I Jornadas de Investigadores y Estudiantes del ICSE: Producir conocimiento en el contexto de crisis. Instituto de Cultura, Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego AeIAS (ICSE-UNTDF), Ushuaia y Río Grande (Tierra del Fuego), 2019.

Las redes sociales en la construcción de la otredad. Discursos de odio en torno al género y la diversidad cultural.

Machado, Daiana Gabriela, Ferrandi, Lucía y Pfoh, Paula.

Cita:

Machado, Daiana Gabriela, Ferrandi, Lucía y Pfoh, Paula (2019). *Las redes sociales en la construcción de la otredad. Discursos de odio en torno al género y la diversidad cultural. I Jornadas de Investigadores y Estudiantes del ICSE: Producir conocimiento en el contexto de crisis. Instituto de Cultura, Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego AeIAS (ICSE-UNTDF), Ushuaia y Río Grande (Tierra del Fuego).*

Dirección estable:
https://www.aacademica.org/i.jornadas.de.investigadores.y.estudiantes.del.icse.producir.conocimiento.en.el.contexto.de.crisis/15

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/eaMt/gBA

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

LAS REDES SOCIALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA *OTREDAD*. DISCURSOS DE ODIO EN TORNO AL GÉNERO Y LA DIVERSIDAD CULTURAL.

DAIANA GABRIELA MACHADO [1]

LUCÍA FERRANDI [2]

PAULA PFOH [3]

RESUMEN

El desarrollo exponencial de las nuevas tecnologías y el alcance que actualmente tiene gran parte de la población a ellas, han provocado una reconfiguración de las relaciones sociales. En los últimos años, éstas han sido caldo de cultivo de fenómenos que posteriormente se trasladaron al espacio público real a través de demandas sociales de gran masividad con repercusiones políticas y sociales. Tal es el caso de la Primavera Árabe o de los movimientos feministas en nuestro país a partir de los hashtags #NiUnaMenos, #MeToo, #YoSiTeCreo y #QueSeaLey y su contraparte, #NadieMenos, #SalvemosLas2Vidas y #ConMiHijoNoTeMetas.

En este sentido, durante los últimos años han aumentado los mensajes de odio y discriminación por parte de usuarios de estas redes hacia diferentes minorías sociales y colectivos como el LGBTI+, comunidades originarias, extranjeros, pobres, negros, mujeres, etc. El presente trabajo se centra en la relación que existe entre las redes sociales y los discursos de odio, analizando aquellos que propagan y promueven el odio hacia *un otro* portador de ciertos estigmas, particularmente aquellos relativos a las mujeres, las identidades de género no hegemónicas y la diversidad sexual.

PALABRAS CLAVES: REDES SOCIALES – OTREDAD - GÉNERO

[1] ICSE-UNTDF. Correo electrónico: dgmachado@untdf.edu.ar
[2] Estudiante ICSE-UNTDF. Correo electrónico: luferrandi18@gmail.com
[3] Estudiante ICSE-UNTDF. Correo electrónico: ppfoh@untdf.edu.ar

El poder se manifiesta de muy diversas maneras. La forma más explícita e identificable de imponer la voluntad de los poderosos sobre la voluntad de quienes se encuentran sometidos a dicho poder, suele ser mediante el uso de coacción externa, que a su vez puede ser física, económica, verbal o de otro tipo. Ahora bien, según Byung-Chul Han (2018) aquel poder que hace uso de violencias tan explícitas, se hace a sí mismo parcialmente vulnerable. ¿Cuál es su argumento? Sencillamente, que estas formas de violencia al existir como negación de la libertad, afirman la existencia de una (o varias) voluntad(es) negada(s), razón por la cual, encarna en sí misma la potencialidad de que una voluntad disidente surja y se le oponga. Ese hecho, da cuenta de la debilidad de su poder.

No obstante, el poder no tiene que asumir necesariamente la forma de una coacción. Nos referiremos a aquellas formas de poder como "negadoras" de la libertad; mientras que una segunda gama de posibilidades de existencia del poder, aparecen como discurso "positivo", reivindicando la libre voluntad individual. Es precisamente aquí, donde para Byung-Chul Han (2018) el poder actúa más silenciosamente, sin ser siquiera tematizado o sospechado, es decir, reduciendo las posibilidades de resistencia.

La particular eficiencia de las formas positivas del poder "*se debe a que no actúa a través de la prohibición y la sustracción sino de complacer y colmar. [...] Es más afirmativo que negador, más seductor que represor*" explica Byung-Chul Han (2018, p.29). De esta manera, dicho poder en lugar de enfrentarse al sujeto, le da facilidades, en lugar de imponer silencio o censurar, exige compartir, participar, comunicar deseos, necesidades y preferencias. Actúa acaso sobre las subjetividades tal como ya explicaba Foucault (2003) al respecto de las "*tecnologías del yo*":

> "*(...) las prácticas sensatas y voluntarias por las que los hombres no sólo se fijan reglas de conducta, sino que buscan transformarse a sí mismos, modificarse en su ser singular y hacer de su vida una obra que presenta ciertos valores estético y responde a cierto criterios de estilo.*" (2003: 13-14)

En esta definición, la tecnología en cuestión se encarga de que el individuo actúe de modo tal que reproduzca por sí mismo el entramado de poder que es interpretado por él como libertad.

El régimen disciplinario, según Deleuze (1999), se organiza como un cuerpo, en cambio, el *smart power* se comporta como "alma" donde la motivación, la proyección, la

competencia, la optimización, la iniciativa proactiva e inclusive la culpa, la meritocracia y el endeudamiento de los individuos, son fundamentales en la técnica de dominación psicopolítica (Byung-Chul Han, 2018).

Si bien la técnica disciplinaria opera no sólo sobre el cuerpo, sino también sobre la mente, la *psique* no está en el punto de mira del panóptico -en tanto medio óptico-, es decir "*no tiene ningún acceso al pensamiento o a las necesidades internas*" (Byung-Chul Han, 2018, p.37). Entonces, si la biopolítica pretende controlar la demografía (del griego *dêmos* 'pueblo' y *gráphein* 'escribir'), la psicopolítica persigue elaborar un psicograma (del griego psyché, 'alma humana' y *gráphein* 'escribir') esto es, programar la *psique*. Hete aquí la principal diferencia entre el poder *bio* y *psico* político.

Por supuesto que las nuevas tecnologías políticas no se dan de manera aislada y descontextualizada, sino que responden a nuevas dinámicas de poder. La crisis en los centros de encierro es según Deleuze (1999), lo que da lugar a la implementación de una nueva tecnología política, posibilitada gracias al neoliberalismo pero reforzada por el surgimiento de las redes sociales que vendrían a ocupar o suplir la función de los medios de comunicación tradicionales. La inseguridad se traslada también hacia de la piratería, la inoculación de virus, el ciberbullying y los secuestros virtuales, a la vez que el marketing se constituye como el principal instrumento de control social, descubriendo a la psique como *"fuerza productiva*" (Byung-Chul Han, 2018, p.42). Esto es, a las nuevas formas de producción del capitalismo, inmateriales e incorpóreas, cuya materia prima es la subjetividad (información, softwares, programas, apps, perfiles de electores o de consumidores, publicidad y servicios varios).

Para Bauman (2010), la nueva era del marketing o la nueva sociedad de consumo, no sólo alcanza a los objetos, sino que el mismo ser humano resulta producto-consumidor (en una división borrosa) de relaciones sociales. Ante las nuevas formas de socialización, los individuos recurren al marketing para ser vistos, mirados, conversados y deseados por muchos. De esta materia están hechos los sueños -desde la infancia-, en una sociedad de consumidores: transformarse en un producto deseable y deseado. Definitivamente en la era de la información, la invisibilidad es sinónimo de muerte, de amenaza, o simplemente resulta imposible.

A la hora de pensar las hegemonías, es decir, los mecanismos de transmisión ideológica tendientes a generar un consenso en las clases subalternas que otorgue bases

más sólidas a la estructura vigente (Gramsci, 1984), resulta necesario ampliar aún más o actualizar la idea, que Gramsci introdujo sobre los mecanismos de la Sociedad Civil al servicio de la construcción de un consenso hegemónico (gremios, sindicatos, partidos políticos, iglesias, clubes, partidos de masas y ahora también las redes sociales, los software, el marketing, las aplicaciones y los medios de comunicación). De esta manera, hablar de las nuevas tecnologías políticas (el Big Data entre ellas), de las nuevas dinámicas sociales donde la gente cada vez está más indisciplinada y sin embargo cada vez más controlada y de las nuevas redes y nodos en los que se organizan las relaciones del poder global, resulta inherente a la idea de neoliberalismo.

También podemos dar cuenta de cómo estas subjetividades se construyen de manera similar a la tradicional, pero sustancialmente se reemplaza las interacciones físicas (o cara a cara) por una espacialidad distinta, se sitúan en el ciberespacio. Es aquí donde cada sujeto-usuario se constituye su propia identidad, un yo virtual que puede o no coincidir con la identidad del yo no virtual. La particularidad de esta construcción es que es consciente y no está formada a partir de la socialización. En la misma se puede generar una imagen y representación de sí mismo que no podría ser contrastada con la realidad.

Si bien suelen tomarse estas dimensiones como escindidas, siguiendo a los autores Aguilar Rodríguez y Said Hung (2010), existe una relación que genera que aquello que pasa en la dimensión virtual o en la dimensión no virtual tenga relevancia sobre la otra. De tal manera, aquellos sujetos-usuarios se van construyendo a sí mismos en las redes sociales, y agrupando según los gustos en común, y a su vez, se van oponiendo a aquellos que quedan por fuera de los mismos.

De este modo, las interacciones cotidianas que se producen dentro del ciberespacio, y en las redes sociales en particular, no deja de reproducir dinámicas que se expresan en "la vida real". En ambos planos, para poder constituir una identidad colectiva "nosotros", resulta necesario determinar un "ellos", y dónde esa relación de enemistad se vuelve antagónica (Mouffe, 2011).

La interacción con un otro que no podemos ver físicamente, permite que se propaguen y exacerben los discursos de odio, para reafirmar nuestra propia identidad virtual colectiva. En estos discursos de odio, se ponen en juego elementos como la libertad de expresión, los derechos individuales, colectivos y de las minorías, así como los conceptos de dignidad, libertad e igualdad (Gagliardone, Gal, Alves, Martinez, 2015, p. 10).

Al referir sobre discursos de odio lo haremos tal como lo toman García Juanatey y Cabo Isasi (2016), en un sentido amplio, que incluya cualquier expresión que promueva o legitime el odio por diferentes motivos. Estos mismos autores señalan cómo este discurso toma características particulares en el ciberespacio, y lo denominan ciberodio. Este tiene ciertas particularidades que lo vuelven un mayor potencial de daño, debido a la masividad de las redes sociales y su interpenetración con los discursos en el cotidiano.

Resulta ya muy difícil distinguir, de lo que es por un lado el ciberespacio, o la dimensión virtual y la dimensión no virtual o "real", y como las acciones -o publicaciones- en una de ellas, actúan de manera inmediata sobre la otra. Por ello no podemos pasar por alto que muchas de las marchas masivas en reivindicación de los derechos de las mujeres, se han organizado y difundido mediante las redes sociales con claras consecuencias en la realidad cotidiana. Como así también, se han generado páginas en contra de estos mismos movimientos que se encargan de generar discursos deslegitimadores que son reproducidos en ambas dimensiones, y que además, otorgan propiedades estigmatizantes para con esos colectivos.

Generando así la construcción, siempre inferior, de ese *otro* que puede ser tanto individuo como un colectivo que se encuentra, generalmente, en oposición a los ideales considerados únicos y tolerables por un determinado grupo. Tanto así que la propia construcción de la identidad en las redes sociales se ve directamente afectada por esto, y se comienzan a visualizar en los perfiles de presentación ciertas características semejantes con uno o con otros sectores como pueden ser los hashtags, emojis, y otros elementos que aportan significaciones dentro de las mismas.

El uso de las redes sociales es totalmente diverso, y en los últimos años ha crecido su importancia porque se ha transformado en un escenario de disputa político social. Han sido los movimientos feministas los que han usado a su favor las redes sociales, para poder expresar sus demandas mediante el uso masivo de hashtags para generar identidades colectivas que aún siguen vigentes.

Uno de los más icónicos ejemplos de nuestro país, fue mediante el hashtag #Niunamenos que reflejó la indignación colectiva por los femicidios ocurridos, y en particular el femicidio de Chiara Páez. La viralización del hashtag por medio de las redes sociales permitió que se efectivizara una convocatoria para una multitudinaria marcha el 3 de junio de 2015.

Como una respuesta directa a esta identidad colectiva digital movilizada por la indignación hacia las violencias y desigualdades de género, se propagaron y canalizaron los discursos de odio por medio del hashtag #Nadiemenos. El objeto de estos discursos de odio, ha sido deslegitimar y contrarrestar las demandas y avances de los colectivos feministas.

Luego del #Niunamenos, los movimientos sociales (y los feministas en particular) buscaron generar un impacto dentro de las redes sociales, para poder encarrilar sus demandas. Otro ejemplo de campañas virales fue en el 2018 con la discusión en el Poder Legislativo del proyecto de ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE). La campaña por la legalización del aborto canalizó por medio de diferentes imágenes, símbolos representativos como los pañuelos verdes y hashtag como #Quesealey, dentro de todas las redes sociales. Pero del mismo modo, se generó cual espejo imágenes, símbolos representativos y hashtag como #Salvemoslasdosvidas para que el proyecto de ley se viese truncado, y para canalizar los mensajes de odio hacia colectivos feministas, incluso individualmente.

En materia de luchas de género, no solo en Argentina las demandas se traducen en hashtags que imponen como trendin topic mundiales las redes sociales. En octubre de 2017, desde Estados Unidos se propagó el #Metoo (yo también) para denunciar agresiones sexuales y el acoso, luego de las acusaciones al productor estadounidense Harvey Weinstein. Al mes siguiente, el epicentro de la indignación digital surgió en España como respuesta al proceso judicial que se estaba llevando a cabo contra cinco sevillanos acusados de una violación múltiple durante los sanfermines de 2016.

Si bien han perseguido demandas en concreto de lo previamente mencionado, resulta curioso cómo se han propagado discurso de odio en cada uno de ellos. Como también, siguen teniendo vigencia los hashtags que han sido canalizadores tanto de demandas de derechos como de discursos de odio en contra de las mismas. Los símbolos e imágenes resultantes de estas luchas hoy constituyen la subjetividad de mujeres, como puede ser un pañuelo verde (o su contraparte celeste) en el mundo real o un emoji de un corazón verde (o su contraparte celeste) en el mundo digital.

Las redes sociales se han convertido en campos de batallas. Y es en las redes sociales donde las personas se permiten reproducir discursos de odio, porque hay dos características que lo permiten. Por un lado, que la agresión se dirige a alguien que no está

físicamente y que fácilmente puede desaparecer; eliminándolo, desuscribiéndose, bloqueándolo. Por otro lado, pero íntimamente ligado con la anterior, que nuestras redes sociales se van segmentando, y se empiezan a constituir como una caja de resonancia de nuestros propios discursos. Se escucha el propio eco. Es mediante los discursos de odio que pueden constituir la identidad digital colectiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILAR RODRÍGUEZ, D; SAID HUNG, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso Facebook. Zona próxima, núm.12, pp.190-207, disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85316155013

CABO ISASI, A; GARCÍA JUANATEY, A. (2016). El discurso del odio en las redes sociales: un estado de la cuestión. Ayuntamiento de Barcelona, Barcelona. Disponible en: https://ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi/wp-content/uploads/2015/03/Informe_discurso-del-odio_ES.pdf

DELEUZE, G. (1999). *Post- scriptum sobre las sociedades de control*. En Conversaciones. Valencia: Pretextos.

FOUCAULT, M. (1994). Hermenéutica del sujeto. Madrid: Ediciones de la Piqueta.

FOUCAULT, M. (2003). Historia de la sexualidad 2. El uso de los placeres. México: Siglo XXI Editores S.A.

GAGLIARDONE I., GAL D., ALVES T., MARTINEZ G. (2015). Countering online hate speech. UNESCO series on internet freedom. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Disponible en; https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233231

HAN, B.C. (2018). Psicopolítica. Lanús, Argentina: Editorial Herder.

MOUFFE, C. (2011). En torno a lo político. Argentina, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.