



# Instituto de las Mujeres del Distrito Federal

## Programa Anual PAIMEF 2016:

### “CDMX Ciudad Segura y Amigable para la Mujeres y las Niñas”

**Meta A.III.1** *Elaborar un plan de acciones públicas para la visibilización y prevención de la violencia y el acoso sexual contra las mujeres en las redes sociales a partir de la investigación documental, el monitoreo a mensajes en Twitter y Facebook, entrevistas a mujeres víctimas, entrevistas a OSC y/o colectivos dedicadas a la difusión y monitoreo en medios electrónicos y grupos focales con mujeres y hombres.*





## INDICE

Presentación

Marco Conceptual

Metodología de trabajo

Resultados: Hallazgos

Plan de Acciones Públicas a emprender de manera integral para visibilizar y prevenir la violencia y acoso sexual en las redes sociales (Facebook y Twitter)

Conclusiones

Referencias

Anexos



## PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO POR PARTE DE LA DIR. TERESA INCHÁUSTEGUI

Como bien señala la Mtra. Tania Enríquez, consultora a quién el Instituto de las Mujeres de la ciudad de México encargó este estudio, “el auge de las nuevas tecnologías ha transformado vertiginosamente la manera de comunicarnos y relacionarnos. Internet, a través de sus mediaciones tecnológicas se ha convertido en una poderosa herramienta de conectividad y en un espacio de socialización e interacción. De acuerdo con la Organización de Naciones Unidas, 43.3% de la población mundial, equivalente a cerca de 3,200 millones de personas, tiene acceso a internet hoy día.<sup>1</sup>”

Internet es un espacio al que todas las personas pueden acceder. A diferencia de otros dispositivos del lenguaje y la comunicación, como el libro, los artículos, e incluso las grabaciones que requieren manejo de léxico, ortografía, elocuencia o al menos fluidéz con la palabras, la Web abre espacio a la comunicación e interacción de todas las personas, aún aquellas con manejo muy elemental del lenguaje y los conceptos, razón por la cual las redes sociales son un auténtico medio de popularización de los contenidos de la cultura, los símbolos y los lenguajes.

Por ello parafraseando al ilustre filólogo y semiólogo Umberto Eco, *las redes sociales le dan el derecho de hablar a legiones de personas que antes solo hablaban en los bares después de un vaso de vino, sin dañar a la comunidad (...) ahora tienen el mismo derecho a hablar que un premio Nobel.*<sup>2</sup>

Las redes sociales son un dispositivo abierto a todo lo potencialmente constructivo pero también a todo lo negativo. Antivalores sociales como la violencia, la crueldad, la discriminación, el racismo, el clasismo, la deshonestidad, el egoísmo, la indiferencia social, la inflexibilidad, etc. que no se pueden ostentar impunemente en las relaciones cara a cara, encuentran en memes y mensajes de la redes

<sup>1</sup> Ver los datos de International Telecommunication Union (UIT) de Naciones Unidas en <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

<sup>2</sup> Entrevista a Umberto Eco, hecha por el diario El País. Disponible en [verne.elpais.com/verne/2016/02/20/articulo/1455960987\\_547168.html](http://verne.elpais.com/verne/2016/02/20/articulo/1455960987_547168.html)



sociales un cobijo y, desafortunadamente, un consenso nada despreciable. De ahí que gracias a las redes, lo infame, nefando, abominable, execrable, ignominioso, repugnante, nefando, etc., que en otros medios de comunicación social eran expulsados, pueden llegar al centro y hacer tendencia.

En ese marco las redes sociales también se han convertido en un nuevo espacio donde se reproduce la violencia de género principalmente entre las y los jóvenes.

Los llamados medios sociales (Whatsapp, correos electrónicos, oros, redes sociales, blogs, Youtube, Snapchat, Instagram, Google+, Periscope o Flickr) señala Tanía Enríquez, “son plataformas idóneas para compartir intereses y entrar en la intimidad de las personas, pero por su gran apertura se ha constituido en un dispositivo en el que grupos humanos que proponen, comparten y difunden antivalores sociales, los conviertan en caldo de cultivo para la generación de acoso y conductas violentas. *Cyberbullying*<sup>3</sup>, *grooming*<sup>4</sup> o *sexting*<sup>5</sup> son algunos ejemplos de éstas manifestaciones de violencia en el espacio digital”. Sobre este último punto, numerosos autores señalan que a través de internet se genera un discurso de odio particularmente en contra de grupos específicos.<sup>6</sup>

En marzo de 2016, a raíz de la denuncia y la publicación en redes sociales de un hecho de abuso sexual, cometido en las calles de la Ciudad de México contra una periodista, este tipo de mensajes de denigración, ofensa, burla y denuedo, explotaron en los medios sociales revictimizando a la agraviada. De pronto, los que presenciamos esta catapulta sorpresiva de improperios en contra de la víctima, nos hicimos de pronto concientes de la virulencia y furia de estos ataques, revelándonos la presencia de un fondo oscuro de misoginia y desprecio virulentos, en la base del sexismo popular y las relaciones entre los géneros.

Comprometido con hacer efectivo a través de la prevención, atención y acceso a la justicia, el mandato que la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida de violencia en el distrito Federal (2007) establece para el gobierno de la CDMX, el INMUJERES capitalino se dio a la tarea de explorar los perfiles y

<sup>3</sup> *Cyberbullyng* es considerado el acoso psicológico entre iguales a través las tecnologías de la información.

<sup>4</sup> Por su parte, el *grooming* es el acoso de un adulto hacia un menor con la intención de cometer un abuso sexual.

<sup>5</sup> El *sexting* es el envío de contenidos de tipo sexual.

<sup>6</sup> Ver el trabajo realizado por la CONAPRED: Mensaje de Odio y Discriminación en el 2015 y Trejo, O. (2016). *Viral Hate: Trolling Victims of Sexual Assault in Mexico* en “Freedom on the Net”. México: Freedom House.



expresiones de los mensajes de misoginia y violencia contra mujeres y niñas que circulan en las redes sociales, a fin de desarrollar acciones que contrarresten estas conductas y se pueda avanzar en el reconocimiento de los derechos humanos de las mujeres y las niñas.

Para ello destinamos, recursos que hacen parte del fondo que el Gobierno Federal entrega para que los institutos y mecanismos de la mujer del país puedan desarrollar acciones para la prevención y atención de la violencia, a través del Programa de Apoyo a Instancias de la Mujer en los Estados (PAIMEF)

El proyecto se propuso primeramente conocer el impacto y difusión que tienen las redes sociales como plataformas de producción y reproducción de la violencia de género y el acoso sexual, desde un enfoque exploratorio de análisis cualitativo y cuantitativo. Partiendo de la premisa que las redes sociales reflejan y al mismo tiempo contribuyen a difundir en nuestra sociedad, los valores del sistema patriarcal, regido bajo patrones y comportamientos misóginos, machistas, sexistas y discriminatorios.

El punto de partida del estudio es que la comunicación que se da a través de medios de Internet y redes sociales es parte del entorno comunicacional externo de suerte que al interior de estas redes se reproducen contenidos compartidos por los grupos participantes.

En el caso de los antivalores sociales como discriminación, misoginia, crueldad, violencia, odio, las redes sociales posibilitan una comunicación indirecta que permite la anonimidad del emisor, incluso a través de identidades falsas. Esta combinación de publicidad y anonimidad de los emisores de mensajes e imágenes que permiten las redes sociales y el Internet, las torna dispositivos dúctiles y muy potentes para la desinformación, la manipulación de contenidos, pero también para la difusión de contenidos de odio y la promoción de la violencia y el vandalismo.

Eventos como los ocurridos en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México enero de 2017 y a raíz del llamado gazolinazo, en donde a través de Twitter se convocaba a las personas a actos vandálicos y atracos a comercios; o como el que meses después a través de estas mismas redes convocó a la población a un “Arrimón Consensuado” en el Metro de la CDMX, son muestras de las potencialidades negativas de estas nuevas tecnologías frente a las cuales debemos estar alertas y desarrollar respuestas alternativas.



En estos términos las preguntas que guiaron la investigación fueron las siguientes: ¿Cómo se traducen o trasladan las manifestaciones de este sistema en el espacio virtual?. ¿Estamos frente a nuevas formas de violencia o, las mismas viejas expresiones encuentran ahora un nuevo formato?.

En otras palabras, ¿éstos nuevos medios como Internet y las redes sociales potencian la violencia contra las mujeres o, solo trasladan a un nuevo espacio social las prácticas y valores misóginos y violentos existentes?. ¿Se puede concluir que las nuevas formas impersonales y solipsistas de relacionarse a través de las diversas plataformas sociales, son generadoras de violencia en la medida que, como señala Luigi Zoja<sup>7</sup>, *“predominan la distancia y las relaciones mediadas de la técnica, por lo cual la búsqueda de la intimidad reaparece en formas tortuosas.*

Cuáles son los riesgos sociales y para el futuro de las relaciones de género de esta comunicación virtual y como podemos prevenirlos, son algunas problemáticas que se pretenden identificar a partir de este estudio.

Asimismo, se buscará elaborar y diseñar un conjunto de acciones y recomendaciones encaminados a la prevención de la violencia de género en las llamadas redes sociales.

La publicación de este Estudio se benefició de la revisión de contenido e imágenes que pudieran ser agresivas y violentas, por parte de INDESOL, que tiene la propiedad intelectual sobre los productos del Programa PAIMEF y del trabajo editorial del INMUJERES CDMX.

Dra. Teresa Incháustegui Romero

Directora Gral. Del Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México

### **Objetivo General del Estudio:**

<sup>7</sup> *La muerte del prójimo*. Ed. Fondo de Cultura Económica. Bs.A., Argentina, 2015:14



Identificar las expresiones de violencia y acoso sexual contra las mujeres en las redes sociales que se difunden a través de mensajes e imágenes misóginas, discriminatorias, degradantes y violentas. Asimismo, analizar esas manifestaciones de la violencia y el acoso sexual para elaborar un plan de acciones y líneas estratégicas dirigidas a la visibilización, prevención y atención de la incidencia de la violencia de género en el espacio digital.

### **Objetivos Específicos:**

- Realizar un análisis cuantitativo (Big Data) y cualitativo sobre las formas que adquiere la violencia de género en las principales redes sociales expresadas en contenidos, estereotipos y otras.
- Visibilizar la situación de la violencia contra las mujeres en el espacio digital y reconocer cuáles son las manifestaciones de violencia sexual más comúnmente expresadas por hombres y mujeres, dirigidas a las mujeres en las redes sociales de Facebook y Twitter.
- Distinguir las percepciones y las acciones que han emprendido las mujeres víctimas ante la violencia y el acoso sexual en las redes sociales de Facebook y Twitter.
- Examinar las acciones que han emprendido los colectivos de mujeres y activistas ante la violencia y el acoso sexual en las redes sociales de Facebook y Twitter, así como los resultados que han obtenido en esta problemática.
- Sugerir un plan de acciones tanto para visibilizar la violencia y el acoso sexual que reciben las mujeres en las redes sociales, así como para su prevención, a través de campañas públicas de concientización y contenidos en Facebook y Twitter, entre otros.

La metodología del estudio abordará desde un enfoque exploratorio de análisis cualitativo y cuantitativo, el impacto que tienen las redes sociales como instrumento de comunicación e interacción y los usos que hace la población de éstas en la emisión y difusión de mensajes, imágenes de violencia de género que se reproducen en el espacio digital.

Para ello se realizará un análisis mediante monitoreo lexicográfico y/semántico de redes sociales como Twitter y Facebook, basado en palabras clave y sus posibles derivaciones semánticas. Los resultados



de esta exploración se complementan con la realización de Grupos focales y Entrevistas semiestructuradas.

En un segundo momento, se analizan las conocidas “*nubes de palabras o conversacionales*” con el propósito de obtener las temáticas y descartar los contenidos que no correspondieran a esta investigación y, así, obtener el universo de contenidos con sus combinaciones. A partir de lo anterior, se determinó una muestra representativa para ser analizada de manera cuantitativa y cualitativa: mapeo de los principales grupos de influenciadores, análisis de los comentarios, identificación del sexo de las y los usuarios, redes más utilizadas y tendencias.

A partir de los resultados se hacen propuestas y recomendaciones para promover espacios virtuales libres de violencia contra las mujeres y las niñas.

## MARCO CONCEPTUAL

En México, el reconocimiento a los derechos humanos y, en particular, al derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, ha sido producto de una larga lucha por parte de las organizaciones civiles y feministas. Estas conquistas se han materializado no solo en la adopción por parte del Estado mexicano de diversos Tratados y Convenciones Internacionales que tutelan los derechos de las mujeres como: la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención Belém do Pará) y/o los planes de acción de las Conferencias Mundiales sobre la Mujer (México 1975, Copenhage (1980) Nairobi (1985), Beijing (1995), sino en la creación de una legislación nacional que traslada a normas y políticas públicas, los principios fundamentales de la igualdad de género y no discriminación de las mujeres, así como su derecho a vivir una vida libre de violencia.

Bajo esta perspectiva se crea un andamiaje institucional para la formulación de políticas públicas y creación de instituciones gubernamentales que a la igualdad de las mujeres y los hombres. Entre otros instrumentos jurídicos que han sido de relevancia para garantizar los derechos humanos de las mujeres se pueden mencionar la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, la Ley General





para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, Ley General de Víctimas, la Ley de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos o la Ley del Instituto Nacional de las Mujeres.

En lo tocante a la violencia, en 2007 se publica la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, que en su reglamento contempla lineamientos para combatir la violencia contra las mujeres en sus diversos tipos: psicológica, sexual, física, patrimonial y económica; en sus diversas modalidades o ámbitos como son: familiar, laboral y docente, comunitaria, institucional y feminicida. En ese mismo año se promulga la Ley para Prevenir y Sancionar la Trata de Personas que tipifica la trata de personas como un delito.

La violencia es una situación que cotidianamente enfrentan las mujeres tanto en la casa como en la calle, el trabajo, la escuela y, actualmente incluso en las redes sociales. Las agresiones en contra de las mujeres y niñas se manifiestan en todos los ámbitos y son ejercidos por las parejas, desconocidos, compañeros de trabajo o escuela, maestros y/o familiares.

La violencia contra las mujeres se caracteriza por su invisibilidad. Esta es producto de las pautas culturales que aún priman en nuestras sociedades, en las que la violencia intrafamiliar o de pareja y los abusos sexuales de conocidos, familiares o desconocidos, son concebidos como contingencias frecuentes y hasta inevitables en la vida de una mujer. En otros casos estos eventos se ven como asunto privado donde los demás – incluso las autoridades - no deben inmiscuirse.

La ‘normalización’ es otro de los rasgos que acompañan las prácticas de violencia contra las mujeres. La cultura patriarcal justifica o aún “autoriza” al varón para ejercer la violencia contra la mujer cuando su objetivo se ‘corregir comportamientos’ o “excesos” en su conducta que se salen de la norma esperada de los que “debe ser y parecer” una mujer; que no se adecuan a su rol esperado de madre, esposa y ama de casa. La cultura patriarcal justifica y preserva la potestad de cualquier varón para intervenir o controlar la vida de las mujeres e, incluso de usar de cualquier tipo de violencia en contra de una mujer que “desafía” o transgrede las fronteras culturales del género. Sobre estos conatos de



“moralización” que muchos hombres se sienten autorizados a realizar se asienta según Rita Segato buena parte de las motivaciones de los violadores y feminicidas.<sup>8</sup>

De esta suerte tanto la invisibilidad como la normalización que rodea a la violencia contribuye a la impunidad de estos hechos, ya que si la violencia entre parejas o intrafamiliar se justifica como natural o como cosa privada, para muchas personas estos actos no entrañan violación a ningún derecho y, por lo tanto, o bien, no se denuncian o incluso en los casos en que se presentan ante autoridad competente, los propios operadores de justicia lo minusvaloran. En el imaginario común de la población y aún en gran parte de los operadores de de justicia, la violencia hacia las mujeres es común y por ende no condenable. En este sentido la normalización de violencia es la evidencia más palpable que es resultado de la construcción social basada en relaciones de poder inequitativas entre hombres y mujeres que responde, en gran medida, a un sistema de dominación patriarcal.

De acuerdo con la ENDIREH<sup>9</sup>, en México 6 de cada 10 mujeres mayores de 15 años de edad han sido víctimas de violencia. La violencia de pareja es la más común: 46.1% de las mujeres reconocen haber sufrido algún tipo de incidente de violencia emocional, económica, física o sexual por parte de su novio, compañero o esposo. Sin embargo, la violencia comunitaria y en los espacios públicos también reporta cifras altas. El 31.7% de las mujeres han sido víctimas de alguna agresión a lo largo de su vida y de esa cifra, la mitad, 15.5%, ha sufrido alguna agresión en los últimos 12 meses. De ese 15.5%, el 86.1% sufrieron intimidación, 18.2% fueron víctimas de abuso sexual y 15.8% de otras formas de agresión.

En los últimos años, la violencia contra las mujeres ha sido abordada desde diversas perspectivas, principalmente como un problema de salud pública, de derechos humanos y de seguridad. Sin embargo, con la llegada de las nuevas tecnologías de la información y, en específico, las nuevas plataformas sociales en Internet, el fenómeno de la violencia y el acoso suscita interés y preocupación

<sup>8</sup> Segato, Rita. Las estructuras elementales de la violencia: Contrato y Status en la Etiología de la Violencia. Universidad de Brasilia, 2003.

<sup>9</sup> Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011 (ENDIREH), Instituto Nacional de Geografía y Estadística <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/endireh/2011/>



a nivel mundial. Existen cada vez más casos reportados sobre las expresiones de violencia y de violaciones a la integridad, seguridad y derechos de las mujeres.

De ahí que la Organización de Naciones Unidas haya reconocido la ciber violencia contra las mujeres y las niñas “ciberVCMN” como un problema de proporciones epidémicas. En el último informe de la Comisión de la Banda Ancha para el Desarrollo Digital creada por Naciones Unidas, llama a los diversos sectores público y privado a tomar acciones y estrategias destinadas a detener el incremento de la violencia en línea contra las mujeres. Y es que las plataformas sociales de Internet han traído consigo la nueva modalidad del *ciberacoso* online. Investigaciones de la Comisión señalan que un 73% de las mujeres se ha visto expuesta o ha experimentado algún tipo de violencia en línea<sup>10</sup>.

El *ciberacoso* describe una nueva forma de violencia a través de las tecnologías de la información y la comunicación que se detecta ya en los años 90s. Smith et al, lo definen como “ (...) es una agresión intencional por parte de un grupo o un individuo, usando formas electrónicas de contacto repetidas veces contra una víctima que no puede defenderse fácilmente por sí misma”.<sup>11</sup> Por su parte la Organización de Naciones Unidas lo define como un comportamiento violento en línea que va desde el acoso en línea y el agravio público hasta el deseo de infligir daño físico, incluidos los ataques sexuales, los asesinatos y los suicidios inducidos<sup>12</sup>.

Son todavía escasos los estudios que se han realizado sobre la violencia de género, acoso y hostigamiento contra las mujeres en los espacios digitales. España y Estados Unidos son de los países que cuentan con más estudios sobre el tema y que, a su vez, identificaron *cyberbullying*, *grooming*, *sexting*, *shaming*, *doxing* y/o *stalked*<sup>13</sup> como formas de violencia entre las y los jóvenes.

<sup>10</sup> Broadband Commission for Digital Development of United Nations (2015) Cyber Violence Against Women and Girls, UNESCO, New York.

<sup>11</sup> Smith, P.K., Mhdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Rusell, S. Y Tippett, N. (2008) *Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils*, Journal of Child Psychology and Psychiatry, Vol 49.

<sup>12</sup> Broadband Commission for Digital Development of United Nations (2015) Cyber Violence Against Women and Girls, UNESCO, New York.

<sup>13</sup> *Grooming* (acoso ejercido por un adulto hacia un menor con el propósito de establecer una relación de control emocional y de abuso sexual); *sexting* (envío de contenidos de tipo



Por estas razones resulta todavía difícil conocer datos cuantitativos de la incidencia del ciberacoso entre géneros. Sin embargo, algunos estudios e investigaciones han documentado casos de agresiones desagregadas por sexo, gracias a ellos se puede constatar que: 1) el fenómeno de la violencia contra las mujeres en las redes sociales y, en sus diferentes expresiones, es un reflejo de lo que sucede fuera del espacio cibernético<sup>14</sup>; 2) se ha observado que las agresiones sexuales –*acoso sexual, más que shaming y el sexting*- son desproporcionadamente dirigidas a las mujeres y, en esos casos. Además el ciberacoso se presenta con mayor en personas menores de 29 años, siendo principalmente en mujeres; 3) También se puede apreciar que el incremento de las agresiones se relaciona directamente con la mayor participación de las mujeres en las redes sociales<sup>15</sup>. 4) Dejando de lado el acoso sexual, en tipos de violencia como: *shaming* y el *sexting*- que se dan en Internet, no se encuentran muchas diferencias de género entre las víctimas de las agresiones<sup>16</sup>. (5) Los agresores son principalmente hombres aunque de igual forma ellos son sujetos a la ciberviolencia;<sup>17</sup>. 6) Se

sexual como fotografías y/o videos), *cyberbullying* (acoso entre personas iguales), *shaming* (amenazas de exponer imágenes íntimas personales), *doxing* (publicar información privada sin consentimiento de la persona), *stalked* (acechar o espiar a una persona).

<sup>14</sup> Dueñas, D., Pontón, P., Belzunegui, A., y Pastor, I. (2016). *Expresiones discriminatorias, jóvenes y redes sociales: la influencia del género* en *Comunica: Revista Científica de Educomunicación*, nº46 y Orijuela-López, L., Cabrera, B., Calamestra-Villén, J., Mora-Merchán, J., Ortega-Ruiz, R. (2013). *Acoso Escolar y Ciberacoso. Propuestas para la Acción*. Madrid: Save the Children. Ver también el apartado de Entrevistas en el apartado “Resultados de Hallazgos”

<sup>15</sup> Vela, E. y Smith, E. (2016). *La violencia de género en México y las tecnologías de la información* en Internet en México: Derechos humanos en el entorno digital. México: Ciudad de México: Derechos Digitales. También referirse al apartado de Entrevistas.

<sup>16</sup> Verdejo Espinosa, M.A. (2015). *Redes Sociales y Ciberacoso* en “Ciberacoso y violencia de género en redes sociales: Análisis y herramientas de prevención”. Andalucía: Universidad Internacional de Andalucía. También el trabajo de Estébanez, I. Y Vázquez, N. (2013). *Las desigualdades de género y el sexismo en las redes sociales. Una aproximación cualitativa al uso que hacen de las redes sociales las y los jóvenes de la CAPV*. Euzkadi: Colección Gazteakbilduma. Ver las diversas encuestas y estudios del centro de investigación Pew Reserch Center sobre cyberbullying y acoso sexual. Ver e reporte *Online Harassment* realizado en 2014 por el Pew Research Center en <http://www.pewinternet.org/2014/10/22/online-harassment-experiences-in-their-own-words/>.

<sup>17</sup> Ver las investigaciones de Félix-Mateo, V., Soriano-Ferrer, M., Godoy-Mesas, C., y Sancho-Vicente, S. (2010). *El Ciberacoso en la enseñanza obligatoria* en “Aula Abierta”. Universidad



presentan además en redes social diversas formas de discriminación por ser mujer, por la orientación sexual, el origen étnico, la religión y/o hacia personas con discapacidad, entre otros.

En México, los primeros estudios realizados sobre la violencia en los espacios digitales se enfocaron principalmente en el fenómeno del ciberbullying en adolescentes. Un primer ejercicio para medir el acoso cibernético se realizó en 2011 precisamente en la Ciudad de México, entre estudiantes de primarias y secundarias públicas. Entre los principales hallazgos de dicha encuesta, se observó que 2 de cada 10 alumnos habían usado el teléfono celular para grabar a compañeros en situaciones comprometedoras y la mitad de ellos había admitido haber utilizado dichas imágenes en su contra.<sup>18</sup>

A su vez, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, realizó una primera aproximación al fenómeno del ciberacoso incorporando un Módulo en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares (2015). El Módulo sobre Ciberacoso identificó diversos tipos de acoso que vive la población, la frecuencia con la que se presenta, la identidad del acosador, así como las reacciones de las víctimas.

Según los datos recabados,<sup>19</sup> 81% de la población de 12 años o más, utiliza internet o celular. De estos 50.9% son mujeres y 49.1% son hombres. 24.5% del total de personas usuarias de internet o teléfono

---

de Oviedo: Vol. 38; Torres Alberto, G. (2014). *El Ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad; Quesada Aguayo, M. (2015). *La violencia de género y el ciberacoso en las redes sociales: análisis y herramientas de detección* en "Ciberacoso y violencia de género en redes sociales: Análisis y herramientas de prevención". Andalucía: Universidad Internacional de Andalucía y Vela, E. y Smith, E. (2016). *La violencia de género en México y las tecnologías de la información* en Internet en México: Derechos humanos en el entorno digital. México: Ciudad de México: Derechos Digitales

<sup>18</sup> *Encuesta de Percepción de la Violencia en alumnos de primaria y secundaria del Distrito Federal 2011*, Administración Federal de los Servicios Educativos del Distrito Federal. También ver el trabajo de investigación de Martínez Medina M.C. y Mújica Murias A. (2010). México: violencia contra las mujeres y las tecnologías de información y comunicación. Ciudad de México: Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC).

<sup>19</sup> Ver la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las TIC en Hogares (ENDUTIH) en el Módulo sobre Ciberacoso 2015 (MOCIBA) [http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/investigacion/ciberacoso/2015/doc/mociba\\_2015\\_principales\\_resultados.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/investigacion/ciberacoso/2015/doc/mociba_2015_principales_resultados.pdf)



celular, ha experimentado alguna situación de ciberacoso; de éstos 47.9% son mujeres y en 52.1% hombres.

Al cruzar variables sociodemográficas como el nivel educativo, se constata un dato paradójico: a mayor nivel de instrucción de las personas de sexo femenino, mayor parece ser la propensión a ser víctima de acoso.

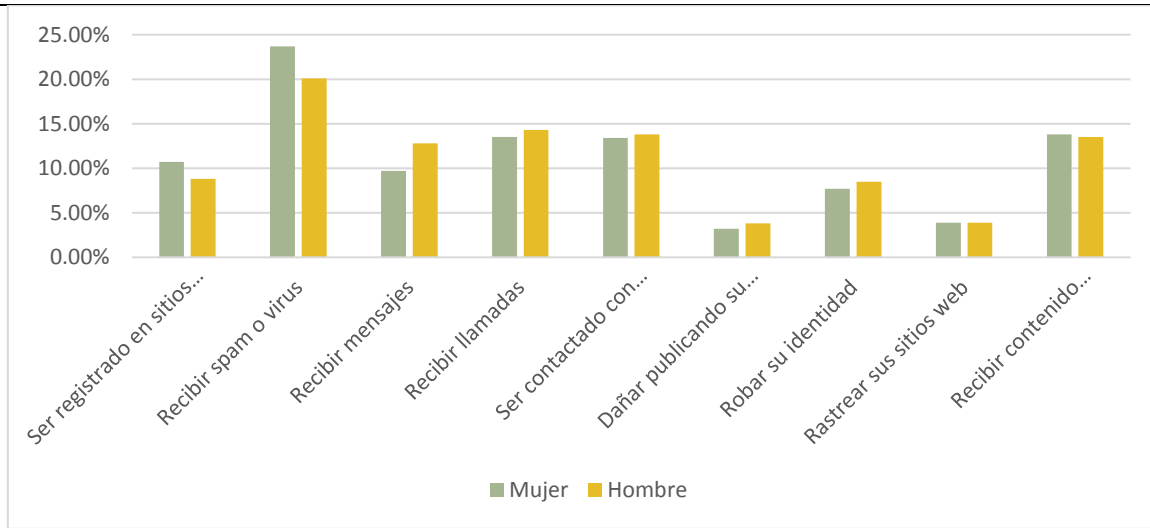
Así, mientras 10% de las mujeres sin escolaridad señalaron haber sufrido ciberacoso; en las que tienen nivel básico sube a 17.5%; seguido de aquellas cuya escolaridad es de nivel medio superior con un 20.6%. Llegando a 35.7% en las mujeres con escolaridad de nivel superior.

El hostigamiento se presenta con mayor fuerza en las mujeres jóvenes de 20 a 29 años, entre las cuales alcanza 30% de incidencia, seguido por el grupo de 12 a 19 años en una proporción del 28.1%. En las mujeres de 30 a 49 años de edad es de 20% y de solo 9% en las mayores a 50 años.

La forma de acoso mas frecuente se presenta por medio de *spams o virus, recepción de llamadas, contacto por medio de identidades falsas, recepción de contenido multimedia, registro en sitios web, robo de identidad, entre otros.* (Ver Cuadro No. 1)



**Cuadro No. 1. Medio por el cual se recibe algún tipo de acoso en población de 12 años y más**



Fuente INEGI. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las TIC en Hogares (ENDUTIH) en el Módulo sobre Ciberacoso 2015 (MOCIBA).

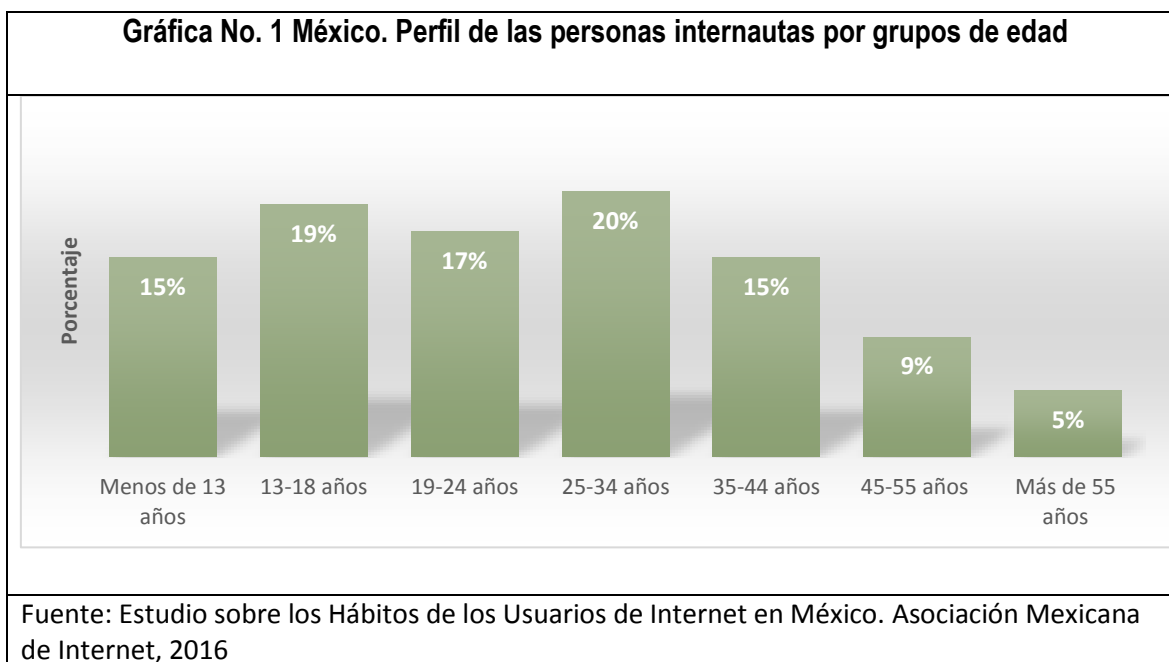
En cuanto a la identidad del acosador 86.3% de mujeres dijo desconocerla. En el resto de los casos 11.1% mencionó que se trataba de alguien conocido-5.9% identificaba a un *amigo*; 4.5% un compañero de clase o trabajo; 2.3% a un familiar y 2.2% de la expareja. Estas cifras constatan que el acoso sexual victimiza sobre todo a las mujeres menores de 30 años y que sus acosadores en más de 80% no son identificados como lo indica el MOCIBA. *Aquí hay un dato importante que no puse y que tal vez sería bueno incluir:* Del porcentaje de población de 12 años o más que vivió un ciberacoso, únicamente un 4% denuncia. Un 26.3% prefiere bloquear a la persona, otro 26.3% ignora la situación y un 13.9 busca cambiar o cancelar el número telefónico o cuenta.





### Uso de las nuevas tecnologías en México

De acuerdo a la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) <sup>20</sup> actualmente, 59.8% de la población mexicana tiene acceso a Internet: 50% son mujeres y 50% hombres. El dispositivo digital de mayor uso para la conexión son los *smartphones* (77%) seguidos por las laptops (69%) y las computadora de escritorio (50%). El hogar es el principal lugar de acceso (87%), seguido por los dispositivos móviles (52%) y la oficina (38%). Las y los mexicanos suelen estar conectados a la red un promedio de 7 horas diarias, lo que equivale al tiempo que pasa un joven en la escuela.



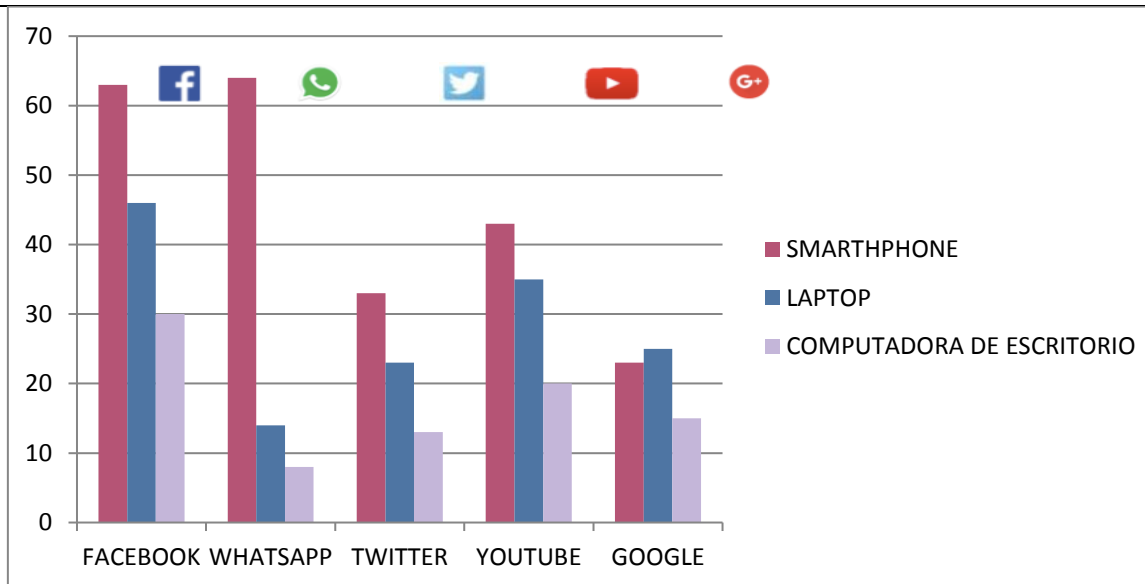
Sobre el uso personal que se le da al tiempo *online*, la actividad principal suelen ser las redes sociales en las cuales 79% señalan como principal actividad. Son seguidas por el envío y/o recepción de

<sup>20</sup> Asociación Mexicana de Internet AMIPCI. (2016). 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México.



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO**SEDESOL**  
SECRETARÍA DE  
DESARROLLO SOCIAL**Indesol**  
Instituto Nacional de Desarrollo Social

correos electrónicos (mails) que alcanza 70% de los usos; la mensajería instantánea 68%. Las búsquedas de información 64% ver películas y escuchar música vía streaming (52%), entre otras actividades. En promedio, las y los usuarios de internet suelen utilizar principalmente cinco redes sociales: Facebook (92%), seguida por WhatsApp (79%), YouTube (66%), Twitter (55%) y Google + (52%).


**Gráfica No. 2 México. Penetración de redes sociales en personas usuarias de Internet**


Fuente: Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México. Asociación Mexicana de Internet, 2016.

A través del Smartphone, las redes sociales más utilizadas son WhatsApp (64%) y Facebook (63%), seguidas por YouTube (43%), Twitter (33%) y Google + (23%). A través de la laptops, Facebook es la principal red social a la que se accede (46%), seguida, por Youtube (35%), Google + (25%), Twitter (23%) y WhatsApp (14%). Y respecto a las computadoras de escritorio, se accede principalmente a Facebook (30%), YouTube (20%), Google + (15%), Twitter (13%) y WhatsApp (8%).

El Internet está cambiando ciertos hábitos de las y los mexicanos en las maneras en cómo se relacionan los internautas para conocer gente o estar en contacto con los amigos. De acuerdo a los datos 10% de las personas usuarias señaló que socializaba únicamente *online*, frente a un 22% que lo hace de manera presencial. Otro 44% indicó que su contacto con la gente lo realiza tanto de modo presencial como de manera virtual.

Así, los datos anteriores revelan el incremento de la interacción virtual entre usuarios de Internet.. Otro patrón que ha ido cambiando es el objetivo principal del uso de internet. Si bien, las y los internautas



se conectaban por primera vez para la búsqueda de información, hoy en día, lo hacen para acceder a una red social.

### ***Las redes sociales como medios de violencia contra las mujeres***

La violencia de género afecta de manera indiscriminada a todas las mujeres y niñas sin importar su origen, educación, edad, condición física o estrato social. En las redes sociales, las mujeres diariamente son objeto de agresiones que van desde ataques verbales y burlas, hasta persecución y acoso sexual en la red. Entre las diversas formas en las que se manifiesta la violencia contra las mujeres en estos espacios destacan los siguientes: <sup>21</sup>

- **Violar la intimidad de una mujer** al filtrar imágenes y/o videos ya sea realizando algún acto sexual o exhibiendo su cuerpo semidesnudo o desnudo, sin su consentimiento.
- **Sembrar rumores falsos y difamar** a alguna mujer con el propósito de dañar su reputación y buscar avergonzarla en su red social, integrada por familiares, amigos y/o conocidos.
- **Crear perfiles falsos y/o usurpar la identidad** de alguna para subir fotos, hacer comentarios ofensivos o hasta ofertas sexuales, desde estas identidades simuladas.
- **Denigrar a mujeres** al difundir fotos, “memes” y/o grabaciones en donde se busque intimidar, agredir, humillar o ridiculizar, denigrar. Asimismo, filmar a través de teléfonos celulares o cámaras digitales actos de violencia en donde se golpea, agrede, grita o persigue a una persona de sexo femenino.
- **Acechar o espiar (stalked)** las publicaciones, comentarios, fotos y todo tipo de información de una mujer en sus cuentas de redes sociales. Esta modalidad puede ir de una simple

<sup>21</sup> Ver: Quesada Aguayo, María (2015). *La violencia de género y el ciberacoso en las redes sociales: análisis y herramientas de detección* en “Ciberacoso y violencia de género en redes sociales: Análisis y herramientas de prevención. Andalucía: Universidad Internacional de Andalucía. Y, también a Vela, E. y Smith, E. (2016). *La violencia de género en México y las tecnologías de la información* en Internet en “México: Derechos humanos en el entorno digital”. México: Ciudad de México: Derechos Digitales.



indagación hasta el deseo de relacionarse con la víctima para intimidarla y acosarla sexualmente.

- **Acoso y amenaza** mediante el envío de imágenes con contenidos sexuales y/o mensajes agresivos y hostigadores en cuentas de correo electrónico, mensajería telefónica o redes sociales de las víctimas; así como intimidar a una mujer con la intención de golpearla, abusarla sexualmente y/o matarla si no accede a sus deseos.

Los ataques y agresiones pueden provenir en lo individual, de parte de amigos, familiares, pareja o por desconocidos. Sin embargo, las mujeres también pueden ser acechadas o perseguidas de manera multitudinaria por grupos: *online trolls*. Estos grupos son personas que publican mensajes, suben imágenes o videos y crean diversos *hashtags* con el propósito de molestar, provocar o instigar. Muchos de estos *trolls* se esconden bajo el anonimato y mediante cuentas falsas para generar discursos de odio e incitar a comportamientos agresivos llegando a viralizar contenidos.

En las redes sociales diariamente se encuentran comentarios, fotos o videos con estereotipos sexistas, bromas ofensivas, contenidos machistas, justificación de la violencia, pornografía y/o acoso sexual. Estas expresiones de violencia en sus diversos tipos y modalidades se han convertido en prácticas normalizadas e inclusive toleradas, compartidas y aún celebradas por no pocas personas usuarias de internet.

El nuestro medio, el reciente caso de la Senadora y medallista olímpica Ana Gabriela Guevara, que después de haber agredida físicamente por varios sujetos en un percance carretero, recibió una andanada de insultos y agresiones a través de las redes sociales, poniendo de manifiesto el trasfondo de odio y las incitaciones de odio generadas por grupos de *trolls*, a través de “memes” y *hashtags* como: #GolpeaAUnaMujer y #MujerMuertaMujerPerfecta.

Sin embargo, este caso no ha sido el único. Otra competidora olímpica en gimnasia, Alexa Moreno, durante la Olimpiada en Rio 2016 fue objeto de burlas y comentarios sexistas por su aspecto físico. La red se alimenta de discursos discriminatorios y agresivos hacia personas y grupos específicos, basta prestar atención a *hashtags* como los son: #MujerMuertaMujerPerfecta, #VIHCastigoParaGays, #MatarGaysNoEsDelito, #QueAscoSerHomosexual, o bien, #AnimalComoHomosexual.



El uso de smartphones ha cambiado los patrones de producción de contenidos en la red, ya que a través de las cámaras se pueden hacer fotomontajes o videos instantáneos con contenidos machistas, sexistas e incitaciones de odio y tener alcance a millones de usuarios. Las fotos o videos de las víctimas, pueden estar en cualquier momento en una página web, blog o red social, expuesta a la burla y a la humillación en grupos cerrados o de manera colectiva.

Una de las personas entrevistadas para este Estudio, relató un hecho de estos de parte de sus compañeros de escuela.

*“Me llegó a pasar una vez en secundaria (...) en algún momento compañeros llegaron a tomarme una foto por debajo de la falda y no recuerdo quién me dijo que esos chicos habían subido una foto mía en un sitio web en dónde se ven fotos de chicas de la escuela con faldas y hasta pornográficas (...) yo vi esa foto de mí y no sé si era una web porno pero estaba junto con otras chicas que, alguien seguramente, les estuvo tomando fotos (...) mis papás también se enteraron de eso y fuimos a denunciarlos (...) y en la secundaria me echaron la culpa porque no me sentaba con las piernas cerradas (...) si los corrieron, pero todos mis compañeros me decían que yo tenía la culpa por no sentarme bien”.<sup>22</sup>*

A su vez, plataformas como Whatsapp y de mensajería instantánea mediante los “chats” son herramientas que facilitan el acoso, hostigamiento a través de mensajes o de la transmisión de imágenes.

Hasta ahora en México no se cuenta aún con datos e investigación al respecto, pero en España donde se ha comenzado a estudiar estos fenómenos, un estudio sobre violencia de género mediante el uso mensajería instantánea entre jóvenes, revela que la utilización de estos dispositivos junto a la difusión de contenidos violentos, ha incrementado el machismo y control de los hombres hacia su pareja. De acuerdo a la misma, 30% de los adolescentes reconocen que ejercen control en la forma de vestir o salir de sus parejas a través de los teléfonos celulares, vía whatsapp. Mientras 21.5% de mujeres afirmaron estar controladas por sus parejas y otro 60% se dijo haber sido víctima del machismo a

<sup>22</sup> Entrevista a una joven víctima de acoso sexual. Ver el apartado “Entrevistas”



través del móvil.<sup>23</sup> Lo cierto es que los “chats” de whatsapp cada vez se vuelven más populares entre las y los jóvenes.

Otro ejemplo representativo sobre los riesgos del video instantáneo y el uso de teléfono celulares como herramienta para viralizar imágenes sin el consentimiento de una persona recae el caso de una joven desconocida, hasta que se viralizara un video de su despedida de soltera, dónde aparecía dándose un beso con un hombre que no era su prometido. Bajo los hashtags #Ladycoralina o #Ladycuernos, la joven se convirtió en *trendingtopic* y víctima de humillación y linchamiento público que se extendió en segundos. Miles de tweets, imágenes degradantes y contenido sexual fueron linchamientos claramente machistas al referirse a ella como puta, perra, zorra, degenerada, entre otras denominaciones (ver anexo).

## METODOLOGÍA DE TRABAJO

El presente estudio propone, desde un enfoque exploratorio de análisis cualitativo y cuantitativo, profundizar en el impacto que tienen las redes sociales como instrumento de comunicación e interacción, en los usos que hace la población de éstas y, así, detectar las formas de violencia de género que se reproducen en el espacio digital. Para ello se planteó la siguiente metodología de trabajo:

**Marco teórico y conceptual:** Investigación documental que contenga los avances en el campo de estudio, con referencias actuales y analizado bajo una perspectiva de género y de derechos humanos de las mujeres. En un primer tiempo, se realizó un análisis documental de casos reportados por los medios de comunicación sobre la violencia de género en las redes sociales y la cobertura mediática producida por los mismos. Por otra parte, se buscó identificar los recientes estudios relacionados con las expresiones discriminatorias y de violencia contra las mujeres en las redes sociales. Cabe mencionar que existe escasez de investigaciones y, a su vez, cada una cuenta con diferentes enfoques, y/o variables de análisis diversas. En el caso de la generación de información estadística

<sup>23</sup> De Miguel Luken, V. (2014). Percepción de la violencia de género en la adolescencia y la juventud. Madrid:



y/o cuantitativa es prácticamente inexistente, sin embargo, se recolectó toda la información que fuera de utilidad para la realización del diagnóstico sobre la violencia de género en medios sociales.

**Monitoreo de Redes Sociales:** análisis sobre la violencia de género mediante el monitoreo lexicográfico y/o semántico y/o visual en Twitter y Facebook (¿cómo se comunica y expresa la violencia?). El estudio consistió en analizar los contenidos y se dividió de la siguiente manera: la cuantitativa dedicada a determinar el volumen informativo (80,000 piezas) y la cualitativa para determinar la opinión y percepción de la información (solamente se analizó tomando como referencia una muestra representativa). Las etapas en el proceso de monitoreo fueron: acopio de datos (la captura de información en sus distintos formatos; video, audio, texto e imágenes); minería de datos (clasificación de la información y asignación de metadatos: medio, fecha, etc.); almacenamiento (alojamiento de la información en una base de datos); procesamiento (la información se despliega bajo distintos mecanismos para su consumo). El periodo de observación fue de un mes en Twitter y Facebook, donde se analizaron cualitativamente los contenidos, piezas informativas, memes, mapa de actores, temas y polaridad.

Los contenidos se organizaron a través de nubes conversacionales que son imágenes donde las palabras que aparecen con más frecuencia en un texto, se muestran en un tamaño mayor; de forma ágil, creativa y atractiva, lo que hace posible visualizar y relacionar el contenido de un texto, documento, lista de elementos o un sitio web, como auxiliares para el análisis en torno a las palabras, las conversaciones sus significados o interpretaciones.

**Grupos focales:** Realización de dos grupos focales: un grupo conformado por hombres y otro por mujeres, que permitió identificar el uso y comportamiento diferenciado de las redes sociales. Asimismo, se identificaron las expresiones de violencia de género, particularmente con contenido sexual manifestadas por hombres y mujeres. Cada grupo focal se compuso de 9 a 14 participantes bajo la conducción de un experto moderador. La estrategia fue formal, dirigida y estructurada a lo largo de la sesión para obtener la información cualitativa que se requiere en el proyecto. La duración de cada grupo focal fue de 120 minutos máximo y se grabó de forma audiovisual.



La selección de participantes es representativa del grupo primario que utiliza Internet en México y son usuarios de redes sociales, corresponden al estrato seleccionado de estudio de 18 a 29 años de edad. La muestra tuvo la misma proporción de hombres y mujeres, predominando los individuos de 18 a 24 años (80%) y el resto de 25 a 29 años (20%). El total de los cuestionarios representará el NSE de los usuarios de Internet de acuerdo con la AMIPCI. Para verificar el diseño de la muestra, las y los participantes previamente llenaron un cuestionario con las variables socioeconómicas apropiadas antes de la sesión de grupo focal.

**Entrevistas semiestructuradas:** Realización de cuatro entrevistas a víctimas de violencia y/o acoso sexual para visibilizar e identificar la gravedad de la problemática; así como a cuatro activistas y/o asociaciones que den cuenta del trabajo que se realiza ante la violencia de género en las redes sociales. Para el caso de las activistas y/o asociaciones se pretendió entrevistar únicamente a aquellas que trabajen sobre el tema de violencia y derechos humanos en el nuevo contexto tecnológico. En el caso de las víctimas de violencia, se buscó entrevistar a mujeres que sufrieron algún tipo de

acoso en las redes sociales. Las entrevistas se realizaron de manera presencial, telefónica y/o vía skype. La duración de la entrevista fue en promedio de 30 a 50 minutos.

**Diseño de propuestas y recomendaciones:** A partir del diagnóstico se construyó una agenda específica con planes y acciones de trabajo para promover las redes sociales como un espacio libre de violencia.





## RESULTADOS y HALLAZGOS

### Uso de Plataformas

Twitter es la principal plataforma para los hashtags y campañas de odio (#Putipobreza, #Putiesposa, #Pobrezafilia) y también la red que cuenta con el mayor contenido pornográfico comparado frente a Facebook.

Lo anterior se explica por las características de estas plataformas: Twitter es un espacio abierto donde el intercambio es continuo y en tiempo real, mediante mensajes cortos de 140 caracteres. La información y mensajes se comparten de manera global por lo que la mayoría de los perfiles son públicos. Al ser una red principalmente abierta, cuenta con políticas de privacidad menos restringidas lo cual facilita el anonimato de sus usuarios; además de que los perfiles en Twitter son más impersonales.

Los temas más populares en Twitter se agrupan en hashtags convirtiéndose en *trending topics* a nivel nacional o internacional, dependiendo del número de tweets que se relacionen con esas temáticas. A través de esos hashtags se viraliza la información y los temas del momento. Los chats o conversaciones son también públicas.

Facebook es diferente. Si bien también parte del principio del intercambio de información, ésta se realiza de manera más personal y puede ser direccionada o segmentada a diversos grupos de amigos, la vez que se pueden compartir contenidos con los conocidos de tus amigos manteniéndose de esta manera cerrado a un conjunto de personas que se conocen entre sí.

En Facebook los chats son principalmente cerrados. Facebook cuenta con una política de privacidad más restringida y los perfiles de las personas son más personalizados que muestran aspectos de la vida privada de cada usuario a través de las publicaciones o fotos. Dicho de otro modo, Facebook es más del ámbito privado y Twitter del ámbito público.



El análisis de los contenidos en redes sociales, en este caso Facebook y Twitter, se realizó desde un diseño de investigación tanto cuantitativa como cualitativa.



Es importante mencionar que los métodos de investigación en redes sociales se encuentran en una etapa exploratoria pues no existe aún una metodología bien definida. De ahí que resultara indispensable cruzar y complementar los estudios cuantitativos (recolección de datos) con la realización de grupos focales y entrevistas semiestructuradas.

La recopilación de datos se hizo a través del análisis de palabras que conlleva a las temáticas, tendencias, volumen y/o *nubes* conversacionales que se rastrean a través de herramientas de medición. Para el propósito de esta investigación cualitativa se utilizó “Brandwatch”<sup>24</sup>.

<sup>24</sup> Brandwatch es una plataforma de escucha y análisis de redes sociales que recoge datos de más de 80 millones de fuentes online, lo que te permite descubrir rápidamente conversaciones relevantes, contenido y audiencias de toda la web. Desde tweets y posts en Instagram, o artículos de noticias y entradas en blogs.



Para fines de esta investigación, en el apartado de hallazgos arrojados de las entrevistas se omitirá la etiqueta de víctima o activista ya que están íntimamente ligados. Por otra parte, las citas que refieren a los comentarios de los grupos focales y entrevistas llevan iniciales y nombres ficticios con el propósito de resguardar la identidad de las y los participantes.

### **Medición cuantitativa en Twitter y Facebook**

En un primer momento, se documentaron de manera cuantitativa las conversaciones derivadas de la búsqueda de y sus posibles derivaciones. Para ello, se realizaron diversas combinaciones agrupadas en torno a 4 términos de referencia:

1. Puta...
2. Viejas...
3. #SiNoteGolpeaNoteAma y hashtags relacionados...
4. #Putipobreza y hashtags relacionados...

#### **a) Nubes conversacionales y de palabras**

Término de referencia 1: "Putas.."

Alrededor de la palabra clave "puta" se identificaron diversas nubes conversacionales entorno a las siguientes combinaciones de palabras: *zorra + prostituta + culera + golfa + putita + perra*. Sin embargo, la prevalencia de ciertas palabras en números absolutos se agrupó principalmente en expresiones como: *hija de puta, puta que te parió, prostitutas, gente+putas, zorras, prostitutas y mujeres+putas*.





### Nube de conversaciones de “viejas”



Término de referencia 3: #SiNoteGolpeaNoteAma

Para el caso de #SiNoteGolpeaNoteAma se encontraron diversas ramificaciones alrededor de esta frase con los siguientes hashtags de menor impacto: #NoMasFeminismo, #SerMachistaEsHermoso y #QuemaTuMujerxGolfa. En cuanto a las palabras de mayor uso con relación a estos hashtags se encontraron: golpe con maquillaje, ser machista, pinches viejas, moretones, muestras de amor y ojo morado.



## Nube de conversación para #SiNoteGolpeaNoteAma

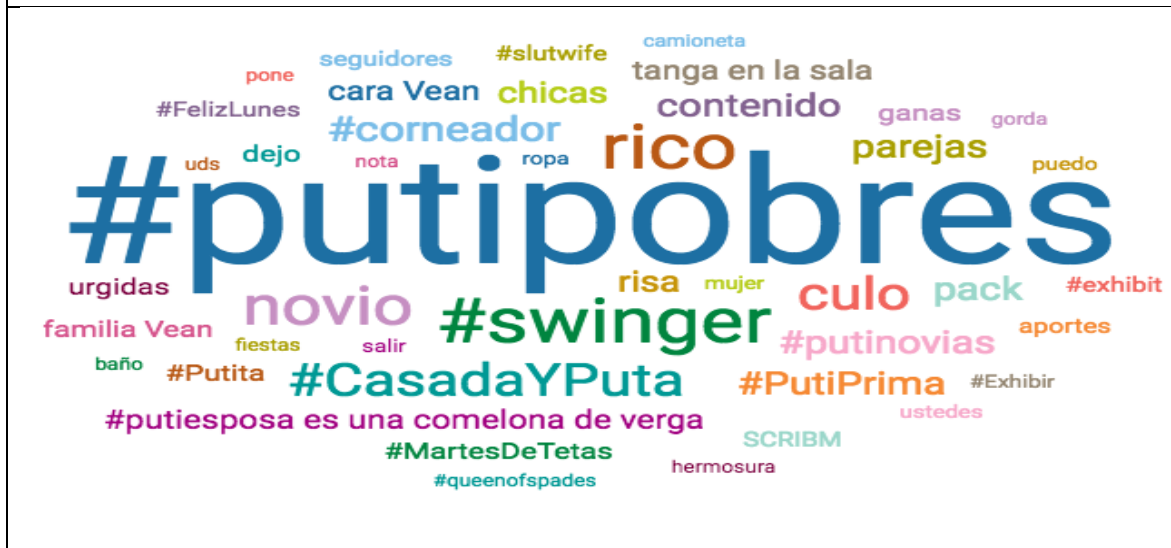


Término de referencia 4. “Hashtags” clave con las siguientes combinaciones #putipobres

Para el caso de los hashtags, se identificó el uso recurrente de la palabra puti+algún adjetivo para describir un fenómeno que lleva alrededor de dos años, principalmente en Twitter, y se relaciona con contenido sexual grabado o fotografiado en escenarios que muestran el origen humilde de quienes lo realizan. De lo anterior se desprenden los hashtags: putipobres + putimorrta +pobrezafilia + putinovia + putiprima + putiesposa + putirica + putizorra + putiteens.



### Nube de conversación para #putipobres



#### b) Resultado de comentarios


En cuanto a los contenidos de la nube conversacional “putas...”, se observa que la palabra se usa de manera despectiva y ofensiva para referirse generalmente a las mujeres. Por un lado, la expresión *puta*, *prostituta* y/o *zorras* como insulto se emplea para denigrar a las mujeres que se visten con poca ropa, que posan de manera sexy en alguna *selfie*, que han tenido sexo con varios hombres, que no son vírgenes, que son infieles o simplemente por el sólo hecho de ser mujeres. Ciertos contenidos asociados a esta nube que llegan a viralizarse, son producto de la condena amplificadas contra alguna figura pública, o casos muy puntuales de venganza contra parejas, amigas, etcétera (nuevamente regresamos al caso de #LadyCarolina, por ejemplo).<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Esta persona fue víctima al escarnio popular tras haberse hecho conocida por un video en el que aparece engañando a su novio en su despedida de soltera. La escena donde besaba a un chico en este festejo fue grabada y compartida en internet por quienes se encontraban en la celebración. Siendo tendencia a nivel nacional. En las redes le pusieron el apodo de “LadyCuernos” y, se encargaron de burlarse y criticar la actitud de la joven con fuertes palabras como “prostituta”. Otras personas festejaban lo que le pasó: “por pendeja



Por otra parte, se encontró alto contenido de “memes”, chistes, burlas, frases machistas y sexistas, así como de comentarios misóginos. Estos contenidos son altamente virales y llegan a generar miles de impresiones detrás de un aparente “chiste” que hace reír o que se considera “divertido”. Se identificaron varias cuentas que se dedican a la difusión de contenido, frases o chistes sexistas, misóginos y machistas. Ciertos mensajes difunden imágenes estereotipadas de la mujer, pero también existen contenidos que promueven e incitan a la violencia contra las mujeres.

Dentro de las bromas o chistes con mayor número de impresiones (más de un millón de prints) se encontraron los siguientes ejemplos en Twitter:

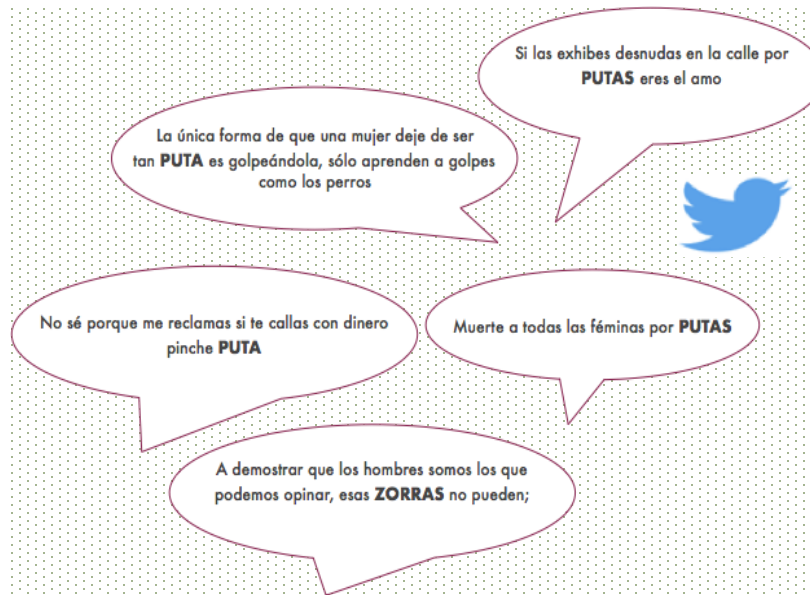
 Chistes con mayor penetración	Impresiones
1. Como detectar a una <b>PUTA</b> en una fiesta: -La que finge reír. -La de la falda más corta. -La que toma gratis.	1,654,795
2. Se escribe: <b>PUTA</b> y se pronuncia: “Estas ardido porque a ti no te dio las nalgas”	1,389,609
3. Soltera pero nunca sola y otras formas de decir que eres una <b>PUTA</b> .	1,255,877
4. No me digan “ <b>zorra</b> ”, yo no tengo la culpa de ser bonita y gustarles a sus novios.	1,255,883
5. ¡Se las dan de <b>PUTAS</b> finas cuando son bien pinches corrientes!	1,155,874

y tener amigas que la graben”. Hubo también comentarios, los menos, que la defendieron, indicando que los hombres lo hacen siempre y no por eso mereces son condenados.





También se encontraron mensajes de odio a través del hashtag #MenosDerechosAmujeres por ser consideradas “putas”. Ejemplos de algunos mensajes:



La palabra *vieja* trae consigo muchas connotaciones y combinaciones. Tal como se mencionó anteriormente, *vieja* se relaciona directamente con las palabras *pendeja*, *ridícula*, *estúpida*, *fea* u otros calificativos denigrantes hacia la mujer. Sin embargo, se puede constatar que la frase “*pinche vieja*”, por ejemplo, también es un apelativo recurrente entre las propias mujeres, para dirigirse en conversaciones entre ellas, sin que en estos casos necesariamente tenga una connotación agresiva, como ocurre en el caso de la palabra *wey* o *guey* entre los hombres, que es una forma de expresar camaradería.

Pero *vieja* se usa también de manera despectiva y discriminatoria tanto por hombres como por mujeres, si se combina con otras palabras que igualmente implican ofensa o denigración, como en los casos: *pincha vieja fea*, *pinche vieja tonta*, *pinche vieja gorda*, etc. Cabe mencionar que los comentarios negativos y agresivos en torno a este contenido, derivaron principalmente de perfiles de mujeres dirigidos hacia otras mujeres.



Otra acepción que se encuentra relacionada con el término “*vieja*” tiene que ver con la palabra *feminazi*. Combinación interesante si se considera que este término se utiliza como apelativo para atacar a cualquier mujer que opine contra el machismo o exija la igualdad de derechos, entre mujeres y hombres.

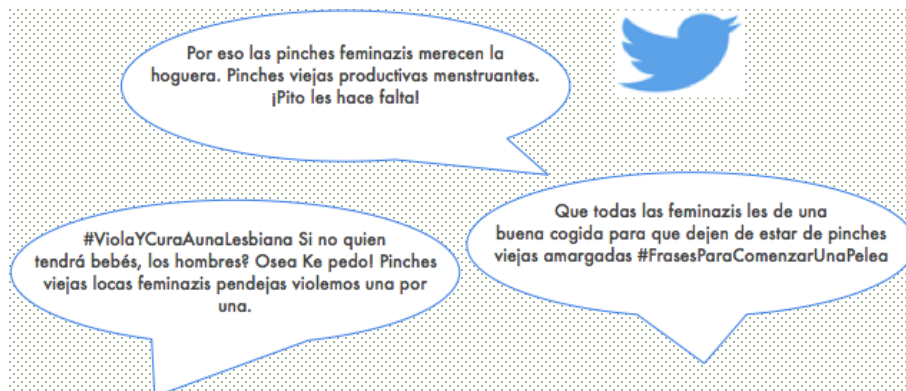
Si observamos los comentarios relacionados con la nube de conversación “*vieja*”, encontramos que se utiliza más en Facebook que en Twitter y que se relaciona con mensajes que se expresan de manera más directa en una red de amigos, conocidos, familiares y/o chats.

Para el caso de “*puta*” presenta una mayor proporción de mensajes y contenidos en Twitter y los hashtags #SiNoGolpeaNoAma y #Putipobreza se presentaron también exclusivamente en Twitter.

Existen grupos cerrados alrededor de estos conceptos en Facebook pero se mantienen de manera anónima y bajo otras etiquetas de búsqueda por lo que no se puede acceder a esos contenidos.

Facebook, es la plataforma donde más se agrede a las mujeres que defienden sus derechos calificándolas de “**pinches viejas feminazis**” en el intercambio de comentarios entre hombres y mujeres. Sobre todo en los foros concentradores de noticias donde participan las mujeres dando sus opiniones como: sdpnnoticias, aristeguino Noticias, sinembargo, regeneración, entre otros. En estos casos por ejemplo, se encontró el posicionamiento agresivo de un usuario, en ocasión a varios comentarios efectuados por mujeres acerca de un tema político: “**Pinches viejas**, aquí no es Europa para que estén opinando en la política (...) **feminazis**”.

Twitter se muestra como tribuna de ataque contra las mujeres tildadas de “feminazis, a las que se califica también como lesbianas, o amargadas *mal cogidas*, recomendando a los hombres violarlas para moralizarlas y normalizarlas.



En estos casos resultó sorprendente encontrar a una proporción alta de mujeres, sumándose a las agresiones en contra de su propio género, reproduciendo y asimilando el apelativo *feminazi* para calificar a las mujeres que defienden sus derechos o polemizan en contra de conductas machistas.

Otro ejemplo es el del hashtag *#SiNoteGolpeaNoteAma* que prácticamente se convierte en el espacio de una especie de campaña de odio hacia mujeres, promovida por grupos de *trolls* que buscan provocar y generar un efecto viral difundiendo expresiones e imágenes violentas.<sup>26</sup>

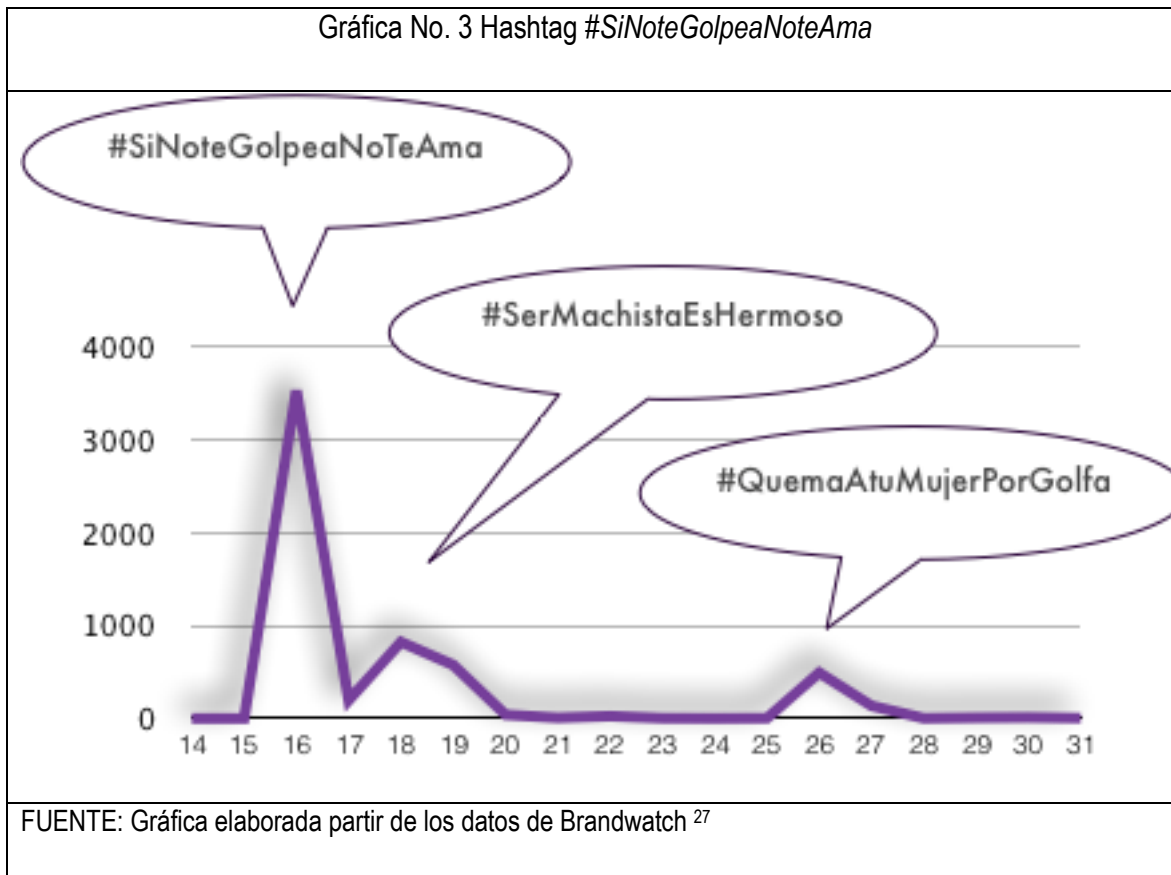
<sup>26</sup> El interés de estos Trolls es crear *trending topics* y posicionarse como grupos de poder y de convocatoria antisocial online. Los llamados Trolls son aquellas personas que buscan provocar de manera intencionada a otros usuarios creando disparidades, controversias, debates sin sentido, mediante insultos o algún tipo de mensaje ofensivo. Actúan en blogs, foros, chats, redes sociales... generando polémicas innecesarias. Un caso muy sonado de ataque violento organizado por Trolls desde las redes sociales se presentó en mayo de 2015 en contra de Luisa Velázquez Herrera de la comunidad LGBTTI a través de su cuenta *@menstruadora* en Twitter, donde llegaron decenas de insultos después de haber iniciado activismo por los derechos de las mujeres y el respeto a la diversidad sexual, en un blog y página de internet de su colectivo, llamado "Lesboterroristas". Estos insultos subieron de tono con el paso de los meses. Los trolls buscaron tumbar sus redes sociales con mensajes de violación, asesinatos, imágenes de mujeres calcinadas, acompañadas de amenazas. Cuando sus acosadores convocaron a darle "un susto" en los lugares que frecuentaba la activista. Laura tuvo que cerrar sus cuentas de internet y ausentarse de las redes sociales.



La violencia verbal que se desencadena de este tipo de hashtags esta plagada de insultos vejatorios y humillantes que llegan a las amenazas de violación e incluso la convocatoria de cometer feminicidios. Por ello resulta importante destacar que esta campaña de odio se viralizó en 3 ocasiones con los siguientes #hashtags como lo muestra la Gráfica No.3:




Gráfica No. 3 Hashtag #SiNoteGolpeaNoteAma



Los contenidos y mensajes relacionados con los hashtags presentados en el Cuadro No. 2, muestran a las claras, la intención de provocar y promover el odio y la violencia en contra de las mujeres, así como cuestionar cualquier atisbo de derecho (“No. No tienes derecho, mujer...” ) que puedan demandar, o aún tener algún rasgo de independencia o autonomía así sea de criterio, en las mujeres (“Si no es sumisa no vale la pena; “Para qué se inventó el voto de la mujer si nadie las escucha).

<sup>27</sup> <https://www.brandwatch.com/es>


**Cuadro No. 2 Contenidos y Mensajes de los Hashtags ligados a la campaña de odio**

		
# SiNoTeGolpeaNoTeAma	# SerMachistaEsHermoso	# QuemaATuMujerXGolf
Las mujeres que creen que pueden ser iguales que los hombres, deberían estar en la cocina haciendo sandwich's,	Pinches viejas tienen suerte yo podría ser un asesino serial de mujeres, solo que no soy constante	La gasolina también sirve para rosear a tu mujer y después prenderle un cerillo
Para qué usar maquillaje, cuando puedes lucir unos bellos moretones	Si no es sumisa no vale la pena	Gasolina fosforos o mechera y trabajo hecho :v
Me encanta no tener que usar maquillaje; pues ya tengo los hermosos golpes que me deja mi novio	Para que comprar maquillaje si hay hombres que con golpe te arreglan	Un Amén por esos litros de gasolina que se gastaron en quemar a esas zorras.
El mejor maquillaje de una mujer es traer el ojo morado después de un golpe	A veces me levanto con hanas de salir a violar niñas	Quémala ya sea con gasolina y fuego o reenviando sus nudes, el chiste es quemarla
No oculto los golpes con maquillaje porque sé que son sus muestras de amor.	No, no tienes derechos mujer..Solo sirves para hacer limpieza/Cocinar/Ser objeto Sexual	Mátalas, con una sobredosis de gasolinaaaa
El único maquillaje que una mujer debe tener es el morado que les dejamos por tantos golpes	¿Para qué se inventó el voto a la mujer? si nadie las escucha.	Como encender una Golf: átala de piernas y manos, hecha gasolina poco esta muy cara y préndela
Es tan hermoso como los golpes que le doy a mi novia :v	A Los Únicos Derechos Que Deben Tener Las Mujeres Serian El De Trapear Y Hacer De Comer :3	Quema a tu mujer por todas las veces que te negó el sandwich



Los hashtags #Putipobreza, #Putiesposa, #Pobrezafilia, #Putirica, #Misseria, #EsDePutipobres o #TanTicaYTanPobre. etc., parecen ser creados en México desde donde se dice se han extendido a Costa Rica, Colombia, Chile y Argentina. No tienen tanto nivel de conversaciones y/o comentarios, pero sí un alto contenido sexual con imágenes y videos de mujeres, en su mayoría adolescentes provenientes de grupo sociales precarizados.

Las páginas muestran fotografías y videos de mujeres adolescentes en posiciones eróticas en escenas donde se quitan la ropa o hacen énfasis en sus pechos, glúteos o genitales. Los sitios difunden igualmente *selfies* y *videos*, de menores de edad. Es una combinación entre sorna, burla, pornografía, voyerismo, exhibicionismo, morbo y humillación: jóvenes desnudas o semidesnudas posan y se toman *selfies* y/o *videos*, en posiciones eróticas y sensuales, en un escenario de cuartos o casas caracterizadas por la pobreza, cuartos con techo de lámina o paredes de tabique.

El contenido de estos espacios es una combinación de novatadas de adolescentes de condición social precaria, con “subidas” de estos materiales por otras personas; pueden ser también resultado de actos de extorsión, pornografía y trata. Es de hacerse notar sin embargo que la mayoría de las fotos que salen en esos hashtag, han sido compartidas sin el consentimiento de los que aparecen en ellas. Quienes las comparten se esconden bajo el anonimato que el Internet posibilita. A eso se reduce los "Putipobres": un cruel anonimato que facilita imponer, la discriminación, la falsa sensación de superioridad, y lo peor: naturaliza la pobreza y el odio hacia las mujeres.

Es difícil saber hasta donde esas jóvenes son víctimas de su propio exhibicionismo o, de parejas que suben estas imágenes sin su consentimiento; o cuando son víctimas de redes de trata. Lo cierto es que alrededor de la #putipobreza se difunde, se reproduce o se genera, humillación de la pobreza y discriminación por el origen humilde de las jóvenes, a través de una pornografía que combina la



denigración utilitaria del cuerpo femenino y la discriminación de la población pobre. De trasfondo con un mensaje de que las chicas pobres son presa fácil para el abuso y la violencia sexual.

En todos los casos según los expertos: “es evidente que la intención era crear material pornográfico”, refrendando el prejuicio cuasi histórico de que las mujeres pobres son disponibles sexualmente. Ya que el contenido de estas redes refleja los prejuicios e ideas de hombres y mujeres en posiciones sociales más acomodadas, acerca de las jóvenes de grupos carenciados que si son bien formadas y muestran su cuerpo con minifaldas y escotes son potenciales prostitutas, mientras de sectores socioeconómicos altos son sexys.

Según la opinión de académicos expertos en género, el hashtag relaciona la clase social de las jóvenes que aparecen en fotos y videos, con la idea de que están disponibles para cualquier hombre”. Es este sentido es una combinación de violencia sexual y discriminación que cruza supuestas jerarquías de raza, color de la piel, con nivel económico y género.

De manera simbólica expresarían la discriminación directa hacia las mujeres pobres y jóvenes, naturalizando la violencia sexual en contra de éstas; a través de la burla apenas disimulada (“Pobrezafilia”) *de las expresiones eróticas de las clases socio-económicamente menos favorecidas pues los comentarios reflejan agresión y sarcasmo. En este sentido que fetichismo por la pobreza [el hashtag] podría reflejar un juego de poder y quizá cierto sadismo, pues se trata de un tema donde quienes critican, lo hacen asumiendo que se encuentran en una clase socioeconómica con mayores recursos económicos que quienes aparecen en las fotografías*”.<sup>28</sup>

Muchos de los tweets propagados bajo estos hashtags llevan directamente a páginas de pornografía. Asimismo se registran miles de bots<sup>29</sup> con los mismos contenidos e imágenes pero con el propósito

<sup>28</sup> Entrevista a la Psicóloga Cindy Gabriela Flores

<sup>29</sup> La palabra Bot viene de la palabra *Robot* y es la forma como se le denomina en el argot tecnológico a las cuentas de usuarios simulados o falsas que aparentan ser personas en una red social. Estas cuentas son creadas con fines completamente distintos al interés usuarios que busca interactuar o convivir con otros. Los Bots pueden crearse para generar tráfico





**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO



**SEDESOL**  
SECRETARÍA DE  
DESARROLLO SOCIAL



**Indesol**  
Instituto Nacional de Desarrollo Social

de publicitar dichas páginas, al tiempo que se promocionan números telefónicos para invitar a jóvenes a chats privados por whatsapp y enviar imágenes o videos pornográficos.

Hasta el momento de la realización de este estudio este hashtag tiene más de dos años en Twitter. Y según Keyhole Analysis. Los participantes son hombre en 85.5% de los casos y el resto mujeres <sup>30</sup>

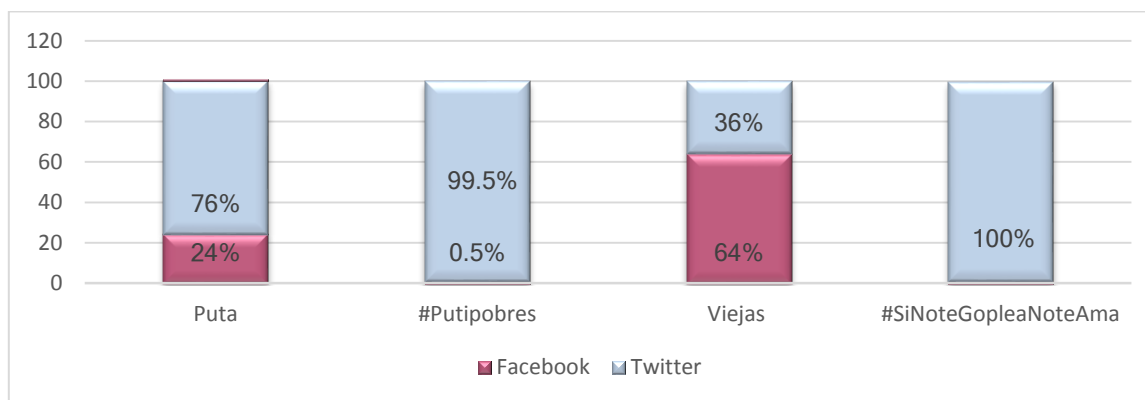
---

artificial en sitios *web* para incrementar las ganancias o promocionar algún sitio, utilizados para simular *likes* o *clicks* en *links* dentro de Facebook o aumentar la cantidad de visitas en un video. Otros se dedican a generar volumen de conversación de forma artificial en torno a un tema o *Hashtag*, con la intención de convertirlo en *Trending Topic* en Twitter. Estos Bots son ampliamente utilizados en campañas políticas con la intención de simular popularidad en un candidato.

<sup>30</sup> Consultar: <http://keyhole.co/realtime/w7mK4G/putipobreza> y también <http://izq.mx/noticias/02/07/2015/pobrezafilia-discriminacion-lujuria-y-pobreza/> 0, <https://themorningnews.org/article/lo-que-pobrezafilia-significa-para-mexico>



Gráfica No 3. Red social más utilizada para cada nube conversacional<sup>31</sup> **SE PERDIERON LOS VALORES DE ESTE CUADRO** A mí si me aparecen los valores: puta 76%twitter y 24%facebook - Putipobres 99.5%Twitter y 0.5%Facebook - viejas 36%twitter y 64% facebook - sinotegolpeanoteama 100% twitter.



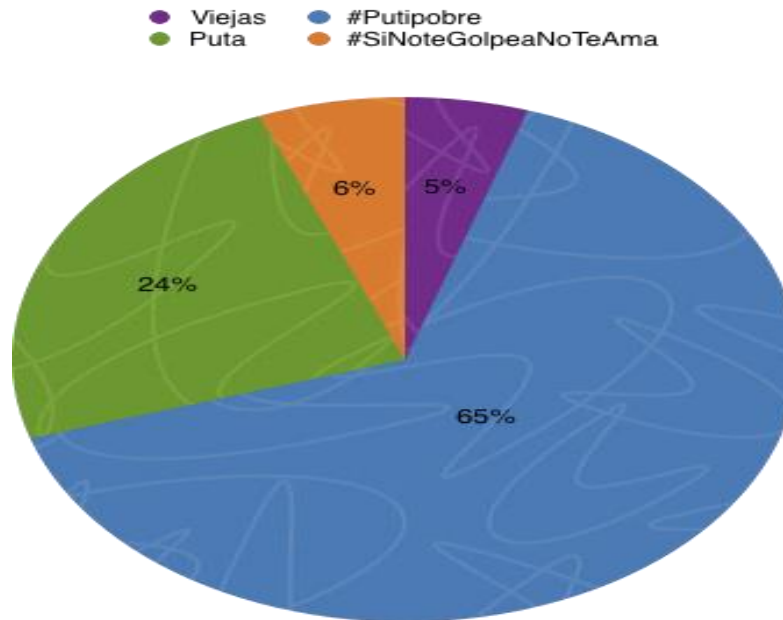
Totalizando resultados

Las menciones encontradas para la nube conversacional de “viejas” fueron 4 mil 580; para la nube conversacional de “hashtags #putipobre” hubo 53,856 menciones y para la nube de “puta” se obtuvieron 21mil 535 en el lapso de un mes. Finalmente se obtuvieron 6 mil 479 menciones para el #SiNoteGolpeaNoteAma.

<sup>31</sup> Brandwatch, dashboards, Social sites over time.



Gráfica 4. Menciones por palabra clave según nube conversacional<sup>32</sup>



### c) Mapeo de los influenciadores y usuarios por sexo

Si bien es imposible determinar con exactitud el porcentaje de hombres y mujeres que participaron e interactuaron en cada una de las diferentes nubes conversacionales, a través de seleccionar una muestra representativa de los perfiles de Twitter y Facebook que, en su información, especificaran el sexo y bajo el supuesto que efectivamente correspondieran a hombres y mujeres

La interacción de las y los internautas en las diferentes nubes conversacionales por género se dividió de la siguiente manera:

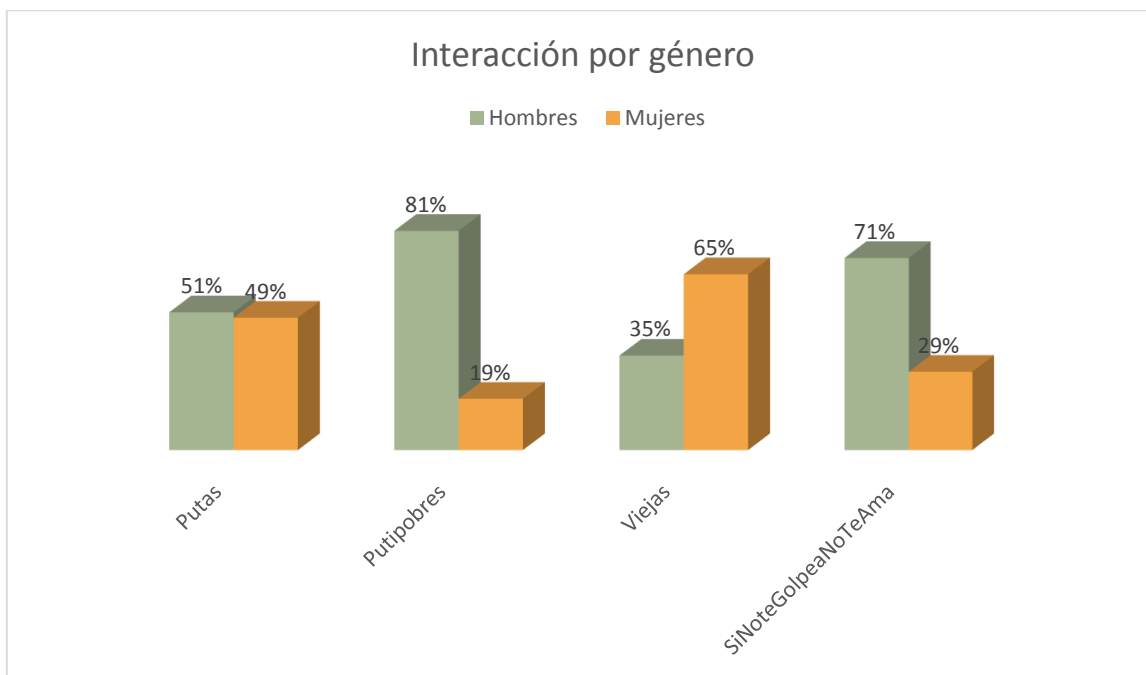
- Para el caso de la nube conversacional “putas..” se registra una participación similar entre mujeres y hombres, 49% y 51% respectivamente.

<sup>32</sup> Brandwatch, dashboards, Social sites over time.



- La nube relacionada con los #Putipobres cuenta con una desproporcionada participación de perfiles masculinos (81%) frente a un 19% de femeninos;
- Para la nube de conversaciones de “viejas...”, la proporción de interacción es mayor en mujeres (65%) que en hombres (35%).
- Finalmente, #SiNoTeGolpeaNoTeAma cuenta con un 29% de participación de mujeres frente a un 71% de hombres.

**Gráfica 5. Datos de Brandwatch. Menciones en nubes conversacionales por género:**



En el caso de la campaña de odio #SiNoTeGolpeaNoTeAma se identificó a grupos específicos de trolls detrás de estos contenidos con el propósito de generar tendencia y *trending topics*. Como se ha venido especificando, estos grupos de agresores buscan mediante la provocación y publicación de contenidos irritantes irrumpir la red con mensajes de odio para mostrar su dominio. Todo pareciera indicar que las personas que participan en estos grupos perciben este tipo de comportamiento antisocial como un



juego de poder y de jerarquía (el objetivo es generar *trending topics* y demostrar el dominio de la red a través de la movilización de sus seguidores).

En el grupo Troll autodenominado “Legión Holk” o “Holk Army”, que se extiende en diversos países, sus integrantes se definen abiertamente como homófobos, racistas, misóginos, nazis, supremacistas, machistas, anticristianos y orgullosamente miembros de la legión. No se sabe con precisión cuantas personas formen parte de esta legión, pero se observa (entre los perfiles abiertos) que gran parte son jóvenes, tanto hombres como mujeres.

Para la campaña de # SiNoteGolpeaNoteAma, diversas mujeres participaron mostrándose ellas mismas golpeadas aparentemente por sus parejas, sin embargo muchos de esos contenidos son fotomontajes (ver anexos). Algunas imágenes buscan mostrar el supuesto sentimiento de orgullo que provoca el ser golpeadas por sus parejas. Otros grupos que reivindican hashtags de odio son la “Secta100tifika”, “Gel Grasa”, “El Escuadrón” o *Machitroles*.

## RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

De manera general, las y los entrevistados coinciden en que la violencia de género y el discurso de odio que se propaga en Internet y, en especial, en las redes sociales es un reflejo de lo que sucede en la vida cotidiana. Los contenidos sexistas, machistas y misóginos a través de los “memes”, comentarios y videos que se suben a la red diariamente, son un espejo de las prácticas que se producen y reproducen en la vía pública, el trabajo, las escuelas, las relaciones de pareja, los hogares, etcétera.

*“La violencia en redes sociales es un reflejo de nuestra vida real. Las redes sociales son sólo la extensión de lo que se vive en la vida de carne y hueso.” ES*

*“En nuestro caso, el odio a mujeres comunicadoras no inicia en redes sociales sino en nuestra vida cotidiana (...) Las redes sociales visibilizan el día a día de lo que viven las mujeres acosadas y censuradas desde su trabajo, en su matrimonio o en la calle.”  
 Activista LM1*



*“La violencia está allí como ha pasado desde toda la vida, pero nos hacemos que no la vemos porque no está enfrente de nosotros, porque no se hace viral” LM2*

Algunas entrevistadas señalaron que el hecho de que las mujeres participen activamente en las redes, ya sea como influenciadoras o blogueras, parecen ser considerado una transgresión que las convierte en objeto de ataques, insultos y ciberacoso.

*“Una vez yo escribí en mi columna sobre un caso muy comentado de una escritora colombiana, la cual es muy controvertida por su tono fuerte al decir las cosas y que, para algunos, puede resultar ofensiva (...) esta mujer también da clases en la universidad y descubrió que en un chat de alumnos había una foto de ella con un ojo morado que se estaba difundiendo (...) me pareció grave que haya estudiantes fantaseando con ponerle un ojo morado a la profesora (...) al poco tiempo de escribir mi columna de este caso, apareció un “meme” de mi foto con un ojo morado”. CP*

Otra comentó que:

*“A raíz del video que hicimos sobre el acoso en la calle, vimos que las agresiones no sólo vinieron de la calle, vinieron virtualmente (...) pasó no solamente del ser acosadas “normalmente en la calle” sino a ser ¡super! acosadas en las redes sociales. LM1*

A partir de las entrevistas se observa que, en efecto, denunciar una agresión o quebrantar los códigos machistas de silencio y normalización de agresiones y violencia, conlleva a una doble victimización: la mujer víctima real de acoso y hostigamiento que denuncia o comenta en las redes, se vuelve víctima mediática sometida al verdugo de una opinión pública cargada de odio hacia las mujeres en las redes sociales. Ejemplo de esto han sido los diversos casos documentados por los medios tradicionales (radio, televisión y prensa escrita) sobre las amenazas de muerte y de violencia sexual en redes sociales en contra de mujeres que denunciaron o difundieron imágenes de estas agresiones. Como en el caso ya comentado de la senadora Ana Gabriela Guevara, que al exponer la violencia física de la que había sido víctima por parte de desconocidos, generó una ola de comentarios misóginos, machistas y sexistas en contra de ella.



Otro caso importante fue el de la periodista Andrea Noel quien recibió amenazas de violencia sexual por denunciar y difundir la violencia que sufrió en la calle.

*“Ana Guevara ni Andrea Noel eran atacada en redes sociales hasta que denunciaron lo que les pasó (...) así todas las personas mujeres que conocemos y que sabemos que hasta que denuncian lo que les pasó es que empiezan a ser atacadas en las redes sociales (...) también cuando mujeres expresan opiniones que no son aceptadas socialmente, también son atacadas” LM2*

*“Como activistas por tuitear sobre el tema de la violación fue que se recibió el primer mensaje amenazante (...) quienes amenazaron, bajaron fotos de su Instagram que es privada y las etiquetaron en Facebook con la leyenda de “feminazi” (...) durante varios días el acosador hizo una convocatoria para una violación colectiva en contra de mi novia (...) después me escribieron a mí con las mismas advertencias y publicaciones, pero incluían frases como “ya falta poquito jajaja”. ES*

*“La agresión se dio por un mensaje por twitter que lancé en el día mundial de las juventudes, el 12 de agosto, por estar tuiteando sobre el tema del derecho a decidir y en el que escribí: “Día de las juventudes, el aborto es tu derecho (...) entre todos los tuits me di cuenta que alguien comenzó a enviarme amenazas; esa persona tomó mi imagen de perfil de twitter, la reprodujo en mi cuenta y escribió: “Verme bien, esta es mi cara porque vas a amanecer muerta con la jeta hinchada y con moscas en la cara” (...) así fue como inició y se prolongó por varias semanas. Recuerdo que una amiga me arrobó e hizo una mención en forma de apoyo y la persona que amenazaba fue enviando mensajes acosadores a cada una de las personas que se iban ligando en mi respaldo a mi cuenta de twitter.. XG*

*“Ustedes sufren de mucho más acoso que nosotros (...) las mujeres que reportaron casos de violencia en las redes sociales sufrieron nuevamente el acoso, esto es, víctima de lo que te pasó y agraviada nuevamente por denunciarlo públicamente (...) estoy seguro de que si yo reporto algún caso de violencia que me suceda en la calle, yo creo que la respuesta de la sociedad no va a ser la misma de amenazarme y decirme: “te vamos a violar” o “te vamos a matar” (...) estudié el caso de mujeres amenazadas y realmente tuvieron amenazas de violación, amenazas de muerte. Fotos de mujeres descuartizadas, fotos de hombres con metralletas diciéndoles que las van a matar y qué ojalá las hubieran matado.” OT*



Sin embargo, la denuncia no ha sido el único componente para que una mujer se convierta en sujeto de violencia machista en Internet. El caso de LadyCoralina es un claro ejemplo de ello. Bajo el hashtag de #LadyCarolina o #Ladycuernos, la joven fue objeto de acoso masivo en las redes sociales luego de que se viralizara un video de su despedida de soltera dónde aparecía dándose un beso con un hombre desconocido y que no era su prometido. Dicho evento provocó que la joven fuera el centro de ataque de expresiones sexistas y de índole machista al referirse a ella como puta, perra, zorra, degenerada, entre otras denominaciones. #Ladycoralina (hashtag que se convirtió en trending topic), es un claro ejemplo del castigo y escarmiento público generado por una ola de usuarios de redes sociales que violentan a una joven por el sólo hecho de trasgredir los códigos machistas (las mujeres no deben ser infieles).

*“Es que la violencia hacia nosotras está tan normalizada que nadie dice nada cuando en redes sociales lees “a esa que la violen” o “eres una” (...). Al contrario, ¡me dicen que no me lo tome personal! (...) Yo veo muy claro que los comentarios que me hacen a mí no me los harían si yo fuera hombre.” CP*

*“Cuando identificamos una violencia hacia nosotras y no nos quedamos calladas y la divulgamos se hace una doble transgresión: una porque no nos quedamos calladas y otra porque también estamos incitando a otras mujeres a que también lo hagan (...) entonces el castigo es doble”. CP*

*“Los hombres pueden ser seres sexuales, presumirlo y está bien, es súper respetado. Un hombre cuanto más sexual más hombre es, en los lineamientos de la misoginia una mujer no.” LM2*

Los llamados trolls o acosadores son personas reales detrás de cada discurso de odio hacia las mujeres. De manera deliberada o por imitación, los trolls buscan hostigar o amenazar a sus víctimas. Si bien la agresión se da desde el resguardo del anonimato, también es cierto que hay trolls o grupos de trolls bien identificados y organizados que se dedican al chantaje, la intimidación y la provocación. Por otra parte, existen agresores profesionalizados y especializados en monitorear a sus víctimas amparándose de la tecnología para conocer su información personal y hackear sus cuentas personales. Estas personas o grupos criminales que operan desde la clandestinidad encuentran en





Internet una plataforma perfecta para cometer actos delictivos o con fines de trata, explotación sexual y violencia generalizada.

*“La convocatoria de violación tumultuaria que publicó el acosador, la puso en grupos de machitrolles y de ahí bajaron las fotos, las guardaron y me las enviaron a mí (...) pudimos bloquear los mensajes y creemos que eran dos acosadores los que hacían esto durante dos semanas, todos los días de manera constante”. ES*

*“Quienes se dedican a atacarnos no nada más son trolls sino figuras públicas, periodistas, tuiteros o conductores de televisión, locutores de radio que son los primeros en decir a su público “atáquenlas” y son personas que tienen fotografías reales (...) nosotras pudimos detectar que son un grupo en facebook que se hacen llamar “gel grasa” y en twitter son los mismos -como diez- que se dedican a atacar a todas las personas que están en tendencia sin importar si están en contra del sistema o son oficialistas, cualquier persona que esté en trending topic los atacan”. LM1*

*“A nosotras nos acosaron en Twitter y nos amenazaron de muerte diciéndonos “ya sabemos quiénes son las próximas víctimas de feminicidio”, nos mandaron fotos de mujeres descuartizadas, etcétera (...) sin embargo, esas fotos también se las mandaron a otra activista y son fotos que sacaron del Blog del Narco, que en su momento estuvo muy de moda”. LM2*

*“La cuenta del acosador la cerraron por el número de denuncias que tenía. El asunto es que volvió a abrir otra cuenta y siguió con las amenazas. Luego descubrimos que ese mismo troll venía amenazando a otras activistas que tuiteaban el tema que le inquietaba y le generaba molestia, el aborto (...) sólo sé que es hombre, que es de puebla y de una sociedad muy conservadora que responde siempre con amenazas cuando se habla del aborto y otros temas como matrimonio igualitario”. XG*

Si bien Internet es un espacio que visibiliza el fenómeno de la violencia contra las mujeres, también se ha convertido en un amplificador del discurso de odio y de discriminación. A pesar del incremento de los ataques en contra de las mujeres en línea, no existen protocolos de atención ni de investigación para dar seguimiento a las amenazas y agresiones que se suscitan en las redes sociales. La mayoría de las y los entrevistados concuerdan en que la protección legal para este tipo de casos no está a la



par de los avances tecnológicos. Dicho de otro modo, se carece de atención y protección legal que garantice los derechos humanos de las personas online.

*“Las personas en México que sufren de violencia en redes sociales deben buscar su protección en leyes diseñadas para comportamientos fuera de línea y que son difíciles de implementar”. OT*

*“Se hizo la denuncia ante la Policía Cibernética vía internet y sólo dieron un código de registro y no hicieron nada, no investigaron”. ES*

*“Sé de compañeras que han querido iniciar denuncia por amenazas y acoso pero no les han ni iniciado carpeta, porque no saben cómo proceder y porque se minimizan este tipo de situaciones”. XG*

*“Tuve que dirigirme a la Procuraduría General de la República porque en el estado de Morelos no hay policía cibernética (...) Lo que hice fue escribir a una cuenta de twitter y correo electrónico a un Centro Nacional de Seguridad –no recuerdo el nombre completo- y me respondieron que iban a revisar el caso (...) a los dos días de los hechos cerraron la cuenta de Twitter del troll, y en pocos días éste volvió a abrir otra cuenta y aún así él me seguía enviando amenazas y acosando, por lo tanto volví a escribir a ese Centro Nacional de Seguridad y me contestaron que debía ir a poner una denuncia en el Ministerio Público de mi localidad y tenía que esperar a ver si al Ministerio Público le parecía procedente que mi caso llegara hasta la Policía Cibernética.” XG*

¿Cómo garantizar que la red se convierta en un lugar seguro? Existe un interés generalizado en disponer de controles legales y sociales que intimiden las conductas violentas o criminales sin atentar contra la libertad de expresión en línea. Esto es, establecer controles que no conlleven a la censura, al bloqueo de sitios o la prohibición de contenidos. En países como México, Internet se ha edificado como un instrumento que potencializa la libertad de expresión y fomenta el ciberactivismo en defensa de los derechos humanos, derechos que históricamente se han visto vulnerados en nuestro país. Es por ello que al hablar de una regulación se debe garantizar que los mecanismos de control y sanción no vulneren esa libertad de expresión y asociación.



*“Que se tenga que reglamentar no. Nos van a cuartar la libertad y habrá sesgos y se apropiarán de ellas los dueños de la riqueza (...) lo que habría que pedirle a Twitter y a Facebook es que tengan perspectiva de género, queremos que tengan perspectiva de Derechos Humanos y diversidad (...) ¡qué una convocatoria a una violación tumultuaria tenga castigo!” ES*

*“Si estaría de acuerdo con una regulación, pero con especificaciones muy concretas y que no limiten nuestra libertad de expresión, que no nos pongan a nosotros como periodistas en riesgo (...) es un tema muy complejo”. XG*

*“Nosotras nos vamos por el lado de la prevención que llegar al punto de la sanción (...) hemos leído que cuando se han hecho denuncias y se han rastreado a los agresores, resultan ser casi siempre adolescentes detrás de una computadora o personas aburridas, oficinistas que no tienen nada que hacer (...) la verdad no creemos que los que acosen vayan a la cárcel. LM1*

*“No creo en el tipo de castigos de te vas a la cárcel porque también Internet es una herramienta de la gente y en el momento en que sea la herramienta del gobierno pues la perdimos (...) nosotras somos lo que somos por Internet”. LM2*

*“Yo empecé denunciando lo que me pasó en redes sociales (...) te puedo decir que tuve más comentarios de apoyo que de crítica (...) No me considero activista, pero creo que indirectamente lo soy cuando me escriben y me dicen que soy un modelo a seguir o que me felicitan por haber denunciado (...) XPI*

## **GRUPOS FOCALES**

Los objetivos planteados para la investigación mediante el recurso de grupos focales se dividió en los siguientes puntos temáticos:

Inicialmente, se buscó abordar el tema de la violencia de género y acoso sexual e identificar los significados y/o definiciones de cada uno de los participantes; así como analizar esa misma violencia trasladada a las redes sociales. El segundo objetivo consistió en revisar las prácticas de hombres y mujeres al hacer uso del espacio digital e identificar el comportamiento segmentado según sexo. Esto es, abordar las expresiones de violencia de género que los participantes han visto, ejercido, sufrido o fomentado. Un tercer punto se enfocó al análisis de dos casos emblemáticos de violencia de género



en redes sociales: Andrea Noel, periodista agredida sexualmente en la Condesa y #LadyCoralina o #LadyCuernos

En términos generales, el grupo focal de mujeres (en adelante GFM) señaló que la violencia de género es una forma de agresión física y/o verbal entre mujer y mujer, entre mujer y hombre o entre hombre y hombre. Para el grupo focal de hombres (en adelante GFH), la violencia de género es cuando se transgrede a un ser humano por su género, ya sea por su condición de ser hombre, por ser mujer y por características que tienen o que deberían tener como hombre o mujer. En ambos casos, consideran que la agresión verbal (sea a partir de una burla, una crítica o una palabra despectiva), la agresión física y la agresión emocional son violencia de género. Estas agresiones se manifiestan en la vida social cotidiana, inician desde la familia y se producen en la escuela.

Sobre la violencia de género y acoso en redes sociales, el GFM puntualizó que la publicación de imágenes (fotografías, videos o “memes”), suposiciones, indirectas o ataques (entre hombres, mujeres, conocidos y/o desconocidos) es violencia al hacerlo público (ya que todo mundo puede comentar y ver). También señalaron que en el espacio digital las agresiones se dirigen tanto a mujeres como a hombres; así como ataques por la preferencia sexual, la apariencia física, el modo de vestir, el nivel socioeconómico, preferencias políticas y/o religiosas. Sin embargo, identifican que la agresión dirigida a las mujeres es principalmente el acoso sexual. Muchas de las participantes han recibido imágenes o contenido sexual por parte de desconocidos y/o conocidos vía mensaje privado en sus cuentas de redes sociales.

“Me proponen sexo de una noche, sexting o cosas así que son inapropiadas, o por el hecho de llevarme con hombres creen que ya por eso me acuesto con todos”. *Mujer 1*

“Me mandaron en Facebook la solicitud de una tal agencia proponiéndome a mí y a varias de mis amigas para trabajar como sexoservidoras y ofreciéndonos un buen salario”. *Mujer 4*

Para el GFH, la violencia de género se produce por el deseo y la búsqueda de popularidad en las redes. El constante intercambio de información e imágenes en Twitter y Facebook, genera amenazas, extorsiones, hostigamiento y acoso cibernético que puede derivar en acoso físico. Según los participantes, las mujeres son las principales expuestas a este tipo de situaciones, se les descalifica y



por lo tanto se les violenta. A través de fotos, videos y los “memes”, se le acusa de “estúpida”, “pendeja”, “puta”, “gorda”, “pinche vieja”. También en un tono sexual se suben imágenes con comentarios que consideran a la mujer como un objeto sexual. Incluso, si alguna mujer se equivoca, son las propias mujeres y no sólo los hombres las que responden agresivamente.

*“Hay una página de la universidad en donde los estudiantes suben fotos o cualquier meme o cosas así, y muchas de la veces suben fotos de las chicas de la universidad que, si se le ve la tanga, o a otra se le ven más pechos, o que, si tiene buen culo, o cosas así. Y también esta parte de los comentarios que hacen los mismos compañeros de la universidad de si a esta vieja “¡sí me la cojó!”, o “¡sí, está bien buena!”, o “en esta cola si me formo”, no sé, todo este tipo de cosas viendo esta parte de la mujer como un objeto sexual, y tal cual son compañeros de la misma universidad, estas en la universidad, te toman una foto, la suben a la página y entonces la empiezan a comentar todos”. Hombre 1*

Sin embargo, ellos reconocen que tampoco están libres de las agresiones a través de comentarios como: “puto”, “marica”, “tienes el pito chico”, “afeminado”, etc.

Tanto el GFH y el GFM están de acuerdo en que el anonimato y el formato no presencial de la redes fomentan más agresividad y burlas. Subir videos donde aparece una agresión hacia alguien más, poner apodos a conocidos o desconocidos y/o lanzar insultos es considerado violencia de género para ambos sexos. No obstante, el GFM reconoce que la violencia entre ellas también se encuentra muy presente en las redes sociales pues se llaman “putas”, “zorras”, “gordas”, “pinche vieja”, entre otras palabras mencionadas. También identifican que, el intercambio de agresiones con hombres conocidos y/o desconocidos, es principalmente por los roles y estereotipos con los que se busca denigrar a la mujer.

*“Ay, es que las mujeres no sirven ni siquiera para manejar (...) ni siquiera saben cocinar”. Mujer 7*

Al comparar las respuestas de ambos grupos, es un hecho que los estereotipos, conductas misóginas, imágenes sexistas o degradantes de la mujer se encuentran presentes y reforzadas en las redes sociales. Cuando se preguntó al GFH y GFM si habían utilizado alguna red de Internet para perjudicar y/o molestar a alguien mediante el envío de fotos, comentarios o videos, se encontró que participan en una misma proporción. Ambos reconocen haber participado en la burla o en la diseminación de



rumores en contra de alguien; así como poner apodos, crear y/o esparcir rumores. Sin embargo, al preguntar si habían sido víctimas de alguna burla o acoso sexual, las mujeres registran más casos de agresiones que ellos. Más de la mitad de las mujeres del GFM ha sido acosada sexualmente frente a un caso que se registró en el GFH.

*“En mi trabajo la mayoría son hombres, es un call center y todos somos jóvenes (...) tienen una página en Facebook y un grupo en Whatsapp y me mandan fotos de sus partes íntimas y me dicen: Oye vamos una noche... te ves bien buena... la ropa que llevaste ayer se te notaba XY cosa... yo sé que a lo mejor tienes un compromiso pero que no te importe...” Mujer 7*

En cuanto a compartir fotos o videos sin consentimiento de las personas, los hombres son principalmente quienes lo han hecho o fomentado y son las mujeres quienes más lo han padecido.

*“Yo lo he visto en varias redes sociales (...) en Twitter ayer precisamente estaba viendo una página, un perfil que se llama “Cazacolasmexico”, y esa si se me hizo brutal definitivamente cuando la vi (...) de hecho mi chica me hizo la observación - ¡Mira esta página!- y cuándo la observe se trataba de difamaciones sobre chavos ardidios que suben fotos de sus chicas cuando tienen relaciones sexuales con ellas o les toman fotos desnudas o las agarran en ciertas posiciones y suben esas fotos a las redes sociales para compartirlas” Hombre 2*

Las principales plataformas utilizadas son Facebook, Whatsapp, Twitter y Snapchat.

En cuanto a los casos de Andrea Noel y #LadyCoralina, ambos grupos focales coinciden en que existe una sobreexposición de la vida privada de la gente pues cualquier acción se graba o se fotografía y se exhibe de manera pública. También mencionaron en que se participa de manera indiscriminada en opinar, criticar, juzgar o comentar sin darse cuenta del daño que se puede ocasionar.



## PROPUESTA DE ACCIONES PÚBLICAS PARA VISIBILIZAR Y PREVENIR LA VIOLENCIA Y ACOSO SEXUAL EN LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK Y TWITTER)

El presente Plan se formula desde un enfoque preventivo que busca adelantarse y modificar la producción de las dinámicas sociales que generan contextos de violencia y acoso sexual en Internet. Del mismo modo busca impulsar la participación de las instituciones privadas, colectivos, organizaciones sociales y activistas online para prevenir la violación sistemática de los derechos de las mujeres en las redes sociales y que son un reflejo de lo que se vive en la vida cotidiana.

**Objetivo Estratégico 1. Generar materiales informativos, realizar campañas de comunicación y emprender acciones de sensibilización online.**

**Línea estratégica 1.1.** Creación de un Blog del Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México que contenga materiales con información y orientación sobre los diversos tipos de la violencia digital que se presentan en las redes sociales. El blog deberá contar con recursos didácticos y multimedia como lo son videos, documentos descargables, manuales, fotogalería, guías, links de apoyo, artículos, audios, etc.

**Línea estratégica 1.2.** Elaboración de Guías preventivas sobre los diversos tipos de la violencia y acoso sexual en los diferentes canales tecnológicos: *sexting*, *grooming*, *shaming*, *cyberbulliing*, *doxing*, *stalked*, etc. Asimismo, promover mediante estas guías una cultura de la protección de la imagen y datos personales.

**Línea estratégica 1.3.** Realizar diversas campañas de sensibilización en las redes sociales de manera lúdica y creativa. Utilizar los recursos de los hashtags para viralizar los temas y las campañas: #YoDecido, #PorqueYoPuedo, #YoSoyLibre, #YoMeRespeto, #NoToquesAmisAmigas, #SihayAmorHayRespeto, #LevantaLaVoz, #TuyYolguales, #LibredeAcoso, #NoDañoAMujeres,





#NoTratoConelMaltrato, #NiUnInsultoMás, #HoyMeSientoSegura, #QuieroSentirmeSegura, #NiGolpesNiPalabrasHirientes. Asimismo, realizar campañas de comunicación en plataformas y portales especializados (Google, Facebook, Twitter y Youtube) con spots, videos interactivos, inserciones publicitarias que promuevan a Internet como un espacio libre de violencia.

**Línea estratégica 1.4.** Diseñar el violentómetro digital que permita a las y los jóvenes identificarse como los posibles actores y generadores de la violencia que se produce y reproduce en las redes sociales mediante la burla, la descalificación, humillación, discriminación, lenguaje sexista, intimidación, etc. Del mismo modo, realizar encuestas online para medir el fenómeno de la violencia.

**Línea estratégica 1.5.** Promover *hackathons*, *editatonas*, *femhackparties*, eventos de creación colectiva, que generen propuestas y proyectos que ayuden a prevenir la violencia en redes sociales contra las mujeres (apps, proyectos online, aplicaciones informáticas, etc).

**Línea estratégica 1.6.** Realizar exposiciones de forma visual e interactiva con contenidos experimentales que aborden temas de ciberviolencia de género y protección de datos en espacios públicos.

**Objetivo estratégico 2. Promover la investigación del fenómeno de la violencia digital, en todas sus modalidades, desde la perspectiva de género y de derechos humanos.**

**Línea estratégica 2.1.** Realizar el monitoreo y seguimiento de las expresiones de violencia y discriminación a través de los hashtags y trendingtopics con contenidos de odio, discriminación, estereotipos y violencia en los medios sociales.

**Línea estratégica 2.2.** Apoyar la participación de las instituciones académicas, centros de investigación y organizaciones de la sociedad civil para que desarrollen estudios sobre masculinidades y realicen propuestas innovadoras en materia de prevención y seguridad en las redes sociales.

**Línea estratégica 2.3.** Elaborar un diagnóstico de la situación de la violencia y acoso sexual contra las mujeres en redes sociales y realizar estudios complementarios que sirvan para el diseño de políticas





públicas preventivas y otras acciones de gobierno. Asimismo, generar una base de casos sobre el acoso sexual para estimar el impacto, la repercusión y gravedad de la violencia en internet.

**Línea estratégica 2.4.** Construir diagnósticos participativos online que posicionen a las y los jóvenes como protagonistas en la toma de decisiones y en la elaboración de soluciones. Esto es, difundir convocatorias, establecer chats de diálogo, armar jornadas de identificación de problemáticas, entre otras acciones. Los diagnósticos servirán de insumos para emprender intervenciones preventivas online.

### **Objetivo estratégico 3. Promover la participación ciudadana y de los sectores público y privados online para la prevención de la violencia y acoso sexual.**

**Línea estratégica 3.1.** Crear un observatorio y/o laboratorio ciudadano que integre a los colectivos, asociaciones, activistas y demás organizaciones civiles y sociales para promover proyectos y propuestas dirigidas a la prevención de la violencia en medios sociales.

**Línea estratégica 3.2.** Impulsar la participación de los llamados *influenciadores* para que promuevan a las redes sociales como un espacio libre del acoso sexual y la discriminación tanto en blogs, canales de YouTube, cuentas de Twitter y Facebook, Instagram, Periscope, Snapchat, entre otros. Asimismo, convertirlos en embajadores contra las manifestaciones de acoso (*sexting, grooming, shaming, cyberbullying, doxing, stalked*).

**Línea estratégica 3.3.** Convocar a una red de #JóvenesAlertas que identifiquen y denuncien los contenidos que replican, exacerbaban o fomentan percepciones y conductas estereotipadas que discriminan a los hombres o mujeres por su género, preferencia sexual, discapacidad, etc.

**Línea estratégica 3.4.** Establecer alianzas estratégicas y convenios de colaboración con empresas de motor de búsqueda –Google, Yahoo- o redes sociales –Twitter, Facebook- en el combate a las amenazas de violencia, acoso sexual y conductas de odio. Asimismo, crear lazos con organizaciones que cuentan con herramientas para la protección de datos y generación de reportes sobre los posibles agresores.



**Línea estratégica 3.5.** Reforzar los mecanismos e incentivos de participación ciudadana y de las organizaciones sociales mediante la realización de foros y eventos online, apoyo para iniciativas, firma de convenios de colaboración, entre otros. Asimismo, promover la participación de las mujeres online e incrementar la producción de contenidos realizados por mujeres en blogs, videos, páginas de internet, periodismo digital.

#### **Objetivo estratégico 4. Fortalecer las capacidades institucionales en materia de prevención de la violencia en las plataformas tecnológicas.**

**Línea estratégica 4.1.** Dar a conocer la existencia de una policía cibernética y firmar un convenio de colaboración interinstitucional con la Policía Cibernética de la Ciudad de México para promover la denuncia de la violencia y acoso sexual. Asimismo, monitorear las diversas manifestaciones de violencia que se registran diariamente y dar seguimiento a la red de acosadores y agresores cibernéticos.

**Línea estratégica 4.2.** Capacitar en materia de violencia digital a las y los responsables de proporcionar la atención legal y psicológica a víctimas del Instituto de las Mujeres; así como proporcionar la atención especializada a mujeres que se encuentren en situación de acoso sexual digital a través de la línea telefónica del Inmujeres, las Unidades de Atención y Prevención y el Centro de Justicia para Mujeres.

**Línea estratégica 4.3.** Diseñar un protocolo de actuación para las expresiones de violencia y acoso sexual con enfoque preventivo que atienda de manera eficaz los casos y facilite de manera coordinada la actuación de las instituciones. Por un lado, el protocolo ofrece certeza jurídica a la víctima; por el otro, ayuda a los funcionarios públicos a tener conocimiento preciso sobre la canalización de las víctimas; y finalmente, es un mecanismo disuasivo para el acosador cibernético.

**Línea estratégica 4.4** Impulsar la integración de la “violencia digital” como una nueva modalidad de la violencia de género en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia e incluir acciones preventivas en el programa que se desprende de la Ley; así como actualizar el marco normativo.



**Línea estratégica 4.5.** Promover la creación de módulos itinerantes para la orientación y asesoramiento de la violencia contra las mujeres en las tecnologías de la información en sus diferentes tipos; así como promover la cultura de la protección de la imagen y datos personales.

**Objetivo estratégico 5. Crear una cultura de la protección de datos que busque combatir los riesgos asociados a la sobreexposición de la información personal desde edad temprana.**

**Línea estratégica 5.1** Promover el uso adecuado y protegido de las redes sociales a través de juegos interactivos, revistas animadas, chats y videos informativos; así como dar a conocer las medidas para la protección de los datos personales.

**Línea estratégica 5.2.** Realizar trivias y cuestionarios on-line que permitan detectar el nivel de protección que los y las jóvenes hacen de sus datos personales y del manejo de su imagen.

**Línea estratégica 5.3.** Sensibilizar a las y los jóvenes adolescentes mediante talleres y pláticas sobre los riesgos derivados del sexting para que lo repliquen en sus comunidades y escuelas.

**Línea estratégica 5.4.** Realizar campañas de sensibilización online a través de hashtags #PiensaAntesdePublicar #ProtégeteTuMismo #CuidaTuImagen #NoPubliquesSinConsentimiento #CuidaTusAmig@s e inserciones pagadas en Facebook, Twitter y Youtube.

## CONCLUSIONES



- Las redes sociales son un espacio que visibilizan el fenómeno de la violencia de género offline. En otras palabras, es una extensión de lo que sucede en la vida cotidiana de las mujeres. Según Dueñas et al., las redes sociales son un altavoz que permiten visibilizar actitudes que son comúnmente expresadas de manera individual en el entorno offline. Asimismo, permiten registrar estas actitudes en un espacio público o semipúblico y darles mayor alcance y permanencia. Para las y los participantes de los grupos focales como de las entrevistas, los contenidos misóginos, machistas o sexistas son prácticas que se producen y reproducen diariamente en las relaciones offline. Si bien las redes sociales no son generadoras *per se* de la violencia de género, si son potencializadoras de esos discursos e incitaciones de odio en contra de las mujeres. Por su parte, todo indica que las redes sociales son herramientas que facilitan el acoso y el hostigamiento sexual gracias al anonimato de miles de cuentas falsas que crean los agresores. Las amenazas pueden ir desde el deseo de agraviar a la víctima públicamente hasta el deseo de infringir daño físico o ataques sexuales.
- La violencia en redes sociales afecta principalmente a las y los jóvenes menores de 29 años según los distintos estudios y encuestas realizadas. Este es el grupo población más expuesto a sufrir el ciberacoso. Del mismo modo, la violencia no se vive de igual manera: las agresiones sexuales son dirigidas principalmente a las mujeres y, en esos casos, los agresores son principalmente hombres, aunque también ellos son sujetos de la ciberviolencia pero bajo otras modalidades.
- A partir de las entrevistas y los casos documentados en medios de comunicación, todo parece indicar que la participación activa de las mujeres en la red y la considerada transgresión que éstas hacen a los códigos establecidos (ya sea por querer ocupar espacios de dominación masculina, por comentar sobre temas polémicos, por realizar activismo a favor de causas o por el hecho de denunciar o visibilizar la violencia) las convierte sistemáticamente en sujetos de ataque, hostigamiento y del ciberacoso. La participación activa de las mujeres en Internet parece generar un mayor discurso de odio y de agresiones en contra de ellas. Las periodistas, blogueras, comunicadoras o influenciadoras online son en mayor medida víctimas del ciberacoso y de las agresiones colectivas. De ahí, la importancia de promover la participación



e incrementar la producción de contenidos realizados por mujeres en blogs, videos, páginas de internet, periodismo digital, etc...

- No existe una cultura de la privacidad y protección de los datos personales. Al contrario, se observa que las y los jóvenes no perciben las repercusiones que conlleva el subir fotos o proporcionar datos personales. Existen alrededor de 81 millones de perfiles falsos en Facebook. También es una práctica muy común, buscar información sobre las personas que acabamos de conocer o que queremos conocer por medio de buscadores como Google o redes sociales como Facebook.
- Existe un odio viral y de discriminación contra las personas por su orientación sexual, origen étnico, religión y/o hacia personas con discapacidad. Basta ver hashtags con la consigna #AnimalComoHomosexual o #MatarGaysNoEsDelito. Del análisis cualitativo se desprende que, la principal plataforma para el discurso de odio con hashtags discriminatorios y la pornografía, es Twitter frente a Facebook. Lo anterior se explica por las características de Twitter: facilita la agregación de contenidos sexuales y videos pues es un espacio abierto (la mayoría de sus usuarios tienen sus perfiles públicos) y, por el otro, permite el anonimato (es un formato mucho más impersonal que Facebook).
- De manera deliberada o por imitación, los llamados trolls (acosadores) están en gran medida detrás de las agresiones y de las provocaciones hacia las mujeres. De manera individual y colectiva buscan hostigar o amenazar a sus víctimas desde el resguardo del anonimato. Se identificó que estos grupos están detrás de campañas de odio como #SiNoteGolpeaNoteAma con el propósito de generar tendencia en la red y mostrar su dominio. Varios de estos trolls acosaron mediante amenazas de muerte, vejaciones y fotografías intimidantes a las activistas entrevistadas. También son estos mismos grupos que reivindican las campañas de odio como #MatarGaysNoEsDelito o #AnimalComoHomosexual.
- De las entrevistas con activistas y víctimas, la mayoría concuerda en que la protección legal para este tipo de casos no está a la par de los avances tecnológicos puesto que las leyes están diseñadas para comportamientos *offline*. No existen protocolos de actuación para este



tipo de casos y tampoco se registran acciones preventivas por parte del gobierno para desincentivar el ciberacoso. En otras palabras, el ciberacoso no se encuentra presente ni en el discurso ni en las acciones de gobierno federal y local. Por otra parte, se carecen de políticas públicas que prevengan la violencia de género en las redes sociales. Son las organizaciones de la sociedad civil quienes se han dado a la tarea de visibilizar el problema y luchar por los derechos humanos de las mujeres online a través de las denuncias, campañas de concientización, capacitaciones y talleres. El ciberactivismo cada vez está más presente en Internet y se observan diversas acciones instrumentadas por colectivos, asociaciones y bloggeras online.

## REFERENCIAS

AMIPCI, Asociación Mexicana de Internet. (2016). *12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México*. [en línea] [https://amipci.org.mx/images/Estudio\\_Habitosdel\\_Usuario\\_2016.pdf](https://amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf)



Broadband Commission for Digital Development of United Nations. (2015). *Cyber Violence Against Women and Girls*, New York: United Nations.

CONAPRED (2015). *Mensajes de odio y discriminación en redes sociales*. Distrito Federal: Secretaría de Gobernación.

De Miguel Luken, V. (2014). *Percepción de la violencia de género en la adolescencia y la juventud*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Dueñas, D., Pontón, P., Belzunegui, A., y Pastor, I. (2016). *Expresiones discriminatorias, jóvenes y redes sociales: la influencia del género* en *Comunica: Revista Científica de Educomunicación*, nº46.

Duggan, M., (2014) *Online Harassment*. Washington D.C.: Pew Research Center [en línea] <http://www.pewinternet.org/2014/10/22/online-harassment-experiences-in-their-own-words/>

*Encuesta de Percepción de la Violencia en alumnos de primaria y secundaria del Distrito Federal*. (2011). Distrito Federal: Administración Federal de los Servicios Educativos del Distrito Federal.

Estébanez, I. y Vázquez, N. (2013). *Las desigualdades de género y el sexismo en las redes sociales. Una aproximación cualitativa al uso que hacen de las redes sociales las y los jóvenes de la CAPV*. Euzkadi: Colección Gazteakbilduma.

Félix-Mateo, V., Soriano-Ferrer, M., Godoy-Mesas, C., y Sancho-Vicente, S. (2010). *El Ciberacoso en la enseñanza obligatoria en "Aula Abierta"*. Universidad de Oviedo: Vol. 38.

INEGI. (2011). Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH), [en línea] <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/endireh/2011/>

INEGI. (2015). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las TIC en Hogares (ENDUTIH) en el Módulo sobre Ciberacoso (MOCIBA)*. [en línea] <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/investigacion/ciberacoso/>

International Telecommunication Union (UIT). (2016). United Nations [en línea] <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>



Ley General de Acceso de las Mujeres a Una Vida Libre de Violencia (2009), Instituto Nacional de las Mujeres [en línea]

<http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/295/1/images/ley-general-acceso-mujeres-vida-libre-violencia.pdf>

Martinez Medina M.C. y Mújica Murias A. (2010). México: violencia contra las mujeres y las tecnologías de información y comunicación. Ciudad de México: Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC). [en línea] [http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.es\\_cl](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.es_cl)

Miguel-Luken, V. (2014). *Percepción de la violencia de género en la adolescencia y la juventud*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Orijuela-López, L., Cabrera, B., Calamestra-Villén, J., Mora-Merchán, J., Ortega-Ruiz, R. (2013). *Acoso Escolar y Ciberacoso. Propuestas para la Acción*. Madrid: Save the Children [en línea] [https://www.savethechildren.es/sites/default/files/imce/docs/acoso\\_escolar\\_y\\_ciberacoso\\_informe\\_vok\\_05.14.pdf](https://www.savethechildren.es/sites/default/files/imce/docs/acoso_escolar_y_ciberacoso_informe_vok_05.14.pdf)

Quesada Aguayo, M. (2015). *La violencia de género y el ciberacoso en las redes sociales: análisis y herramientas de detección* en “Ciberacoso y violencia de género en redes sociales: Análisis y herramientas de prevención”. Andalucía: Universidad Internacional de Andalucía.

Smith, P.K., Mhdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Rusell, S. y Tippett, N. (2008) *Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils*, Journal of Child Psychology and Psychiatry, Vol 49.

Torres Alberto, G. (2014). *El Ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Trejo, O. (2016). *Viral Hate: Trolling Victims of Sexual Assault in Mexico* en “Freedom on the Net”. México: Freedom House.

Vela, E. y Smith, E. (2016). *La violencia de género en México y las tecnologías de la información en Internet* en “México: Derechos humanos en el entorno digital”. Ciudad de México: Derechos Digitales.





Verdejo Espinosa, M.A. (2015). *Redes Sociales y Ciberacoso* en “Ciberacoso y violencia de género en redes sociales: Análisis y herramientas de prevención”. Andalucía: Universidad Internacional de Andalucía.

Zepeda-Patterson, J. (2016). *El odio viral tiene sexo* en *El País*, [en línea]

[http://internacional.elpais.com/internacional/2016/04/27/mexico/1461789472\\_170612.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2016/04/27/mexico/1461789472_170612.html)

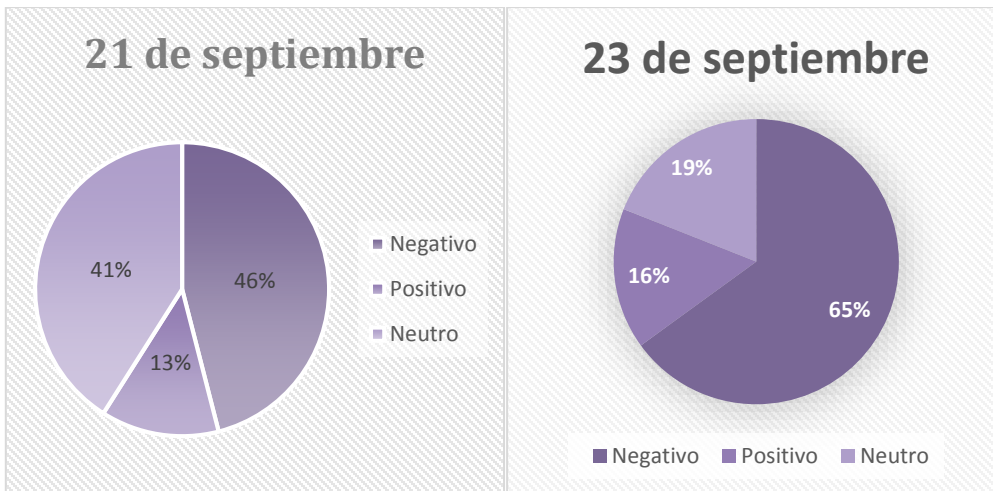
## ANEXOS

### Caso de #LadyCoralina

El video se hace viral a partir del 20 de septiembre de 2016.

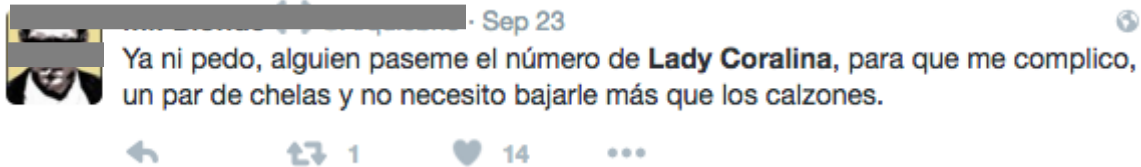


TWITTER



Ejemplo de comentarios:





### Palabra de referencia “Puta ....”



### Palabra d referencia “Viejas ....”





**Don tenates** @DonCabron18  
Pinches viejas, y luego porque les parte uno la madre.



**María José** @JoseCsnrs  
Me caga que las mujeres se autodenominen "locas" y todavía bien orgullosas. **Viejas ridículas.**

