuvo cuidado de observar aquellos que disienten del #feminismo entre los que no se encontró ninguno. Se pudo observar que en lo general son comentarios de apoyo o consentimiento al tema o a la causa sobre la que versan los videos. Los videos clasificados como neutros y en contra del feminismo, por otra parte, se posicionan también más comentarios de mujeres que de hombres, aunque en proporciones muy menores. La participación de los hombres como comentaristas de videos con el #feminismo, por otra parte, se encontraron con más frecuencia en los videos a favor, que en los de en contra o neutros.

Tabla núm. 6 Distribución de comentarios en videos #feminismo por coyuntura, orientación y sexo (frecuencias)				
Videos	Usuarios	Comentarios en videos #feminismo coyuntura 8M	Comentarios en videos #feminismo coyuntura Debanhi	Todos
A favor	Mujeres	1236 (49.4%)	1756 (70.2%)	2992 (59.8%)

	Hombres	414 (16.5%)	344 (13.7%)	758 (15.1%)
En contra	Mujeres	125 (5%)	76 (3.0%)	201 (4%)
	Hombres	125 (5%)	24 (0.9%)	149 (2.9%)
Neutros	Mujeres	452 (18%)	237 (9.4%)	689 (13.7%)
	Hombres	148 (5.9%)	63 (2.5%)	211 (4.2%)
	Todos	2500 (100%)	2500 (100%)	5000 (100%)

Elaboración propia con información de: <https://giovannimontesdeoca.medium.com/top-50-de-videos-con-el-feminismo-32df7c3d87ab>

La desproporción entre comentarios femeninos y masculinos mejor posicionados es más aguda en los videos que temporalmente están ligados al feminicidio de Debahni que en los videos asociados con la coyuntura del 8M, lo que significa que más personas interactuaron con las posturas expuestas por mujeres que en las que proponían los hombres como se puede ver en el cuadro núm. 2. La diferencia entre el porcentaje de usuarios femeninos y masculinos que comentaron en videos a favor es de poco más de 30 puntos en la coyuntura temporal asociada al 8M, mientras que esa misma diferencia en los videos asociados temporalmente a la coyuntura de Debahni es de 56 puntos porcentuales. Con estos datos, podemos afirmar que los comentarios masculinos en los videos obtenidos en la coyuntura temporal del 8 de marzo contrastan menos con los generados por las mujeres.

Los usuarios masculinos representan un grupo minoritario de participantes en discusiones etiquetadas con #feminismo, como se pudo ver en la tabla número 6. No obstante, la hipótesis de esta tesis, es que son más impactantes, llamativos, recordables, porque son ellos quienes mayoritariamente disienten en contenidos a favor del feminismo y quienes intervienen con actos de violencia digital. Recordemos al lector, que una parte de este estudio está focalizado en los comentarios de disentimiento de usuarios hombres frente a videos con el #feminismo.

Aunque las interacciones con comentarios masculinos conformen una pequeña parte del total de comentarios en torno a los videos más populares (top 50), son un objeto de análisis relevante para identificar las características cualitativas de su participación por cuanto agrupan también likes y comentarios de respuesta que revelan interés de algún tipo. Los comentarios fueron distinguidos por su posicionamiento general en un sentido contrario al del #feminismo a través de expresiones de disidencia. Se distribuyeron de acuerdo con la tabla número 7:

Tabla núm. 7. Distribución de comentarios masculinos en videos #feminismo por coyuntura y tipo (frecuencias y porcentajes)							
Videos #feminismo	Tipo de comentarios	Comentarios en videos #feminismo coyuntura 8M		Comentarios a videos #feminismo coyuntura Debahni		Todos	
		f	%	f	%	f	%
A favor	Generales	225	32.8	220	51.0	445	39.8
	Disidentes	189	27.5	124	28.8	313	28.0
En contra	Generales	72	10.5	13	3.0	85	7.6
	Disidentes	53	7.7	11	2.6	64	5.7
Neutros	Generales	127	18.5	47	10.9	174	15.6
	Disidentes	21	3.1	16	3.7	37	3.3
Totales	Generales	424	61.8	280	64.9	504	63

	Disidentes	263	18.3	151	35.1	314	37
	Todos	687	100	431	100	1118	100

Elaboración propia con información de: <https://giovannimontesdeoca.medium.com/top-50-de-videos-con-el-feminismo-32df7c3d87ab>

Una vez que situamos la proporción de comentarios de varones dentro del conjunto general global que generaron las dos muestras de videos consideradas en este estudio, podemos afirmar que el #feminismo interpela principalmente a las mujeres, quienes generan más interés en participar como comentaristas. Por otro lado, el interés en las participaciones de varones es mucho menor pero no por eso es poco relevante. En sus comentarios pudimos identificar expresiones de antifeminismo y violencia digital a través de algunas formas discursivas, como se verá enseguida.

Si focalizamos la mirada, o hacemos zoom, solamente en los comentarios masculinos (n=1118), podemos observar que casi 3 de cada diez expresa disidencia frente al contenido de videos a favor del #feminismo (28%), cifra que disminuye a menos de uno de cada diez para el caso de comentarios en videos en contra (5.7%) o neutros (3.3%). El mayor interés de comentarios masculinos disidentes en videos en contra del feminismo se produjo en los comentarios de los videos obtenidos en el marco temporal del 8M (7.7%), disminuyendo en el marco temporal del caso de Debahni (2.6%). Quizá esto se deba a que el marco del 8M incentiva más la polémica y los antagonismos, que fueron impulsados por grupos con consignas antifeministas que legitiman y envalentonan a los jóvenes para emitir sus opiniones con la escasa información que tienen en contra de las consignas de grupos feministas, aunque no podemos decir que sea lo único, pues como se mencionó en el capítulo 2, hay olas de odio notables provenientes de países anglosajones así como las provenientes de España, que tienen tintes claramente políticos con miras a elecciones y alternancias en los poderes. También está la especial coyuntura de la pandemia que disparó los niveles de violencia en casi todos los ámbitos lo que quizá pudo haber elevado el tono de las discusiones. Lo que nos permitieron observar los datos de esta investigación, es que los comentarios masculinos de disintimiento tuvieron mayor presencia en videos a favor del feminismo cuyas creadoras

fueron mujeres feministas, muchos de los cuales pretenden poner en duda la narrativa feminista o imponer una contranarrativa como las que veremos a continuación.

Para este ejercicio, separaremos los comentarios en dos grupos: el primer grupo consiste en mujeres que se dicen feministas, que significa en nuestra investigación que usaron el #feminismo para señalar su video. El segundo grupo consiste en todos los hombres que hicieron un vídeo con el #feminismo. Si analizamos exclusivamente las reacciones de varones en las dos coyunturas consideradas en esta tesis, encontramos un porcentaje alto de disenso, tanto en las cajas de comentarios de videos clasificados a favor o en contra.

La siguiente tabla muestra los videos producidos por hombres que disienten del #feminismo en la coyuntura 8m y el total de hombres que comentaron esos videos por un lado a favor y por el otro en contra.

Tabla 8. Número de vídeos producidos por hombres en la coyuntura post 8M y frecuencias de comentarios de hombres en ellos.			
Posicionamiento en vídeos	Núm	Comentarios de varones que disienten (f)	Comentarios totales de varones (f)
A favor	5	35	85
En contra	4	34	101
Total	9	69	186

Cómo se puede ver en la tabla 8, en esta sub muestra que cuenta solo los vídeos que fueron producidos por hombres en la coyuntura post 8M (recordemos que es dentro de los 50 vídeos con más reacciones y comentarios en el #Feminismo) están casi emparejados los resultados de 5 vídeos a favor y 4 en contra para un total de 9. Dentro del total de nueve vídeos se contabilizaron 186 comentarios de hombres, de los cuales 69 eran de disensos, representando un **37%** de esta submuestra.

En la tabla 9 podemos ver el ejercicio anterior, pero para los videos que fueron producidos por mujeres que usaban el #feminista en la coyuntura 8M. Se eligió esta característica porque se notó un especial enojo en algunos videos que usaban esta etiqueta. La etiqueta fue especialmente relevante porque dio continuidad al movimiento del 8 de Marzo a través de mujeres que están -de hecho- exponiéndose como militantes del movimiento feminista y no solamente por incluirse en la conversación feminismo. Así lo demuestran los temas que trataron en sus vídeos como experiencias de acoso en las calles a través de story times, denuncias de crímenes a través de redes sociales y crítica a algunos productos culturales como canciones que hablan de acoso o violencia contra las mujeres como son los siguientes títulos: "¿A los hombres también les pasa esto?" que narra distintas experiencias de acoso sexual, "Analizando perjurio de Romeo Santos" donde se analiza una canción que se menciona hace apología de la violación, "Exponiendo a mi familia machista parte 1" donde una chica hace un story time de una situación con un familiar, "¿Qué es el acoso sexual?" mostrado con un fragmento de serie donde hacen esta pregunta a un profesor en clase.

Tabla 9. Número de vídeos de mujeres producidos durante la coyuntura 8M que se identifican cómo feministas a través del #feminista, y frecuencias de comentarios de varones.			
Posicionamiento en vídeos	Núm	Comentarios de varones que disienten	Comentarios totales de varones
A favor	9	99	177
En contra	1	4	7
Total	10	103	184

La tabla 9 expone lo encontrado en la sub muestra de vídeos que fueron producidos por mujeres en la coyuntura post 8M. Aquí encontramos gran diferencia con 9 vídeos a favor y 1 en contra para un total de 10. Dentro del total de diez vídeos, se contabilizaron 184 comentarios de hombres, de los cuales 103 eran de disenso, representando un **51%** de los comentarios de hombres vertidos en esta sub muestra.

La diferencia en las posiciones tomadas en los vídeos es notable, 9 mujeres hicieron vídeos en favor del feminismo declarándose feministas, mientras que solo 5 hombres lo hicieron defendieron algún tema relacionado al feminismo y 4 lo hicieron totalmente en contra. En los comentarios los disentimientos también eran distintos, por ejemplo: en el vídeo con la posición 41 del anexo 1 es una canción que problematiza el asunto de “no soy homofóbico porque tengo amigos gay”, una figura recurrente, Este vídeo tiene 28 comentarios de disentimiento de los 33 que se pueden encontrar de hombres que entraron en los criterios de selección, el más violento dice “no sabía que la basura hablaba”, los demás parecen burlas, cómo “yo sí tengo papás”, “A cocinar ya”, “para eso estudio” entre otros.

En el caso de los videos producidos por hombres, el de @elpalitoman, que es un vídeo donde cada persona que comenta tiene la oportunidad de aparecer en su dibujo, los hombres que se encontraron ahí fueron 26, de los cuales 17 de ellos disentían, Un número alto para ser una propuesta lúdica. Lo que parece haberla encendido es la posición pro LGBT del autor quién se negó y contrarió la posición de un usuario que pedía “aparecer quemando la bandera LGBT”. El comentario más violento podría ser “yo sí quemaría la bandera gay porque no existe”, pero los que más se repiten son “Se me cayó un ídolo” y “seguidor menos”.

Aún en los disentimientos se encontraron diferencias, dependiendo si los autores de los vídeos eran hombres o mujeres. En esta tesis encontramos que cuando se trata de mujeres autoras en los vídeos, los hombres tienden a desestimar sus propuestas, tratándolas de irrelevantes y relacionándolas con falta de educación de la parte masculina. Mientras que al toparse con vídeos de hombres que defienden temas asociados al #feminismo, su reacción es más bien de decepción, autores que ven con buenos ojos en un principio son avisados de que ya no están en su gracia, que les dejarán de seguir y que de alguna manera ya se les ha identificado como personas que se encuentran en el lado equivocado al ser percibidos como hombres feminizados.

Hasta aquí fue lo que alcanzamos a vislumbrar en la coyuntura del 8M. Lo que sigue es lo que pudimos encontrar en la coyuntura Post Debanhi. La tabla 10 da continuidad al

ejercicio anterior de separar los vídeos de hombres y mujeres y ver los comentarios de los hombres en ellos:

Tabla 10. Número de vídeos producidos por hombres en la coyuntura post Debanhi y frecuencias de comentarios de hombres en ellos.			
Posicionamiento en vídeos	Núm	Comentarios de varones que disienten	Comentarios totales de varones
A favor	7	6	84
En contra	2	11	26
Total		17	111

En esta coyuntura se pueden notar dos cambios en la tendencia. Primero, que la diferencia entre vídeos a favor y en contra es notable, tanto en el número de videos como de comentarios de varones. General hay menos comentarios de hombres entre los más relevantes, para dar una notable baja de proporción de disentimientos, pasando del 37% a tan solo **15%**.

El comentario con mayor proporción de disentimientos y comentarios de hombres, vuelve a ser el del usuario @elpalitoman, pero ahora con solo 3 disentimientos de 10 comentarios de hombres. Para este momento, poco más de un año después, el comentario más violento dice: “puedo romper la bandera? solo pa hacer enojar a los cristales”; los otros dos tienen que ver con que ha caído de su gracia. Este vídeo en particular es un precedente interesante, porque pasó de un consenso negativo en los comentarios, con muchas participaciones de hombres, a un consenso positivo, con casi un tercio de ellas. Lo que sucede es que con el paso del tiempo más mujeres se interesaron por participar en este vídeo desplazando a los hombres en este ámbito. En general, podría ser un indicio de un cambio de opinión con el paso del tiempo.

La tabla número 11 analiza el mismo ejercicio, pero en el caso de los vídeos producidos por mujeres después de la coyuntura de Debanhi, una coyuntura que como vimos anteriormente, tiene la característica de centrarse en el tema de la seguridad:

Tabla 11. Número de vídeos producidos por mujeres en la coyuntura post Debanhi y frecuencias de comentarios de hombres en ellos.			
Posicionamiento en vídeos	Núm	Comentarios de varones que disienten	Comentarios totales de varones
A favor	11	60	103
En contra	0	0	0
Total		60	103

En el caso de las mujeres feministas encontramos que todos los posicionamientos son a favor. Con esto en mente, podemos ver que la proporción de comentarios de hombres y disentimientos aumentó al **58% (60 de 103)**, tanto con respecto a la coyuntura anterior que recordemos, era de 51%, como con lo que pasó con los hombres en esta misma coyuntura, que fue de 15%. En este caso no ocurrió el doble efecto que observamos en la tabla 10 para el caso de los videos producidos por hombres, donde hubo un doble desplazamiento, hubo menos comentarios de hombres que en la coyuntura anterior (de 186 a 11) y también menos disentimientos (de 69 a solo 17).

Para el caso de las mujeres sí bajó el número de participaciones respecto de la coyuntura anterior (de 184 a 103) pero **NO** cambió la proporción de disentimientos, ya que en la tabla 11 pudimos observar que aumentó. ¿Qué pasa aquí? Al hacer zoom en este caso, encontramos que hay 3 vídeos que jalan los porcentajes: Un vídeo de un feminicida que confiesa sus crímenes sin arrepentimiento con 9 disentimientos en 14 comentarios hechos por hombres; Un vídeo de experiencias de mujeres acosadas a diferentes edades con 11 de 12 hombres que comentaron; Y un vídeo donde dos mujeres cambian la letra de la popular canción de Los Ángeles Azules “17 años” para quitarle todas las connotaciones que tengan que ver con el abuso.

El vídeo del feminicida creo que es el más incomprensible: ¿qué se dice ahí en contra del feminismo? Desde el principio los comentarios con más reacciones advierten de lo que puede verse más abajo “No me creo los comentarios” dice una usuaria, los comentarios que más hacen apología a este caso dicen: “Que bien, ama a los perritos☐”, “es un villano de una historia mal contada”, “personas más pro del mundo:”, “que grande

el man”, “ese tipo es mi héroe”, “Fue épico mientras duró”, “así se habla don”, tremendo capo el pibe”, “Lo que hacen las mujeres para volverlo así, pobrecito”. Todos van en el mismo sentido de vanagloriar la acción del hombre.

Ya habíamos visto con Burrell (p. 36 de esta tesis) que los hombres aceptan la violencia en algunas ocasiones. En el tratamiento de la nota y los comentarios se puede observar una de ellas que explica de manera suficiente por qué algunos de los comentarios más misóginos e indolentes se vertieron en esta nota: el perpetrador sufrió violencia previa. En la narrativa del héroe una motivación principal es la supuesta justicia, al ser víctima en ocasiones anteriores, el héroe se hace justicia por mano propia. Quiénes ignoran o apoyan el contexto misógino de la narrativa podrían verse atraídos a comentar en este sentido. Este fenómeno solo pudo observarse en hombres. No encontré ningún de mujeres que hicieran apología en algún caso en los comentarios en el mismo sentido que lo hicieron los hombres.

En el caso del vídeo de las mujeres acosadas en diferentes etapas de su vida, donde 11 de los 12 hombres hicieron comentarios de disenso, la discusión siguió más o menos los siguientes términos. Frente a una pregunta directa “¿A los hombres también les pasa?”, la respuesta de los hombres fue “si a los hombres también nos pasa”, “si a los hombres le puede pasar”, “contexto: a los hombres también les pasa esto □”. Al ser una pregunta tan directa, si se ignora el contexto del vídeo que es que en todas las etapas de la vida ocurre y ocurre de manera indistinta a la edad y con mayor frecuencia a las mujeres, también se encontraron mujeres que responden a la pregunta afirmativamente.

Con todo esto en mente podemos decir que no ocurre un doble desplazamiento como sucedió con los videos de los hombres en las diferentes coyunturas porque, en primer lugar, hay una doble moral que ve los vídeos de hombres con unos ojos y los de las mujeres con otros. Lo peor, de acuerdo a nuestra pequeña muestra, que le pudo pasar a un hombre que disiente es que le dejen de seguir, lo feminicen o deje de figurar como un referente del tema. En las reacciones masculinas a los vídeos de mujeres se nota una actitud tendenciosa que favorece a criminales y a idearios misóginos que hacen apología

de la violencia. Lo peor que le puede pasar a una mujer cuando discurre sobre feminismo en Tik Tok es la recepción de incitaciones al odio y a la violencia.

En segundo lugar, a la luz de los vídeos analizados hay una opinión sesgada por hechos específicos que los hombres conceden en favor de sus congéneres, como lo es la historia personal, que no amenazan su existencia como lo hacen con la existencia de las mujeres. Los hombres con comentarios más misóginos vertidos en estas coyunturas demostraron ser más indulgentes con los hombres que con las mujeres. Pueden, por ejemplo, ignorar simplemente los posts de hombres dejándoles de seguir, pero jamás se expresaron así en un vídeo hecho por una mujer feminista. En nuestras muestras cuándo los hombres disienten: las contradicen, las ridiculizan, las violentan.

4.3 LAS DISIDENCIAS MASCULINAS Y SUS ACTOS DE VIOLENCIA DIGITAL

Analizando solamente los comentarios disidentes de usuarios varones (n=263) en el caso de la muestra de videos ligada al marco temporal del 8M podemos identificar que destacan por su carácter retador, a veces con violencia, pero sobre todo con la intención de hacer una broma de algunas de las consignas del #feminismo.

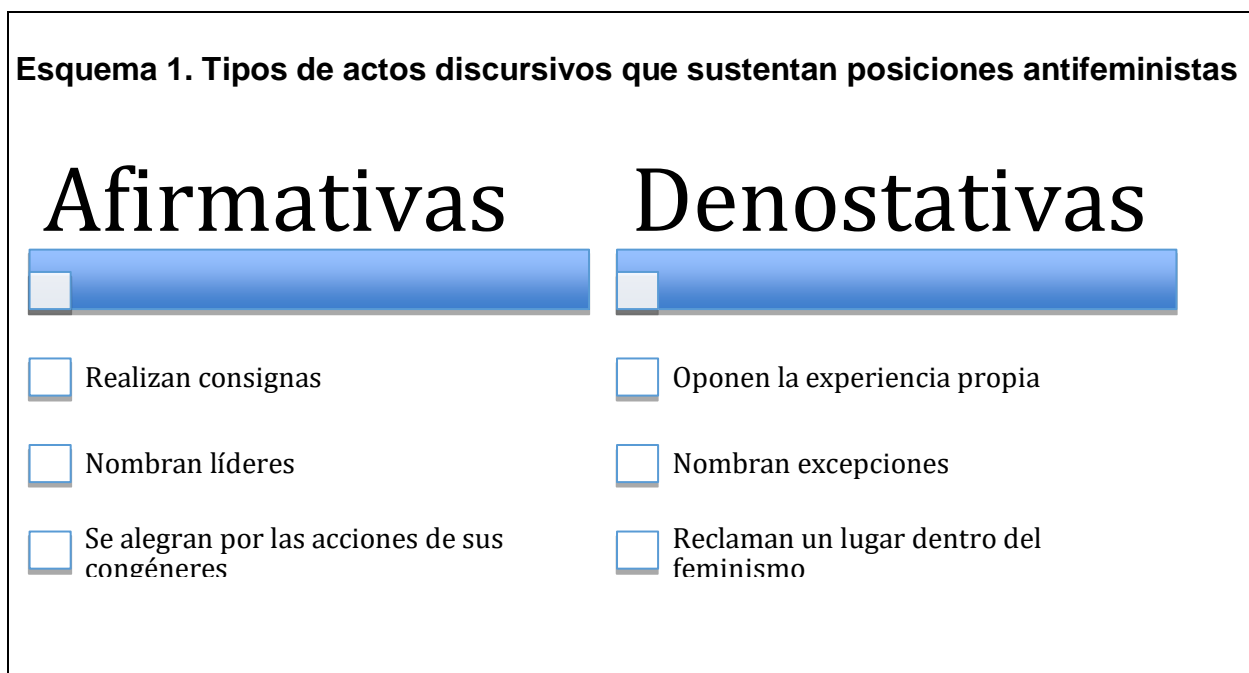
Si bien en este estudio se optó por no cuantificar la forma de violencia que expresan porque es muy difícil que cada comentario entre en una sola categoría, sí se identificaron formas violentas sutiles frente a otras más agresivas y hostiles, así como diferencias entre las intenciones mentadas, aunque comúnmente implicaban mezclas.

Las formas discursivas violentas que se pudieron identificar fueron la ridiculización, el sarcasmo, el insulto, la incitación a la violencia y el discurso de odio. Enseguida se presenta un cuadro con algunos ejemplos obtenidos de las muestras de comentarios que condensan algunas de las posiciones, discursos e intenciones que los hombres comentan al encontrarse videos marcados con el #feminismo en Tiktok:

Tabla 12. Ejemplos ilustrativos de formas discursivas violentas en comentarios de videos con #feminismo	
Actos de violencia digital	Ejemplos ilustrativos
Ridiculización	Desaparezcamos unos días a ver cómo se mantienen; Dicen ser feministas, solo se quejan; Ahí veo más hombres ayudando que feministas; sigo buscando quién te preguntó; vamos a cocinar YA; mesera tráigame un sándwich; mejor prepara la cena; no recuerdo haberte preguntado.
Sarcasmo	BRO la mejor parte es cuando le pongo pausa; Es mame... porque obvio no te IDENTIFICAS, verdad [SIC]; SALIR A PROTESTAR, YA SALVARON A LAS MUJERES;
Insulto	Como caer mal en un segundo; kE ez KhuLpa deH QOmo eSthava beZtida (que es culpa de cómo estaba vestida); No sabía que la basura habla; Pobre del wey que le toque hacer el mete y saca contigo.
Incitación a la violencia / contrastes narrativos	A nosotros nos mandan a la guerra a los 18; el punto es dejar en mal a los hombres; No al feminismo sí a la igualdad de género; es increíble que expongas a tu propia familiael #Feminismo = #Vandalismo; si hacemos un movimiento nos acusan de machismo; teoría todos somos violadores y asesinos; qué tiene que ver el tag del feminismo y la justicia; un hombre también puede ser secuestrado.
Discurso de odio	Arriba el machismo; Arriba el patriarcado; Cómo le explicamos que el feminicidio no existe; las feministas tóxicas que creen que las mujeres son lo mejor; nació hombre pero eso no asegura mi futuro; ni para hacer su propia marcha sirven;

Los actos de violencia digital que se manifiestan en estos comentarios ilustrativos de las disidencias masculinas frente a videos etiquetados con el #feminismo muestran con claridad ciertas tendencias. Por un lado representan acciones afirmativas, que apoyan o

soportan posiciones de sus congéneres probablemente por compartir fuentes que validan estas figuras recurrentes como la de que la existencia del patriarcado es de hecho benéfica para la sociedad en tanto representa un contra peso a los “abusos” de las feministas. Por otro lado, las denostativas, que demeritan o contradicen a sus distintos haciendo que hechos aislados parezcan la normalidad de manera que muestren supuestas inconsistencias restándole importancia al contenido:



En los posicionamientos antifeministas se realizan consignas tales como: “Viva el patriarcado”, “Viva el machismo”. También nombran líderes llamándoles “ídolos”, “pastores”, “patriarcas” y se alegran por las acciones de sus congéneres expresando apoyo a las acciones de agresores y victimarios. Todo lo anterior es sustancia del llamado “pacto patriarcal” que no cuestiona a los hombres ni se interesa por comprender la situación de las mujeres, muchas veces incluso con el peso de la evidencia. En las acciones denostativas encontramos en las que oponen la experiencia propia la narrativa de “A los hombres también nos pasa” que refiere comúnmente a experiencias como el acoso o la violencia, nombran excepciones que toman la narrativa desde “las verdaderas feministas” hasta “no todos los hombres son iguales”, todo esto en un reclamo por un lugar dentro del feminismo buscando “la verdadera igualdad”.

Una gran parte de estas acciones están orientadas a mantener a las mujeres en posiciones subordinadas de personas al servicio de otras personas, sin derecho a reclamar y con causas poco interesantes o exageradas. Otra parte, está dirigida a cuestionar con burla y sarcasmo los actos feministas y el movimiento en general, con lo que pretenden ligar el feminismo al sinsentido o lo absurdo. Esto último también parece feminismo, en las que se niegan los privilegios masculinos, las desigualdades de género, la legitimidad de las demandas femeninas y por supuesto, también las manifestaciones de discurso de odio en las que se atacan narrativamente los cuerpos y capacidades de las mujeres. Las expresiones de incitación a la violencia convergen plenamente con los discursos de odio y la polarización ideológica, la visualización de las mujeres como amenaza para los hombres, así como la victimización masculina que tiende a menospreciar las desigualdades y violencias históricas hacia las mujeres. Desde estas expresiones se alientan las visiones maniqueas, unilaterales y carentes de empatía hacia las mujeres.

El mismo tópico de la empatía se hace más notable en el coyuntura #PostDebanhi. En este espacio ya podemos ver con más claridad de qué va el apoyo de los hombres a través de sus comentarios: "tengo una madre, una hija (hijastra), esposa, sobrinas, tías, amigas por todas ellas mi apoyo incondicional a todas las mujeres", "viva lo más hermoso de este mundo " las mujeres "♥👇 """, hermosa melodía y muy original bendición a todas las mujeres del mundo", " de verdad que son unas valientes y yo como hombre de verdad las apoyo y que dios las cuide y proteja y un mundo mejor en donde estén libres y protejid“(sic).

Se puede ver que un factor importante en los hombres para empatizar con el movimiento es a través de la cercanía de parentesco, en este corte post Debanhi, también está muy presente el tema de la autodefensa y de salir a la calle: 19 de los 50 vídeos tienen que ver con la experiencia de las mujeres en las calles, desde temas de autodefensa como los vídeos de @senseifranciscolopez y @day.namo, pasando por la experiencia agradable en las marchas como el vídeo de @normacast y @yammismtz, hasta mujeres que grabaron su situación de acoso como @marianbrand. Con todo esto, se podría decir que la lucha y la empatía por la lucha arrastra y desplaza las participaciones denostativas

de los hombres, donde incluso en vídeos que tenían una tendencia negativa como el de @Xorem69 cambiaron, de tener 25 hombres que lograron algún tipo de interés en los comentarios con 7 disintiendo del #feminismo, a tener solo 2 hombres y ningún disentimiento por la participación tan abrumadora de mujeres.

Esta notable participación de las mujeres en el corte Debanhi también desplazó dos Tiktoks en contra del #feminismo, el de @juanbethencourt y el de @dr.goku.oficial que se hacían mofa de la causa feminista.

Por último, hay un cambio narrativo en las canciones con las que se ligan los vídeos que es interesante. En el corte 8M se hizo notar con fuerza la “Canción sin miedo” de Vivir Quintana ligada a 10.2k de vídeos, que es un reclamo por empatía por la causa. Sin embargo, en el corte post Debanhi, se pudo notar la recurrencia de la canción “venganza” del grupo No te va a Gustar en colaboración con Nicki Nicole asociada a 42.5k. Esta canción describe una situación de acoso entre víctima y victimario cuyo momento cumbre son los versos que canta Nicki Nicole que dicen lo siguiente:

“Te metiste en mi razón, me hiciste creer que mi forma de vestir era una provocación, nunca me dejaste ser, decidiste por mí, y ahora estamos acá, vamo' a ver qué decís, hoy, voy a matar tu mente suicida, podrida, vas a arrepentirte de lo que me hacías, qué bueno tenerte de frente, quiero ver cómo pagas el precio lentamente, iban a encontrarme tirada en algún lado, iban a decir: Ok, entonces' ¿qué le había pasado?, ¿Qué habrá hecho? ¿Dónde estaba? ¿Cuándo fue que le pasó? Quizás todo esto ella misma lo provocó, sabía lo que hacía, dónde iba y dónde estaba ¿Te parece normal perseguirme en la madrugada? Esto es por mí y por todas. Quiero hacerte sentir lo que yo siento ahora” –No te va a gustar ft. Nicki Nicole.

El cambio es notable, pues la “Canción sin miedo” hace un llamamiento a la acción mientras que “Venganza” es la acción misma: de la búsqueda de empatía a la ofensiva, como se mencionó antes, concuerda con los trends de autodefensa y recomendaciones en situaciones de acoso que predominan en el corte 2.

4.4 DIMES Y DIRETES ENTRE PROTAGONISTAS Y ANTAGONISTAS DEL #FEMINISMO

En esta sección presentaremos los resultados por cada corte del corpus de análisis. Esto nos permitirá observar cómo ha crecido el interés en la conversación digital con el #feminismo, así como encontrar las diferencias en la participación masculina en las discusiones digitales y la emergencia de la violencia en sendas coyunturas.

El análisis de la muestra de videos asociados a la coyuntura del 8 de marzo mostró que cuando hablamos del #feminismo se mantiene gran parte del interés en la conversación (4.9 billones de visitas para el 7 de julio de 2021). De este modo podemos constatar que a través de los tiktokers se proponen conversaciones que lo cruzan, sugeridas por los mismos comentarios que las alimentan:



Con los hashtags ajustados a más de dos casos, podemos identificar la importancia de la viralidad para los creadores de contenido señalada por los #'s Viral (12), fyp (20), parati (15), foryourpage (3) y foryou (3) con 53 menciones que cruzan con el #feminismo. Las dos temáticas importantes que más resaltan son #educaciónsexual (8) y #feminista (10).

En un principio uno pensaría que los temas que cruzan el feminismo estarían más relacionados a la violencia, pero no es así. La salud es la que predomina gracias a la

popularidad de la creadora de contenido @Sexedconcarolina, en este punto, valga recordar que la muestra fue tomada 3 meses después del 8M, si se hubiera tomado días o semanas después, quizá otro tema hubiera tomado relevancia.

El tema marcado como #feminista y #feministas y tomando en cuenta lo anterior, se menciona 11 veces (ver anexo 4) y es más parecido a lo que esperábamos encontrar en un contexto de competencia. Estos hashtags agrupan en su gran mayoría, con dos excepciones, a mujeres que se consideran feministas y que confrontan alguna idea relacionada al feminismo. Con excepción del Tiktok que se encuentra en el numeral 39 del anexo 1, todas las demás contestan alguna controversia o plantean una lectura que contesta a alguna faceta violenta de habitar espacios patriarcales, por ejemplo: @_jasminemine_ hace una narrativa sobre cómo los hombres suelen comportarse de manera hostil y amenazante en el espacio público por lo que “no se nace feminista” si no que se reacciona a esta coyuntura de acoso, en este caso, al salir a la calle y darse cuenta de que se encuentran en peligro. En otro ejemplo, @alis_ep hace un análisis de la popular canción “Perjurio” de Romeo Santos que la revela como apología de la violación a la vez que tiene una gran aceptación y popularidad.

En los comentarios por otro lado, se puede observar un consenso a favor, sin embargo, resalta que la participación de los hombres en comentarios representa una negatividad importante. En el Tiktok marcado con el numeral 41 del set de datos del 8M, podemos encontrar que 28 de 33 hombres disienten de la canción para crear conciencia sobre el hecho de que los hombres pueden ser machistas incluso teniendo amigos gays, hermanas o mamás, para mostrar su descontento con esta forma didáctica y pegajosa de nombrar este hecho.

La insistencia de los hombres por vincularse y fijar quiénes están dentro de ese vínculo y quiénes no, quiénes entran en el pacto y son dignos de citarse y quiénes no, se puede ver con más claridad en el Tiktok de @kcm9ayala, una chica feminista que propone que la iconoclasia está mal. En los comentarios se pueden leer un gran número de hombres que expresan sus intenciones de navegar en la plataforma: “vengo de hatear muchísimos vídeos de feministas, pero tu has cambiado todo, te respeto, yo también quiero la

igualdad no la supremacía de ellas”, “busque el #feminista para reírme de como se ridiculizan las mujeres pero vos lo cambiaste por una sonrisa pero de orgullo felicidades😊”.

El 9 de abril de 2022 la desaparición de Debanhi Escobar conmocionó a todo México y los temas relacionados al acoso y el feminismo volvieron a tomar la conversación pública. En condiciones sospechosas, la fiscalía de Nuevo León fue cuestionada fuertemente por no hacer su trabajo de investigación y entregar una versión inverosímil a los padres de la víctima, quiénes llevaron a cabo su propia investigación con personas de su confianza. A su vez, desde redes sociales se denunciaron las inconsistencias y el caso ganó en difusión por lo que se presentó en diversos medios nacionales, lo que causó movilizaciones y muestras de apoyo por doquier. En Tiktok podrían encontrarse usuarios cuestionando, difundiendo y complementando versiones alternativas a las que daba la fiscalía, cada uno por sus propios medios lograba presentar hechos con los que la audiencia en conjunto con los padres podían sentir una mejor conexión entre lo sucedido.

Nube de palabras #feminismo, corte Debanhi, Junio 2022:



A once meses de la primera medición (coyuntura post 8M), el #feminismo cuenta ya con 11 billones de visualizaciones para junio de 2022, dos meses después del caso de Debanhi Escobar. La temporalidad, así como los sucesos son importantes a la hora de analizar la conversación a través de los Hashtags, en esta ocasión podemos notar que

la conversación se ha ampliado, que los tópicos han variado y que la participación de los hombres ha disminuido.

Lo primero que podemos notar en esta nueva muestra es el gran corazón en el centro de las conversaciones que representa el apoyo en esta nueva ola. Concentrados en su mayoría en 6 videoreacciones de las cuáles 4 hablan sobre la experiencia de mujeres de salir a la calle, por ejemplo: @Ananat19 y @Rosy.salinas hablan sobre las precauciones que podrían tomar las mujeres antes de salir a la calle, una temática recurrente con otros seis vídeos de los que destacan los 3 de @senseifranciscolopez quién resalta por tener el Tiktok con más reacciones hasta Junio de 2022.

El corazón viene a mostrarse a través de las plataformas como un “Me gusta”, “Favorito” según la plataforma, en general supone una muestra de apoyo, de acuerdo o de reverberación de lo dicho, expresiones como: “ME PONE LA PIEL DE GALLINA ESTA CANCIÓN!! ❤️”, “Nos Queremos Vivas!!! ☐☐”, “directo a mi corazón ❤️☐❤️”, pueden ser encontradas en el vídeo número 32 de la coyuntura post 8M subido por @fcmonlaferte que muestra una colaboración entre las cantantes Mon Laferte y Vivir Quintana, performando la “Canción sin miedo” con un coro de mujeres. En el mismo sentido, en este espacio ya podemos ver con más claridad de qué va el apoyo de los hombres a través de sus comentarios: “tengo una madre, una hija (hijastra), esposa, sobrinas, tías, amigas por todas ellas mi apoyo incondicional a todas las mujeres”, “viva lo más hermoso de este mundo " las mujeres "♥️👉 """, hermosa melodía y muy original bendición a todas las mujeres del mundo"".

En el caso de la coyuntura post Debanhi, se nota una apabullante mayoría de comentarios de mujeres en apoyo al #feminismo, logró colarse dentro de los primeros 50 el post de @elandrewwww, pero en cambio desaparecieron otros 2 que se encontraban en el top y uno de ellos, que es el Tiktok de @Xorem69 que anteriormente estaba en el lugar 9, cayó hasta el lugar 33 cambiando también totalmente el sentido del consenso en los comentarios, de un gran apoyo a tener apenas dos comentarios de hombres que enfatizaban la hazaña de haber llegado al millón de likes mientras que la mayoría de comentarios (48 de 50 de los más populares) eran de chicas o género neutro.

Los ataques machistas coordinados han generado una respuesta interesante de perfiles de mujeres. Recientemente se puede observar la tendencia intencional y sorora de hacer un llamado a “Perfiles rosas”, que precisamente buscan agrupar comentarios de mujeres para desplazar comentarios desagradables en Tiktoks que son objetivo de ataques machistas.

En las reacciones de la segunda muestra sobresale el interés por interactuar con los perfiles que están apoyando el #feminismo, y también por apoyarlo a través de aquellos pocos perfiles que residualmente perdieron el interés de los hombres por apoyar sus disidencias.

Es posible que los hombres en TikTok que disienten del hashtag feminismo lo hagan con algunos motivos específicos. Algunos argumentan que el feminismo es un movimiento exclusivo para mujeres y no les incluye a ellos como hombres por lo que puede haber ciertos sentimientos de abandono o exclusión. Este sentimiento, parece ser la base, de su victimización, aunque también es parte de un discurso estratégico que pretende negar las desigualdades que viven las mujeres.

Otros tienen prejuicios o estereotipos negativos sobre el feminismo como menciona Debbie Ging, y creen que promueve la superioridad de las mujeres sobre los hombres por lo que puede hacerlos sentir amenazados con su desaparición. También hubo hombres que simplemente no entienden el significado y propósito del feminismo y por lo tanto lo rechazan tomando cualquier oportunidad de empatizar y cierran el diálogo y no dudan en mostrarse desafiantes.

Esquema 2. Factores emocionales y cognitivos asociadas con el antifeminismo



Ejemplos ilustrativos de cada proceso		
desaparezcamos unos días a ver como se mantienen	lo que ustedes buscan es superioridad buscan hacer menos a los hombres	si hay aprobaciones científicas que lo han demostrado
En fin yo si tengo papas	pq lo sois si tenéis hasta más derecho q los hombres	su movimiento fue creado por un patriarcado
eras mi idolo	Querían la igualdad no superar al. Hombre	Cómo le explicamos que el feminicidio no existe
hacen menos al hecho de que igual haya pasado a los chicos	su movimiento se empeña en mostrar a los hombres como enemigos	los hombres son superiores genéticamente
los hombres tambien pasamos por riesgos en la calle	Tranquilo las mujeres nunca nos superan	la ciencia no lo es todo en la vida

El discurso antifeminista está hecho de estereotipos de género que los usuarios varones recogen de comentarios de mujeres que abonan y reafirman los estos estereotipos, luego los usan para defender la superioridad masculina: los hombres son proveedores, los hombres mandan, los hombres son biológica o genéticamente superiores. Estos estereotipos son desafiados por el feminismo y la reacción masculinista es de victimización o de agresión. Las burlas y agresiones hacia las mujeres recurren con frecuencia a su papel subordinado en el sexo, a que son quienes cocinan, sirven la comida o lavan trastes. Algunos ejemplos de comentarios en esta línea son: “Quiero ver cómo me lava los platos una feminista”, “mejor, prepara la cena“, “mesera, tráigame un sándwich”.

El malestar de algunos varones proviene de tener que disputar ese lugar de superioridad cuando las mujeres afirman sus derechos y tienen logros. La emoción que prevalece es el miedo a perder privilegios históricamente asentados. Las acusaciones antifeministas a las mujeres son por no contentarse con la igualdad o pretender superar a los hombres y por hacer de los hombres sus enemigos. Algunas frases identificadas en comentarios

van en este sentido: “lo que ustedes buscan es superioridad, hacer menos a los hombres”, “por qué odias a los hombres...”, “querían la igualdad no superar al hombre”, o “las feministas tóxicas que creen que las mujeres son lo mejor”, “el punto es dejar en mal a los hombres”.

Esta reacción evoca también una sensación de abandono, exclusión o desatención a sus problemas de género. Y así encontramos varones comentando: “[su] teoría, todos somos violadores y asesinos”, “un cartel me reclutó a la fuerza porque era hombre”, “un hombre también puede ser secuestrado”, “por qué tienen que ponerle genero a la violencia”, “los hombres también sufren” “Ellos también corren riesgos, también sufren violencias” o “LA VIOLENCIA NO TIENE GÉNERO”.

En la caja de comentarios también se apela a una construcción estereotípica y negativa de las mujeres feministas que expresa desconocimiento o ignorancia sobre el movimiento y sus causas, o quizá una negación estratégica, para no sumarse a la legitimación de la igualdad de género, aludiendo a supuestas fuentes científicas. La reacción antifeminista también se une a las voces que reclaman el actuar de las mujeres en las marchas y otros actos de protesta. Algunos ejemplos ilustrativos son: “Te faltó decir que destruir estatuas no salvan [SIC] a nadie, “dicen ser feministas, solo se quejan”, “se pasan las feministas actuales rayando monumentos”.

Conclusiones

En el campo corte post 8M, es interesante observar que la participación de hombres en los comentarios de los videos que se posicionan a favor del hashtag #feminismo es menor que en los que se posicionan en contra. Esto podría deberse a que los videos que se posicionan a favor del feminismo promueven una postura más inclusiva y respetuosa, mientras que los que se posicionan en contra pueden fomentar el rechazo o la oposición al movimiento feminista. Además, es importante tener en cuenta que la cantidad de comentarios de hombres disidentes en los videos que se posicionan a favor del hashtag #feminismo representa solo el 7.56% del total de comentarios, lo que indica que la mayoría de los hombres que participan en estos videos no utilizan discurso de odio ni otras formas de disentimiento.

Otro hallazgo interesante del estudio es la relación entre el uso del hashtag #feminismo y los temas tratados en los videos. Se observa que en los videos que utilizan el hashtag para hablar sobre salud reproductiva y mental, la participación de hombres disidentes es menor que en los que se posicionan a favor o en contra del hashtag. Esto podría deberse a que los temas de salud reproductiva y mental pueden ser vistos como más neutros o menos controversiales, lo que puede atraer a un público más diverso y menos propenso a disentir de manera agresiva.

En el campo de Debanhi, podemos notar que los resultados muestran que, en esta ocasión, el porcentaje de videos que se posicionan a favor del feminismo es aún mayor que en el estudio anterior, mientras que el porcentaje de videos que se posicionan en contra han disminuido. Además, se observa que la participación de hombres disidentes es menor en los videos que se posicionan a favor del hashtag #feminismo y ha disminuido en todas las categorías de videos en comparación al corte 8M.

Una de las principales conclusiones que se pueden derivar de estos resultados es que TikTok sigue siendo una plataforma en la que el feminismo goza de una gran aceptación lo que se refleja en el aumento del porcentaje de videos que se posicionan a favor del feminismo y en la disminución del porcentaje de videos que se posicionan en contra, esto puede deberse a una mayor concientización y sensibilización hacia los temas de género pero también como se hizo notar antes, al fin de la pandemia y a que el activismo de la

derecha ha disminuido por no contar con representantes políticos en el poder. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que, aunque el porcentaje de videos que se posicionan en contra del feminismo ha disminuido significativamente, todavía hay una presencia significativa de estos videos en la plataforma.

Pero todavía hay mucho trabajo por hacer para lograr una comunidad basada en el respeto sobre todo en el caso de los hombres, pues al parecer, este aumento de interés por el #feminismo desde una posición afirmativa hacia este, es porque la participación de los hombres disminuyó y no porque hayan cambiado de opinión propiamente, a menos eso es lo que se alcanza a ver en esta tesis. Recuerdo al lector que se están tomando en cuenta solo el top 50 tanto de vídeos como comentarios de cada coyuntura y que estos movimientos tienen alguna representatividad en el interés en la realidad.

Los sentimientos de exclusión, abandono, en conjunto con el miedo a la pérdida de privilegios y la falta de empatía (o quizá ignorancia) hacia las causas y el movimiento feminista son factores emocionales y cognitivos que sustentan el antifeminismo. En este móvil de sentimientos que provocan los contenidos feministas en los hombres, se podría elaborar la hipótesis de que la diferencia entre la coyuntura del 8M y el post Debanhi interpeló a los hombres de manera distinta y de ahí la diferencia en la participación.

En el 8M se encuentran muchos vídeos informativos que de alguna manera tratan de “educar” al público sobre las experiencias del cuerpo femenino y la validación del movimiento feminista. Pero podría decirse que en el corte post Debanhi se trabaja directamente con la narrativa de agresores y víctimas, al centrarse en temas de autodefensa y las experiencias de acoso y prevención del feminicidio. Esto último pondría a los hombres en situación de miedo al ser descubiertos como agresores lo que podría haber disuadido o atenuado la relevancia de su participación en los Tiktoks post Debanhi.

Si ponderamos los comentarios de acuerdo a un tipo específico de disentimiento, tendríamos que primeramente, para los hombres que disienten, el feminismo es una especie de “chiste” o que las propuestas y pensamientos que se comparten bajo este # son ridículas, pues sus respuestas principales son ridiculizaciones y reducciones al absurdo.

En el tema de las participaciones violentas, suele ser un fenómeno muy focalizado, temporal y con causales más o menos parecidas, como lo es la percepción de violencias previas como lo sugiere la teoría de yuxtaposición de violencias en la caracterización de Larrañaga y López. En el caso de los comentarios en el #Feminismo de la plataforma Tiktok, también se puede ver que es un fenómeno prominentemente masculino, en el total de 100 videos analizados y 5000 comentarios, solo se hizo notar una mujer que estaba en contra de la iconoclasia a pesar de nombrarse feminista, pero los hombres se llevan de calle el galardón a la violencia, pues a pesar de que por ejemplo, disminuye el número de disentimientos que logran estar en el top 50 de comentarios en el caso de los videos #postDebanhi no estamos muy seguros que hayan cambiado de opinión, porque ahí donde comentaron más hombres, o un número similar, se mantuvo la proporción 1/3 de comentarios que disentían del #feminismo.

Entre las continuidades que nos sugiere la teoría encontramos la yuxtaposición de violencias que se menciona al principio, por ejemplo, en videos que ya muestran una posición contraria al hashtag feminismo, hay quienes empujan esos discursos más allá de sus límites, pero son muy pocos. La violencia es una mecánica destinada a ser muy explosiva pero fugaz, pues siempre hay uno que no lo quiere: La víctima. La única razón que parece perpetuarla es el no ser capaz de percibirla cómo tal.

Los hombres que disienten del feminismo con frecuencia hacen referencia a realidades autoevidentes, lógicas o de sentido común. Que los disuade de percibirse como agresores o victimarios. También hacen diferencias entre formas discursivas como los chistes, donde se puede incluir cualquier situación por más indeseable que sea. Pero también encontramos llamamientos a la violencia que echan por la borda cualquier pretensión de buena fe por parte de algunos usuarios.

Existen otras formas de disentir por parte de los hombres y hay más de una relación entre las frases que comentaron. A pesar de que no se elaboró una muestra representativa en términos estadísticos, sí es una muestra cuyos ítems lograron pasar una serie de consensos para posicionarse dentro de los primeros 50 lugares a través de la generación de interés por las propuestas vertidas en la plataforma a través de videos o comentarios. Esta muestra parece “autodepurarse” para definirse en una posición a

favor o en contra. En el caso de algunos comentarios que mostraban un consenso positivo, había comentarios que referían la presencia de “Fifas”, “machisto”, “onvrez” y otras formas de identificar a jóvenes antifeministas, que se hacían notar más abajo en los comentarios. Pero que no habían logrado un consenso suficiente para aparecer en el top 50.

Podría sugerirse que, si se quiere incidir y tener presencia en comentarios virales, lo mejor es escribir comentarios nuevos en la vista principal de los comentarios, dar “me gusta” y comentar los comentarios que ya están escritos a favor de la posición que deseamos y no aglutinarse en una discusión indeseable sino más bien crear discusiones nuevas y retroalimentar las deseables. Hacer ambas cubriría dos probabilidades, la de 1) apuntalar un comentario que ya tenga consenso y 2) proponer uno nuevo. En el caso de comentarios con carga negativa o violentos, está la opción de votarles negativamente para reducir el impacto que tienen en la exposición de algún contenido con alguna causa legítima.

En general, cuando se trata de disentir, prevalece el efecto del trolling con deslices ocasionales hacia discursos de odio. Con el paso del tiempo parece corregirse, aunque se necesita una ampliación de las temporalidades y quizá de la muestra para comprobarlo. El hecho de que un creador de contenido exprese su opinión en sentido contrario al #feminismo da pie a que se realicen una serie de técnicas que pueden sumar al fenómeno. Por ejemplo, pueden comentar que están de acuerdo de manera simple, pero también pueden aportar y seguir el hilo de ideas propuestas hasta lo que se entiende como “consecuencias lógicas”, que es una serie de proposiciones débilmente enlazadas con las que se comunican ideas catastróficas que abonan al sentimiento de miedo como “ahora todo está prohibido”. Contribuyen pues, dentro de sus comunicaciones, a cerrar con sentido esquemas de ideas antifeministas que no están dispuestos a debatir.

La no disposición a debatir de las personas que disienten puede ser un epifenómeno de vaciar nuestra experiencia en la red. Cada que creamos contenido para alimentar las plataformas, damos un pedacito de nosotros, de nuestro tiempo, de nuestra experiencia, de nuestras referencias. Bien puede ser que nos expresemos de manera que pueda herir las susceptibilidades de las otras personas, aunque nuestra intención no sea esa, pero

a la hora de decir que algo “no nos gusta”, “no estamos de acuerdo” o que “somos ignorantes en el tema”, puede ser que no lo digamos con esas palabras y que elijamos, en aras de buscar al mismo tiempo la aceptación y atención de nuestros pares, utilizar palabras estigmatizantes que polaricen la discusión y no dejen lugar a dudas de qué lado estamos y de paso, que tampoco somos unos ignorantes, mal informados o que nuestra experiencia no es válida.

Después de todo es internet, y en lo que terminamos de llenarla de nosotros, puede que echemos por delante algunas de nuestras partes más hostiles antes de poder mostrar el mosaico enorme de todas las partes que conforman nuestras identidades.

El fenómeno es, en lo primero, interpretado o leído con desesperanza y enojo, algunos sentimientos ligados a la búsqueda de justicia como la rabia y el dolor; puede ser también que se reaccione con esperanza y alegría según sea el caso, por la cantidad de usuarios que reaccionan y la valencia que le otorgan a las opiniones. En el segundo caso, podemos ver cómo los temas van evolucionando, si se logra posicionar la esperanza o más bien son los sentimientos de justicia los que dan paso a la decepción, la rabia, el dolor y la búsqueda de alternativas.

Aunque existan bots, las opiniones se presentan con poca reflexión y aunque los comentarios que se lean no representen un consenso, sí logran terminar temas y brincar a otros, es decir, lo equivalente en redes a cerrar una discusión sin necesidad de concluir explícitamente.

A pesar de estar compartiendo a través de computadoras y haber aceptado, términos y condiciones de las propias apps, los usuarios tienen expectativas sobre qué información es susceptible de filtrarse por otros medios y cual no, así como los depositarios de estas informaciones: “solo comprendiendo el sentido de los individuos conceden a un determinado contexto podemos decidir justamente sobre el carácter público de las interacciones y el resto de categorías” (Estallela & Ardévol, 2007, p. 39).

Los usuarios son gestores de sus propias redes, cuándo se filtraron las conversaciones de “Dioses del Olimpo” sus reacciones tenían que ver con que todo era una broma y era un grupo creado por diversión. Lo cierto en cada una de estas filtraciones es que están

en el filo de lo permisible, si bien muchas conversaciones tomaban algunas afirmaciones de feministas como afrentas contra el sentido común más que contra las masculinidades hegemónicas, los ataques coordinados y defensa de sus ideales, así como con la socialización de ciertos temas creaban contextos hostiles que limitaban la participación plural e informada.

Por lo que pudimos observar en esta investigación, ante los videos con # feminismo hay una minoría de hombres ideologizada, que reaccionan de manera consistente siguiéndola, cuyas opiniones no cambian al pasar el tiempo y si bien no tenemos certeza de que sean los mismos, podemos aventurar que una vez que son atraídos por el algoritmo pueden pasar de vídeo en vídeo gritando las mismas consignas de panfleto. Probablemente porque a la hora de divulgar hay algunas ideas que son más exitosas, viralizándose más que otras, por lo que no es raro la creación de lugares comunes tanto de un lado del debate como del otro.

No pareciera en general que se esté buscando en cada post generar un debate. Al no darse ese debate significa simplemente que esta posición particular goza de un gran consenso. No es posible ver el debate porque en ese caso las cosas sobre las que discurren o disienten no han tenido el impulso o interés suficiente para que se hagan notar. Recordemos que de toda nuestra muestra que analiza a los hombres, solo una pequeña parte de estos hombres disienten, el debate aparece cuando lo focalizamos, las violencias aparecen cuándo focalizamos aún más.

En este ejercicio de focalizar vimos signos alarmantes que constatan cierto orden que va más o menos de la siguiente manera: alta presencia de hombres comentando vídeos de mujeres que se identifican como feministas sobre temas identitarios y de uso del espacio público después de coyunturas con alta movilización social. Si abstraemos un poco estas características para fines analíticos, podemos notar que esta movilización social da un piso mínimo para verter las opiniones sobre las cuales se focalizan asuntos sobre los que los hombres consideran es razonable disentir.

Para encontrar a estos hombres antes de que disientan deberíamos de realizar un trabajo de espionaje, lo cual trastoca los límites de lo moral aun cuando hablamos de prevenir las violencias. En esta tesis el bulo se expuso gracias a una filtración de conversaciones

que mostraban jugueteos de los usuarios y usuarias con el tema del patriarcado, ataques coordinados para tirar cuentas y la creación de memes, así como el cruce de fuentes que hablaban del tema. Una sospecha no parece tener el impacto de una prueba, el “podría estar mal” jamás aparece. Si hay una parte del discurso que admita cierta visión del mundo, seguramente habrá quien se aferre a ella para demostrar otras cosas más.

El anti feminismo según esta tesis que analizó el caso Tiktok a través del #feminismo tiende a reaccionar por una percepción del feminismo que aspira a decirle a los hombres cómo es que deberían vivir sus vidas, que se lleva a tus amigos y te impide tener novia, que destroza el espacio público y que todo lo que viviste no importa tanto como la experiencia femenina. No importa si son otros hombres los que te hacen la vida imposible, la característica principal de este anti feminismo parece ser el sentirse olvidados en la experiencia pública y no poder platicar sobre estas experiencias.

Otro de los hallazgos es que cuando estos hombres observaron atrocidades cometidas por otros hombres fueron más gentiles con las historias o posibles historias de estos hombres que con sus víctimas. Incluso cuando decidían disentir de otros hombres, no lo hicieron con la violencia máxima que sí pudieron expresar en contra de las mujeres.

Bibliografía

- Alonso, N. (2016, noviembre 15). El auge de Donald Trump coincide con un aumento en los crímenes de odio contra musulmanes en EE UU. *El País*.
https://elpais.com/internacional/2016/11/15/estados_unidos/1479228973_671363.html
- Berger-Correa, B., Ringrose, J., Xie, X., & Cambazoglu, I. (2022). Mapping affective circuits of a Twitter trolling attack against feminist arts-based pedagogy during the COVID-19 global pandemic. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/09518398.2022.2098410>
- Blanco, J.; de Caso, A. M.; Navas, G. (2012). Violencia escolar: ciberbullying en redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 1, núm. 1, 2012, pp. 717-724
- Burrell, S. R., Ruxton, S., & Westmarland, N. (2019, octubre). *Changing gender norms: Engaging with men and boys* [Monograph]. Project Report. Government Equalities Office.; Government Equalities Office.
<https://www.gov.uk/government/publications/research-publications>
- Casique, I. (2009). Violencia de pareja y violencia contra los hijos en México ¿realidades entrelazadas? En *Violencia de género y políticas públicas* (pp. 31–58). CRIM-UNAM.
- Chen, S. (2020). *Top Apps Worldwide for March 2020 by Downloads*. Sensor Tower Blog. Recuperado el 14 de mayo de 2021, de <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-march-2020-by-downloads>

Cheng J, Bernstein M, Danescu-Niculescu-Mizil C, Leskovec J. Anyone Can Become a Troll: Causes of Trolling Behavior in Online Discussions. CSCW Conf Comput Support Coop Work. 2017 Feb-Mar;2017:1217-1230. doi: 10.1145/2998181.2998213. PMID: 29399664; PMCID: PMC5791909.

Ávila, Yuriria (2019, marzo 27) ¿Cómo surgió el movimiento Me Too y cómo revivió en México? *Animal Político*. Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/elsabueso/como-surgio-el-movimiento-me-too-y-como-revivio-en-mexico/>

Crociani-Windland, L., & Yates, C. (2020). *Masculinity, affect and the search for certainty in an age of precarity*. <https://doi.org/10.1234/fa.v0i78.332>

El Economista. (24/03/2021). *México: 22.7 millones de usuarios únicos en TikTok, avance de 5,900%*. El Economista. Recuperado el 14 de mayo de 2021, de <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/Mexico-22.7-millones-de-usuarios-unicos-en-TikTok-avance-de-5900-20210324-0076.html>

Estallela, A., & Ardévol, E. (2007). Ética de campo: Hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum: Quealitative social research sozial forschung*, 8(3).

Fuentes, D. (2022, octubre 18). *Ingrid Escamilla. Esto dicen colectivos feministas sobre sentencia contra feminicida*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/ingrid-escamilla-esto-dicen-colectivos-feministas-sobre-sentencia-contr-feminicida>

Garmendia Larrañaga, M., Jiménez Iglesias, E., & Larrañaga Aizpuru, N. (2019). *Bullying y cyberbullying - Bullying and cyberbullying: Victimización, acoso y daño*.

- Necesidad de intervenir en el entorno escolar. *Revista Española de Pedagogía*, 77(273), 295–312.
- Ging, D. (2019). Bros v. Hos: Postfeminism, Anti-feminism and the Toxic Turn in Digital Gender Politics. En D. Ging & E. Siapera (Eds.), *Gender Hate Online* (pp. 45–67). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96226-9_3
- Ging, D., & Siapera, E. (2018). Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, 18(4), 515–524. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447345>
- Gómez, E. (2017). Etnografía celular: Una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis*, 8(16), 77–98.
- Gordon, E. Baldwin-Philippi, J. Balestra, M. (2013) *Why We Engage: How Theories of Human Behavior Contribute to Our Understanding of Civic Engagement in a Digital Era*. Berkman Center for Internet and Society Recuperado el 23 de enero de 2023, de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2343762
- Guarneros, F. (2020, febrero 14). *Por qué los usuarios de redes sociales que compartieron imágenes del feminicidio de Ingrid Escamilla son cómplices de un delito*. infobae. <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/02/14/por-que-los-usuarios-de-redes-sociales-que-compartieron-imagenes-del-feminicidio-de-ingrid-escamilla-son-complices-de-un-delito/>
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. UOC.
- Incel. (2022). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Incel&oldid=142302971>

InfoTechnology. (2021, diciembre 23). *TikTok reemplaza a Google como el sitio más visitado: Qué pasa ahora.*

<https://www.cronista.com/infotechnology/actualidad/tiktok-reemplaza-a-google-como-el-sitio-mas-visitado-que-pasa-ahora/>

Jiménez-Yañez, C. (2020). #Chiledespertó: Causas del estallido social en Chile.

Revista mexicana de sociología, 82(4), 949–957.

<https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2020.4.59213>

Jiménez-Zafra, S. M., Sáez-Castillo, A. J., Conde-Sánchez, A., & Martín-Valdivia, M. T.

(2021). How do sentiments affect virality on Twitter? *Royal Society Open*

Science, 8(4), 201756. <https://doi.org/10.1098/rsos.201756>

Kaufman, M. (1987). *Beyond patriarchy essays by men on pleasure, power, and change*. Oxford University Press.

Londoño, O. (2012). La etnografía desde las narrativas digitales. *Itinerario educativo*, 59.

Losada-Díaz, J. C., Zamora-Medina, R., & Martínez-Martínez, H. (2021). El discurso del odio en Instagram durante las Elecciones Generales 2019 en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 195.

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.19142>

La República (2020, junio 21). *TikTok viral: Mujeres comparten conmovedor video en contra de la violencia de género con himno feminista. Recuperado de:*

<https://larepublica.pe/genero/2020/06/20/tiktok-viral-mujeres-comparten-conmovedor-video-en-contra-de-la-violencia-de-genero-con-himno-feminista-atmp/>

Madrid López, E. J., Valdés Cuervo, Á. A., Urías Murrieta, M., Torres Acuña, G. M., Parra-Pérez, L. G., Madrid López, E. J., Valdés Cuervo, Á. A., Urías Murrieta, M., Torres Acuña, G. M., & Parra-Pérez, L. G. (2020). Factores asociados al ciberacoso en adolescentes. Una perspectiva ecológico-social. *Perfiles educativos*, 42(167), 68–83.

<https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2019.167.59128>

Esteinou, J.M. (2022) *Elecciones 2024 Los errores de la oposición en 2018*. Revista Siempre, núm.3596 · AÑO LXVIII, Recuperado el 18 de diciembre de 2022, de http://bibliotecadigitalconeicc.iteso.mx/bitstream/handle/123456789/7029/2022_Elecciones%202024%20Los%20errores%20de...%20%28Segunda%20y%20%20c3%20parte%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Marín-Cortés, A., Linne, J., Marín-Cortés, A., & Linne, J. (2020). Una revisión sobre emociones asociadas al ciberacoso en jóvenes adultos. *Psicoperspectivas*, 19(3), 155–170.

Marquez, J. (2021, agosto 10). *TikTok ya es la aplicación más descargada del mundo: Supera a Facebook, Instagram y WhatsApp*. Hipertextual. <http://hipertextual.com/2021/08/tiktok-ya-es-la-aplicacion-mas-descargada-del-mundo-supera-a-facebook-instagram-y-whatsapp>

Marwick, A. E., & Caplan, R. (2018). Drinking male tears: Language, the manosphere, and networked harassment. *Feminist Media Studies*, 18(4), 543–559. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1450568>

- Mena-Farrera, R., & Evangelista-García, A. (2019). *Visualização de De la violencia comunitaria y escolar a la violencia digital. Un reto para el análisis cualitativo*.
<https://www.proceedings.ciaiq.org/index.php/CIAIQ2019/article/view/2432/2333>
- Messner, M. A., & Montez de Oca, J. (2005). The Male Consumer as Loser: Beer and Liquor Ads in Mega Sports Media Events. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 30(3), 1879–1909. <https://doi.org/10.1086/427523>
- Moreno, L. (2020, enero 30). TikTok y los nuevos fascismos. *La Trivial*.
<http://latrivial.org/tiktok-y-los-nuevos-fascismos/>
- Moretti, C., & Herkovits, D. (2021). De víctimas, perpetradores y espectadores: Una meta-etnografía de los roles en el ciberbullying. *Cadernos de Saúde Pública*, 37, e00097120. <https://doi.org/10.1590/0102-311x00097120>
- Moshim, M. (2021, junio 1). *Estadísticas TikTok 2021 [Infografía]—Datos interesantes sobre TikTok*. <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-tiktok>
- Muñoz, R. (2020, marzo 31). *América Latina lucha contra la violencia de género en tiempos del coronavirus | DW | 31.03.2020*. DW.COM.
<https://www.dw.com/es/am%C3%A9rica-latina-lucha-contr-la-violencia-de-g%C3%A9nero-en-tiempos-del-coronavirus/a-52971832>
- Nacho Progre, sátira feminista*. (2016, noviembre 25). Excélsior.
<https://www.excelsior.com.mx/de-la-red/2016/11/25/1130392>
- Nadal, M. V. S. (2020, junio 20). TikTok publica cómo funciona su sistema de recomendación de contenido. *El País*.
https://elpais.com/retina/2020/06/20/tendencias/1592660717_029333.html

- Orton-Johnson, K. (2008). The Online Student: Lurking, Chatting, Flaming and Joking. *Sociological Research Online*, 12(6), 21–31. <https://doi.org/10.5153/sro.1615>
- Pastrana (Director). (2022, febrero 8). *¿Cómo serían las redes sociales si no censuraran nada? Experimento social. /Roja, En Vivo | ¿Cómo serían las redes sociales si no censuraran nada? EXPERIMENTO SOCIAL. /Roja, En Vivo Hablemos de esto. El show es en vivo así que no me... | By Ophelia Pastrana | Facebook.* <https://www.facebook.com/OphCourse/videos/c%C3%B3mo-ser%C3%ADan-las-redes-sociales-si-no-censuraran-nada-experimento-social-roja-en-/339727954746277/>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital: Principios y práctica*. Ediciones Morata
- Milenio digital (julio, 2021) ¿Quién es Mika Lascuráin que murió tras bullying de YosStop? (s/f).* Grupo Milenio. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://www.milenio.com/espectaculos/famosos/mika-lascurain-joven-trans-suicido-bullying-yosstop>
- Rangel, A. (2020). *Marchas feministas en México durante 2020: Un grito de impotencia.* <https://www.milenio.com/politica/comunidad/marchas-feministas-mexico-2020-grito-impotencia>
- Rocca, G. L. (2020). La fuerza de un signo. Perspectivas teóricas para el análisis de los hashtags #. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 27, Art. 27. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i27.559>
- Rodriguez, K. (agosto, 2020). *Cómo poner a los machos en su lugar y convertirte en influencer, la historia de Herly RG.* Recuperado el 3 de junio de 2022, de

<https://www.razon.com.mx/virales/tiktok-machos-influencer-herly-rg-videos-internet-401505>

Santana, R. (2022, enero 19). *Destapan grupo en Telegram donde alumnos de la Anáhuac compartían contenido íntimo de compañeras.*

<https://www.proceso.com.mx/nacional/estados/2022/1/19/destapan-grupo-en-telegram-donde-alumnos-de-la-anahuac-compartian-contenido-intimo-de-companeras-279431.html>

Talbot, D., Mansfield, H., Hayes, S., & Smith, E. (2021). 'She Should Not Be a Model': The Effect of Exposure to Plus-Size Models on Body Dissatisfaction, Mood, and Facebook Commenting Behaviour. *Behaviour Change*, 38(3), 135–147.

<https://doi.org/10.1017/bec.2021.7>

Tarana Burke | Biography, Me Too Movement, & Facts | Britannica. (s/f). Recuperado el 19 de diciembre de 2022, de <https://www.britannica.com/biography/Tarana-Burke>

TikTok dice que revelará los algoritmos que guían sus políticas de moderación de contenidos. (2020, agosto 4). *Observacom.* Recuperado de:

<https://www.observacom.org/tiktok-dice-que-revelara-los-algoritmos-que-guian-sus-politicas-de-moderacion-de-contenidos/>

TikTok, N. (2019, agosto 16). *How TikTok recommends videos #ForYou.* Newsroom | TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you>

Trutmann, C. (2020, junio 9). *La desigualdad de género le da ventaja al cambio climático.* Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2020/06/1475742>

UNICEF México. (2019, julio 11). *Contar con datos estadísticos sobre violencia contra la infancia y la adolescencia es central para garantizar sus derechos.*

<https://www.unicef.org/mexico/comunicados-prensa/contar-con-datos-estad%C3%ADsticos-sobre-violencia-contra-la-infancia-y-la>

UNIÓN CDMX. (2018, junio 12). Violencia sexual contra mujeres en México:

INFOGRAFÍA. *Unión CDMX*. <https://www.unioncdmx.mx/2018/06/12/violencia-sexual-contra-mujeres-en-mexico-infografia/>

Sarmiento Guede, J., de Esteban Curiel, J., & Antonovica, A. (2017). *La comunicación*

viral a través de los medios sociales: Análisis de sus antecedentes. *Revista*

Latina de Comunicación Social, 72 (1), 69-86. <https://doi.org/10.4185/RLCS->

[2017-1154](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1154) <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1154/04es.html>

van Aken, B., Risch, J., Krestel, R., & Löser, A. (2018). Challenges for Toxic Comment

Classification: An In-Depth Error Analysis. *ArXiv:1809.07572 [Cs]*.

<http://arxiv.org/abs/1809.07572>

Verdejo Espinosa, M. de los Á. (2015). *Ciberacoso y violencia de género en redes*

sociales: Análisis y herramientas de prevención. Universidad Internacional de

Andalucía, Servicio de Publicaciones.

Luchadoras (colectivo) (2020, diciembre 5). Justicia en trámite. El limbo de las

investigaciones sobre violencia digital en México. *Internet Feminista*.

<https://luchadoras.mx/internetfeminista/2020/12/05/justicia-en-tramite-el-limbo-de-las-investigaciones-sobre-violencia-digital-en-mexico/>

Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K., Díaz, I., & Miyata, K.

(2003). The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism.

Journal of Computer-Mediated Communication, 8 (JCMC834).

<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00216.x>

Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the Causes of the “Tik Tok” App Becoming Popular and the Existing Problems. *Journal of Advanced Management Science*, 59–63. <https://doi.org/10.18178/joams.7.2.59-63>

Cartier, R. *Young people in the time of covid19, A fear and hope study of 16-24 years old.* HOPE not hate Charitable Trust. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de: <https://hopenothate.org.uk/wp-content/uploads/2020/08/youth-fear-and-hope-2020-07-v2final.pdf>

Anexos: Usuarios y temáticas de vídeos tomados como muestra para esta tesis:

Campo 1 Post 8M			
Muestra del estudio y relación con los criterios de selección en #Feminismo			
Número	Nombre del usuario	Descripción del vídeo	Hashtags en el video
1	@alero vice 2398	Carta a santa dónde una	#feminismo
2	@nosoycarolina	"Sex Ed episodio 38:	#educacionsexual
3	@entuzapatos.mex	"¿A los hombres	#feminismoradical
4	@nosoycarolina	"Sex ed episodio 15: tips	#educacionsexual #lgbt
5	@elpalitom an	Respuesta a comentario	#challenge #viral
6	@alejoray	Video dónde Miley	#miley Cyrus
7	@feminismo sonora	"Entre basura, cañones y	#justicia #mexico
8	@day.nam o	Contranarrativa a frase	#juntas #parati
9	@xorem69	Contranarrativa de un	#feminismo
10	@alis_ep	"Analizando perjurio de	#musica #reggae ton
11	@day.nam o	"Cosas que no nos	#educacion
12	@mariangelaurbinac	"Lista para salir a	#8m #feminismo
13	@primevideoes	Fragmento de corto	#persepolis
14	@florencia.guillot	"Me puse una copa	#girlproblems
15	@jessica fdzg	"solo buscas darle la	#feminismo #feminista
16	@lasigualadas	"¿Por qué nuestra ropa	#feminismo
17	@nosoycarolina	Reaccion post orgasmo	#educacionsexual #lgbtq
18	@tampocosoycarolina	Desmintiendo mitos	#educacionsexual
19	@multifandom chekkk	Fragmento de serie que	#onedayatthetime
20	@alejandrakba	"Exponiendo a mi	#machismo #machista
21	@614magic	Rap contra la narrativa	#acoso #machismo
22	@scarlettveag	"cuéntame que te hizo	#mujeres #feminismo
23	@ranitas_verdes	"cosas que los hombres	#parati #feminismo
24	@justyoss	"¿Quiéren ver como	#barbaraderegil
25	@juanbethecourt	Actuación sobre chiste	#humor #feminismo
26	@nickoomalik	"Me harías daño por	#mishus #gatitos
27	@nosoycarolina	"sex ed episodio 4	#educacionsexual #lgbtq
28	@eun_yoo28	"¿Qué es el acoso	#estabiensersensible
29	@nosoycarolina	"como hacer para que	#educacionsexual
30	@anapaudelaparra	"odio a los hombres"	#feminism #feminismo
31	@danymeza	Hombre con pañuelo	#parati #feminismo
32	@nosoycarolina	"¿Cómo hago para durar	#educacionsexual
33	@bombon_01	"En mi universidad los	#feminism #feminismo
34	@dr.goku.oficial	"y aun así las mujeres	#realmadrid #futbol
35	@charlie_macias	"no me quejo de el, solo	#transrights #feminismo
36	@83uebdqo	Es un video de una nota	#fyp #machismo
37	@doma_dor	"Viralizando	#fyp #feminista
38	@adelecolombiana	video dónde Cher dice	#cher #feminis
39	@kcm9ayala	"Ya se nos ha ido la olla"	#dúo #fyp #foryou
40	@_jasminemine_	"no se nace feminista"	#feminismo #feminista
41	@anai_dz	Canción creada para	#repiteconmigo
42	@kevinsevilla	Canción rap sobre la	#feminismo #femicidio
43	@nosoycarolina	Desmintiendo mitos	#educacionsexual #lgbtq
44	@moripantalone	Una chica narra su	#feminismo #justicia
45	@batalla_de_gallos01	Batalla de freestyle	#feminismo #parati
46	@614magic	Respuesta rapeada a	#machismo #feminismo
47	@ojerosaa	Canción rapeada con	#m cjuampa #emano
48	@romangarcya	"hay que cuidar a las	#24deabril #niunamas
49	@eljosepeeeeeer	"las feministas si fueran	#humornegro #virall
50	@zoesosak	"Porque siempre usas	#lentejas #crzgf #viral

Campo2 Post Debanhi

Muestra del estudio y relación con los criterios de selección en #Feminismo				
Número	Nombre del usuario		Descripción del vídeo	Hashtags en el video
1	senseifrandisclopez		"instructores describen	#fitness #fit
2	pro_aborto		"feminicida confiesa	#Justicia #abortolegal
3	dhamarislopezalvar		"mujer denuncia que el	#CapCut #feminista
4	senseifrandisclopez		"instructor describe	#parati #viral
5	movimiento.chik		"fragmento de película	#feminismo
6	freestylenx		"batalla de freestyle	🇲🇽 #venom #azuky
7	soybrenvita		"Es un video de una	#debanhi #feminismo
8	mariajoserivss		"las mujeres son seres	#feminista #feminismo
9	ananat19		"narrativa de	#foryou #paratii #paratiii
10	nosoycarolina		"mujer explica los	#educacionsexual
11	sunfloweredith_video		"fragmento de película	#60s #parati #respeto
12	mariabottle_		"mujer explica la	#8m #feminismo
13	entuszapatos.mex		"es un discurso sobre	#feminismo
14	mariabottle_		"Consejos sobre qué	#feminismo #8m
15	la.morrita.mx		"video de José Luis	#feminista #feminismo
16	elpalitoman		"usuario pide ser	#challenge #viral
17	eduardoxvazquez		"niñas en primaria	#pedagogia #educacion
18	tia_florchu		"mujer muestra	#tia_florchu #feminismo
19	anapaulatamez		"formulación poética en	#HappySoul #Momentos
20	juupitera		"videodiscurso de una	#diadelamujer🇲🇽
21	angelxool		"cosas asquerosas que	#angelxool #edadmedia
22	nosoycarolina		"mujer da consejos para	#educacionsexual #lgbt
23	vivasceramica		"ceramica que asemeja	#smallbusinesscheck
24	tampocosoycarolina		"desmintiendo a mujer	#educacionsexual
25	nieve02		"pro aborto debate	#abortoseguroygratuito
26	jessicafdzg		"tipos de educación	#feminismo #feminista
27	rosy.salinass		"chica realiza un	#fyp #feminismo #8M
28	itsjeremybryan		"hombre realiza	#fyp 😊 #foryou
29	mariajoserivss		"mujer cuenta mientras	#maquillaje #feminismo
30	luispride		"Instructor da consejo	#defensapersonalfemen
31	yammismtz		"video dónde señora de	#fyp #feminismo #parati
32	fcmonlaferte		"vivir quintana Candón	#monlaferte
33	XOREM69		"Respuesta de audio a	#feminismo
34	day.namo		"mujer repasa	#PARATI #video_viral
35	ameliaduetto		"dos mujeres cantan una	#viejoabusador
36	nosoycarolina		"videorespuesta explica	#educacionsexual #lgbtq
37	chlomakii		"videomensaje	#abuso
38	chris blue		"mujer describe a "el	#chile #viral #feminismo
39	marianbrand		"mujer graba acoso	#acoso #acosocallegero
40	senseifrandisclopez		"instructor da consejos	#fitness #fit #foryou
41	elandrewwww		"videorespuesta a la	#humor #elandrewwww
42	alis_ep		"analizando cancion de	#musica #reggaeton
43	mariangelaurbinac		"contranarrativa que	#8M #feminismo
44	day.namo		"autodefensa de mujer	#educacion
45	mikasa.fem		"lisa simpson en un	#feminista #crzgf #parati
46	primevideos		"animación dónde	#persépolis
47	mariajoserivss		"mujer da tips para	#feminismo #feminista
48	jessicafdzg		"mujer opone narrativa	#feminismo #feminista
49	florencia.gillot		"experiencia con copa	#girlproblems
50	normacasth		"video documenta	#8M #marcha