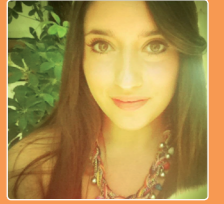


Sexismo en línea. WhatsApp, nuevo mecanismo de reproducción del sexismo muestra cómo un nuevo mecanismo de comunicación utilizado por gran parte de la población, puede ser generador y perpetuador de actitudes, concepciones y creencias sexistas a través de las conversaciones, los grupos de personas interlocutoras y los archivos que se envían y se reciben a través esta aplicación móvil.

En esta investigación de metodología cualitativa enmarcada en 2014, se examina esta herramienta de comunicación desde una perspectiva de género feminista: dando voz a las mujeres que cotidianamente utilizan la app, reciben imágenes que degradan y denigran a otras mujeres y en contraposición también hacen uso de ésta para empoderarse, aumentar sus conocimientos y salir del ámbito privado al público a través de su Smartphone.

Sexismo en línea cuestiona el sentido del humor tradicional, patriarcal y heteronormativo aceptado, normalizado e interiorizado por la sociedad, un sentido del humor que impide el avance en materia de equidad.

Sin lugar a duda, contemplamos una investigación novedosa, innovadora y cercana que además de revelar desigualdades de género existentes en la tecnología de uso cotidiano permite establecer pautas para la prevención de actitudes machistas y sexistas así como para cambiar los roles y estereotipos de género que aún se mantienen en el imaginario colectivo.



MARGARITA RUIZ FERNÁNDEZ

Margarita Ruiz Fernández, nacida en Rus (Jaén) en 1991. Graduada en Trabajo Social en la Universidad de Jaén y en la Università della Calabria (Italia). Máster Interuniversitario en Género, Identidad y Ciudadanía por la Universidad de Cádiz y Universidad de Huelva.

Ha desarrollado el proyecto “Talentías: Mujeres y emprendimiento estratégico” en la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. Ha participado en diferentes seminarios, conferencias y mesas redondas sobre violencia de género a través de las imágenes, mass media o redes sociales. Participa en la Asamblea Feminista de Cádiz, en la Asociación de Mujeres “Ser Mujer” de Rus (Jaén) y en la Asociación de Profesionales Feministas Enredadas.

<https://es.linkedin.com/in/mruizfernandez>

@margaritaruyfer

X Premio de Investigación
de Políticas de Igualdad
«Carmen de Michelena»

Sexismo en línea

WhatsApp, nuevo mecanismo
de reproducción del sexismo

MARGARITA RUIZ FERNÁNDEZ

«POLÍTICAS DE IGUALDAD»

Décimo premio 2014

Edita: DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE JAÉN
Igualdad y Bienestar Social

© De la autora: Margarita Ruiz Fernández

© De la presente edición:
DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE JAÉN
Igualdad y Bienestar Social

I.S.B.N.: 978-84-608-5866-9

Depósito Legal: J. 41 - 2016

Impreso en España • Unión Europea

AGRADECIMIENTOS

A todas las mujeres que han colaborado para hacer posible esta investigación, investigación que parte de la frustración y que pretende llegar a un destino, con un nombre de libertad y un color violeta.

Agradecimientos a Rosa Vázquez, profesora de la Universidad de Cádiz, por su interés en el tema y por su constante apoyo en forma y en fondo.

Agradecimientos a todas las personas que con su actitud no sexista consiguen que continuemos el largo camino para lograr la igualdad.

PRÓLOGO

El estudio *Sexismo “En línea”. WhatsApp, nuevo mecanismo de reproducción del sexismo*, de Margarita Ruiz Fernández, encierra un enorme valor, no ya por lo que pueda aportar al ámbito de conocimiento de las tecnologías digitales en sí, sino sobre todo y especialmente por el enfoque y el tratamiento analítico que realiza de las mismas, y en concreto, de la aplicación WhatsApp desde la perspectiva de género; un abordaje que lo desarrolla con rigor, seriedad y compromiso social. Su atrevimiento de mirar con otras lentes diferentes a las que habitualmente se utilizan -apoyadas en el androcentrismo, la hegemonía, la neutralidad, la objetividad, la insensibilidad de género y la excesiva generalización-, hace que esta investigación constituya el ejemplo idóneo para tomar conciencia y comprender que los avances en las diversas esferas y los diferentes ámbitos no se producen con el mismo potencial ni alcanzan la misma proyección social, cultural, política y científica.

El desarrollo experimentado por las tecnologías digitales en estos momentos es sorprendente; ya parece que casi no podemos hablar de ciencia ficción. Sin embargo, este excelso progreso, que sitúa al ser humano en un estatus que nada tiene que ver con el «homo¹ habilis», «homo sapiens» «homo faber» y «homo ludens», no se corresponde con la lentificación del proceso dirigido al logro de la igualdad entre mujeres y hombres. Como bien

¹ Entiéndase homo como equivalente a ser humano.

nos muestra la historia, las conquistas vienen impulsadas por intereses políticos y económicos, y según sean estos, se establecen niveles de prioridad que se corresponden con aquellas medidas y actuaciones, y aquellos resultados que tienen un claro impacto y una visibilidad inmediata; las cuestiones referidas al género parecen que no cumplen con esta máxima, de ahí que permanezcan invisibilizadas. Es por ello que se requiere de un giro de tuerca, y es lo que hace este estudio. El trabajo de Margarita Ruiz Fernández evidencia de manera transparente la necesidad de investigar desde la construcción sexuada del conocimiento y la praxis indagatoria para posibilitar nuevas formas de ver, sentir y pensar la realidad social, cultural y científica.

Asimismo, la autora denuncia la falsedad existente en el discurso políticamente correcto de la igualdad en el uso de las tecnologías. Pese a que estas se nos presentan como un recurso y un contexto con un carácter democratizador (la inmensa mayoría de las personas tienen móviles o dispositivos similares), en el fondo no dejan de ser un claro mecanismo de reproducción del sexismo y de la discriminación, y ello debido a que el sentido y el contenido dependen directamente de las personas usuarias de la aplicación WhatsApp. Por tanto, no resulta demasiado difícil encontrar, como lo demuestra la autora con información rigurosa, prácticas discursivas que perpetúan las desigualdades de género, en tanto que se siguen reproduciendo los modelos aprendidos desde parámetros androcéntricos. Las tecnologías digitales, y en concreto el WhatsApp, se convierten en los nuevos canales para el mantenimiento del status quo (pensamiento y prácticas sexistas). Consecuentemente, ya no solo se trata de la brecha digital en cuanto al acceso a las tecnologías (y al WhatsApp en particular), sino también de la brecha que tiene que ver con las personas usuarias de las mismas, que es precisamente la que da razón de ser de la situación que se muestra en este estudio en cuanto al uso dicha aplicación.

La fortaleza de esta investigación reside, además, en la adopción de una metodología cualitativa sensible al género orientada hacia el cambio. La aportación de las voces de las informantes universitarias que participan en la misma hace posible el acercamiento de la realidad a las personas lectoras

de este trabajo desde un marco comprensivo. La presencia de las voces de las estudiantes contribuye de manera directa a visibilizar las representaciones, los prejuicios y los estereotipos, en definitiva, los marcos ideológicos desde los que operan y deciden las personas, mujeres y hombres.

Desde estas consideraciones, resulta evidente que el valor de este estudio va más allá de aportaciones teóricas. Se nos presenta como una buena ocasión para reflexionar sobre las nuevas formas y los nuevos mecanismos de reproducción del sexismo sin quedarnos en lo obvio y en sus virtudes (rapidez, contacto inmediato, etc.). Su lectura no deja indiferente; mas al contrario, inyecta el interés necesario para empezar a adoptar una actitud no pasiva y sensible hacia el género y hacia aquellas cuestiones que, de un modo u otro, tienen que ver con este asunto. Si el WhatsApp ha entrado a formar parte de nuestras vidas –como se evidencia cada día-, cambiando nuestros modos de relacionarnos, de pensar y de entender la realidad, precisa obligatoriamente de que las personas usuarias (mujeres y hombres) se atrevan a mirar desde la transversalidad de género, a cuestionar los contenidos (textos, imágenes, vídeos, etc.) que reciben –y que emiten-, a rechazar y denunciar el sexismo, la discriminación y la exclusión, e intentar hacer un uso que garantice la igualdad, la equidad y la sororidad.

El trabajo que se presenta bajo la autoría de Margarita Ruiz Fernández se estructura en cuatro capítulos: en el primero se realiza una revisión del estado de la cuestión que establece la estructura conceptual de la temática estudiada; el segundo capítulo se centra en la presentación y la justificación de la metodología adoptada para la investigación (metodología cualitativa); el tercer capítulo, es el más extenso, y está centrado exclusivamente en el análisis de los resultados hallados tras el registro de la información mediante diferentes procedimientos, y finalmente, el cuarto arroja las conclusiones a las que la autora llega, y que representan, sin duda alguna, una vía para seguir profundizando en un tema tan novedoso como WhatsApp y género.

ROSA VÁZQUEZ RECIO

Profesora Titular de la Universidad de Cádiz

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

INTRODUCCIÓN

Sexismo en línea; WhatsApp, nuevo mecanismo de reproducción del sexismo pretende investigar cómo WhatsApp, nuevo mecanismo de comunicación utilizado por gran parte de la población, puede ser generador y perpetuador de actitudes, concepciones y creencias sexistas a través de las conversaciones, los grupos de personas interlocutoras y los archivos que se envían y se reciben a través esta aplicación móvil.

Las motivaciones personales que me llevan a escribir sobre este tema son varias: en primer lugar, mi percepción de las relaciones interpersonales tradicionales se ha ido modificando conforme han aparecido nuevos instrumentos de comunicación, por ejemplo WhatsApp, (no puedo olvidar que yo misma me encuentro en ese limbo entre nativas digitales y emigradas digitales); en segundo lugar, a través de esta herramienta he tenido que ver incesantemente imágenes que degradan a las mujeres, contenidos sexistas, chistes misóginos y comentarios que me han causado gran indignación; en tercer lugar, las lecturas de artículos que han ido apareciendo en muy poco tiempo en los que se habla de esta app como un posible nuevo método para fomentar la violencia de género, sobre todo en la población adolescente, me ha llevado a reflexionar sobre esta aplicación, tan común en nuestras vidas y algo que no se puede pasar por alto. Esta serie de motivos me llevaron a pensar sobre el alcance y el poder de esta aplicación móvil en concreto, así como sobre la importancia que tiene en la vida de muchas personas

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

actualmente. De acuerdo con ello, esta investigación pretende estudiar y comprender una realidad que nos es cotidiana, y aportar, dentro de la posibilidad que nos brinda esta investigación, conocimiento sobre el sexismo en las redes sociales y en concreto en esta aplicación.

Propongo, por tanto, contemplar esta nueva herramienta de comunicación con perspectiva de género; observar y analizar con una óptica violeta las actitudes sexistas que se enmascaran, de diferentes formas, a través del mundo virtual de WhatsApp y comprender cómo esto afecta a más mujeres que a hombres.

La investigación se estructura en cuatro capítulos. En el primero se presenta la arquitectura conceptual en la que se basa el estudio, es decir, el marco teórico en el que se fundamenta la investigación y que compone un pilar fundamental para esta. Divisiones digitales de género junto con la importancia de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) en la actualidad confluyen con novedosas formas en las que se presenta el sexismo en la sociedad actual y que continúan perpetuando estereotipos y roles de género de diferentes formas y en diferentes contextos.

El segundo capítulo trata sobre la metodología de la investigación. En este se expone la manera en la que se ha llevado a cabo esta investigación que ha asumido un enfoque cualitativo. Diferentes preguntas de investigación han guiado este estudio, tales como: ¿Existe una opinión negativa a cerca de las imágenes y bromas que se envían por WhatsApp?, ¿Las mujeres afectadas por esas imágenes, insultos, bromas, hacen algo al respecto por concienciar sobre su fondo misógino, o lo toman con naturalidad?, ¿Existe una desigualdad de género en las conversaciones que se mantienen por WhatsApp?, entre otras. Así, siguiendo estas cuestiones, la investigación ha empleado diferentes estrategias de recogida de información, en concreto la entrevista semiestructurada y el análisis de imágenes recibidas a través de la aplicación. Las participantes del estudio son mujeres universitarias de la Universidad de Cádiz que utilizan frecuentemente WhatsApp. Igualmente

destaca en este capítulo el objetivo principal de la investigación que, como ya se ha apuntado antes, no es otro que aportar conocimiento acerca del sexismo existente en la red social de WhatsApp.

El tercer capítulo está dedicado a los hallazgos de la investigación, esto es, el informe de investigación propiamente dicho. Se analizan las opiniones de las mujeres entrevistadas acerca de diferentes cuestiones fundamentales, entre ellas la desigualdad de género existente en la aplicación móvil a través de las conversaciones, la idea de intimidad frente a la de extimidad, etc., junto con un análisis en profundidad de una serie de imágenes transferidas en WhatsApp.

Finalmente, cerramos el trabajo con las conclusiones que abren nuevas puertas y nuevos caminos por recorrer.

1. MARCO TEÓRICO

Para abordar esta investigación comenzamos haciendo un análisis de diferentes aspectos claves que configuran la arquitectura conceptual: las divisiones digitales de género en Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, y las alternativas como Ciberfeminismo y Tecnofeminismo; las modificaciones en la manera de interactuar a través de las redes sociales; las nuevas formas de sexismo presentes en la actualidad y por último estereotipos y roles de género que se perpetúan a través de las redes sociales. Con este capítulo se pretende exponer el panorama actual a través de un abordaje teórico y analítico de los aspectos mencionados, conociendo que éstos están íntimamente relacionados.

1.1. DIVISIONES DIGITALES DE GÉNERO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Durante los últimos años, las redes sociales han transformado la manera de comunicarse y expresarse de una población asociada a la generación del Conocimiento y de la Información. El uso de Internet y de Nuevas Tecnologías se ha considerado crucial para acceder a la mayoría de los espacios públicos y virtuales, por ello los gobiernos y las Instituciones, tanto a nivel comunitario como nacional y autonómico, han promocionado el acceso a estas nuevas tecnologías y han incluido en sus Agendas Digi-

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

tales medidas oportunas para erradicar las desigualdades que experimentan aquellas personas excluidas por diferentes motivos, entre otros el género.

Para dejar constancia de la importancia que supone la integración de las mujeres al uso de nuevas tecnologías, la *Ley 3/2007 de 22 de Marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres* en su artículo 28 señala:

1. “Todos los programas públicos de desarrollo de la Sociedad de la Información incorporarán la efectiva consideración del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en su diseño y ejecución.
2. El Gobierno promoverá la plena incorporación de las mujeres en la Sociedad de la Información mediante el desarrollo de programas específicos, en especial, en materia de acceso y formación en tecnologías de la información y de las comunicaciones, contemplando las de colectivos de riesgo de exclusión y del ámbito rural.
3. El Gobierno promoverá los contenidos creados por mujeres en el ámbito de la Sociedad de la Información.
4. En los proyectos del ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación sufragados total o parcialmente con dinero público, se garantizará que su lenguaje y contenidos sean no sexistas”.

Igualmente, a nivel autonómico la *Ley 12/2007, de 26 de Noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía* en su artículo 51 añade:

1. “Los poderes públicos de Andalucía promoverán las acciones que favorezcan la implantación de las nuevas tecnologías, en base a criterios de igualdad, y promoverán la participación de las mujeres en la construcción de la Sociedad de la información y del conocimiento.
2. En los proyectos desarrollados en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación, financiados total o parcial-

mente por la Administración de la Junta de Andalucía, se garantizará que su lenguaje y contenido no sea sexista”.

A pesar de las legislaciones y los planes estratégicos puestos en marcha para la erradicación de las desigualdades de género en relación a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs en adelante) encontramos que éstas aún son existentes y alejadas de su completa erradicación.

En referencia a lo que venimos expresando existen estudios, como los de Castaño (2008, 2011), que expresan y visibilizan las desigualdades aún existentes entre mujeres y hombres en el acceso y el uso de las NTICs.

El estudio de Castaño (2008) hace referencia, por una parte, a la primera brecha digital, referente al acceso a los ordenadores e Internet, y por otra, una segunda brecha digital, que visibiliza las diferencias en los usos (tanto en intensidad como en variedad) de estas tecnologías, relacionados con la capacidad y las habilidades de las personas usuarias para utilizar estos recursos tecnológicos. Las brechas digitales muestran una diferenciación en la sociedad de la información y la comunicación entre personas *incluidas* y *excluidas*.

En las últimas décadas, la difusión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han convertido en un rasgo esencial de la actividad económica y social de los países de la OCDE... Desde este punto de vista, la aparición, o la persistencia, de divisiones o brechas digitales constituye una preocupación creciente de los gobiernos y de la sociedad civil (Castaño, 2008, p. 16).

La autora señala el problema social que acompaña al proceso de la difusión de Internet. Rogers (2001 cit. por Castaño, 2008, p. 23) define la división digital como “la brecha que existe entre individuos que sacan provecho de Internet y aquellos otros que están en desventaja relativa respecto a Internet” y lo relaciona con la hipótesis de la brecha del conocimiento, es decir, a medida que aumenta la difusión de los medios de comunicación de masas, los sectores de la población con una mayor capacidad

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

económica adquieren los mejores dispositivos electrónicos, generando la necesidad de nuevos consumos que serán inaccesibles para otros sectores de gran parte de la población, por lo que la brecha aumenta todavía más entre unos y otros.

Rogers (2010, p. 37) define la pauta de distribución de las innovaciones diferenciando cinco grupos de individuos a partir de sus características socioeconómicas, demográficas y sus actitudes:

- Un primer grupo minoritario engloba a las personas capaces de tomar iniciativas y correr riesgos con el uso de las tecnologías.
- Un segundo grupo de usuarios tempranos, normalmente líderes sociales, con un alto nivel educativo.
- Un tercer grupo más numeroso caracterizado por la prudencia de sus integrantes y una amplia red de contactos sociales.
- Un cuarto grupo, conocido como *late majority* o mayoría retardada, estaría formado por personas escépticas, tradicionales con bajo estatus socioeconómico.
- Por último, los *retardados*, en el que se sitúan las personas que o bien se mantienen en un nivel más tradicional o bien están aisladas en su sistema social.

Estas brechas o divisiones digitales, por tanto, aunque sean de carácter tecnológico, tienen un fuerte calado social y es que se entremezclan con otros factores de exclusión como la capacidad económica, la disponibilidad de tiempo, los conocimientos, habilidades y experiencia, etc. No todas las personas tienen la misma capacidad económica para adquirir los componentes electrónicos, no todas las personas están dispuestas a adquirir destrezas para utilizar esas tecnologías o consultar Internet o las redes sociales para obtener iguales resultados. Estos factores afectan en mayor medida a mujeres que a hombres, al existir en la sociedad una feminización de la pobreza, una distribución desigual en el uso del tiempo de mujeres y hombres, y una tradicional masculinización de la tecnología.

En ningún caso se niega que el uso de Internet y nuevas tecnologías pueda ser un factor de empoderamiento de las personas al tener la capacidad de compartir, encontrar y buscar información de una manera instantánea y más económica que otros recursos anteriormente utilizados. En cuestión de género, encontramos en esta brecha digital dos caras de una misma moneda que afecta directamente a las mujeres. Por una parte, las actuaciones por parte de los gobiernos de incrementar los equipos electrónicos y las clases de formación en informática y acceso a las NTICs aumenta sin cesar, pudiendo las mujeres lograr más fácilmente acceso al mercado laboral, pero, por otra parte y al mismo tiempo, la división digital existente es aún alarmante y preocupante ya que persiste una presencia masculinizada en ámbitos como el de la investigación, educación y el empleo, que mantienen todavía a muchas mujeres relegadas a espacios domésticos u otras ocupaciones. Por ejemplo, existen carreras y formaciones profesionales relacionadas con la tecnología que están masculinizadas¹ y trabajos relacionados con el cuidado de personas asignados históricamente a las mujeres que continúan estando feminizados. Esta división de género en las ocupaciones guiarán las actitudes de las personas consumidoras de NTICs en función de la frecuencia de uso, las habilidades y el tipo de actividades que realizan con la tecnología. Con referencia a esto, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) publica en 2013 (como viene haciendo en años precedentes) un informe sobre las mujeres investigadoras, en este se destaca la presencia desigual de mujeres en puestos de investigación (2013, p. 5). Igualmente, Sáinz y López Sáez (2010, cit. por Gil-Juarez et

¹ Tal y como se observa en Informe del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en relación a los datos básicos del Sistema Universitario Español del curso 2013/2014 comprobamos un claro desequilibrio en lo que respecta a la presencia de mujeres y hombres en ciertas ramas de estudio universitarios. En disciplinas como Ciencias de la Salud, el 70,1% de las personas matriculadas son mujeres frente al 29,9% hombres mientras que en estudios como Ingeniería y Arquitectura se invierten los porcentajes, un 73,9% de las personas matriculadas son hombres frente al 26,1% mujeres. Estos datos constatan la masculinización y feminización de las carreras universitarias (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2014).

al., 2011, p. 6) demuestran que la presencia de mujeres en carreras universitarias técnicas es muy inferior a la presencia de hombres, a pesar de ser más de la mitad de las personas matriculadas en universidades españolas.

En el estudio de 2011, Castaño demuestra lo anteriormente argumentado, esto es, las diferencias cuantitativas entre mujeres y hombres en los usos de Internet, que no se aprecian en el uso del teléfono móvil. Esas diferencias se traducen en la desigualdad en el uso del ordenador e Internet, claramente evidente. Destaca especialmente como síntoma de las desigualdades provocadas por la brecha digital de género el aumento de la brecha conforme aumenta la dificultad y la complejidad de las tareas que se realizan con los NTICs, como es por ejemplo crear una página web o compartir un fichero p2p. Así mismo en el estudio se muestra una clara ventaja de los hombres sobre las mujeres en la búsqueda de información sobre bienes y servicios usada para comprar, descarga de software y de juegos online además de la banca electrónica, y una ventaja de las mujeres sobre los hombres en los temas de salud. Aún así las diferencias existentes pueden variar conforme a otros factores como son la formación, factores culturales o demográficos así como generacionales (2011, pp. 36-50).

Continuando con el argumento anterior, Castaño (2008, pp. 27-28) resalta las diferentes cuestiones que afectan a la segunda brecha digital desde una perspectiva de género. Por una parte, aquellas relacionadas con los usos, entre los que destacan la *experiencia*, es decir, el tiempo transcurrido desde que se empezó a utilizar Internet; la *intensidad de uso* que engloba el momento de la última utilización de Internet, junto con la frecuencia de uso de Internet y la duración de la conexión y por último el tipo de *actividades* que se llevan a cabo mediante el uso de la tecnología. Por otra parte, aquellas cuestiones relacionadas con las *habilidades*, que merecen especial atención: en primer lugar, porque existe una diferencia clara entre las habilidades percibidas y las reales, relacionadas con la infravaloración que hacen las mujeres de sus habilidades, y en segundo lugar, la importancia del entorno, de las actitudes de los *otros* que estimulen la adquisición de conocimientos de mujeres y niñas.

1.1.1. Ciberfeminismo y Tecnofeminismo

Como venimos apuntando, a pesar de las desigualdades de género existentes que provocan brechas digitales entre mujeres y hombres, existen diferentes corrientes postfeministas que toman el poder de la tecnología como forma de empoderamiento de las mujeres, se apropian de las NTICs para avanzar y superar las barreras impuestas masculinas, y alejarse de los estereotipos que provoca la tecnología eliminando o cuestionando de esta manera dichas brechas digitales o divisiones digitales.

Internet es la herramienta incuestionable, la imprescindible, la panacea de nuestras vidas, y si esto es así es porque satisface los deseos tecnológicos de la sociedad democrática occidental ensimismada con la capacidad de dominación y desarrollo infinitos. Además se nos presenta como inocua, inofensiva, tal vez porque la sentimos como una prolongación de la mente, esa parte de la dicotomía entre mente/cuerpo tradicionalmente favorecida por la cultura, en contraste con las tecnologías biomédicas que despiertan todas nuestras suspicacias. Pero, ¿es capaz sólo una nueva tecnología de generar esa famosa “tercera ola del feminismo?” (Bernárdez, 2005, p. 48).

El impacto de esa “prolongación de la mente” que se nos plantea con Internet ocupa un foco fundamental en los estudios de la autora Judy Wajcman (2006), quien hace un repaso de la sociedad de la información, interpretando la visión de los movimientos Feministas entorno a la presencia mediática y obligatoria de las tecnologías en nuestra vida cotidiana. El centro de interés se sitúa en averiguar cómo se ha comportado el movimiento social ante esta revolución tecnológica y digital, las diferentes propuestas y disputas existentes así como la repercusión real de la división digital que genera la tecnociencia.

Según la autora, la sociedad global de la información se caracteriza por una comprensión del espacio y del tiempo donde conceptos como el trabajo, el consumo y la interacción social están en constante flujo, un cambio tecnológico que parece ser inevitable, un proceso irreversible. Nuevas desigualdades provocadas por las brechas digitales, nuevas formas

de desigualdad en el siglo XXI, aspectos que estudiarán en profundidad otras personas investigadoras creando teorías de estos fenómenos.

Manuel Castells (2001), uno de los gurúes de la globalización, hace un análisis de la evolución de las tecnologías de la información considerándolas como una reestructuración del capitalismo.

La revolución de las tecnologías de la información y la reestructuración del capitalismo han inducido una nueva forma de sociedad, la sociedad red, que se caracteriza por la globalización de las actividades económicas decisivas desde el punto de vista estratégico, por su forma de organización en redes, por la flexibilidad e inestabilidad del trabajo y su individualización, por una cultura de la virtualidad real construida mediante un sistema de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados, y por la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo, mediante la constitución de un espacio de flujos y del tiempo atemporal, como expresiones de las actividades dominantes y de las élites gobernantes. Esta nueva forma de organización social, en su globalidad penetrante, se difunde por todo el mundo (p. 23).

Según Wajcman (p. 22), Castells y Giddens comparten la idea de que los Estados y las sociedades experimentan cambios en su intento de estar interconectados, aunque advierten de la inseguridad que ello implica. Consideran de suma importancia la intensidad, la extensión y la velocidad de los flujos de comunicación y de las redes globales, resaltando que en la sociedad del conocimiento el modo de trabajo predominante se basa en la información. Señalan, además, que el ocio, la educación, las relaciones y las identidades se conforman bajo las presiones de las nuevas técnicas, consiguiendo estos cambios, la ruptura de las jerarquías establecidas y liderando una nueva sociedad postradicional y organizada en red.

La autora hace referencia a que existen comentaristas que son optimistas sobre la revolución digital, aquellas personas que prometen que con la revolución digital se logrará libertad, empoderamiento y riqueza en la sociedad, pero quienes hacen tal consideración parecen no tener conciencia

alguna sobre las relaciones entre las tecnologías y el género, obviando la dominación masculinizada aún existente en el campo tecnológico.

La misma autora se encarga de hacer, además, un repaso histórico de la perspectiva feminista sobre la revolución tecnológica. Destaca que en las décadas de 1970 y 1980 el feminismo planteó la solución en términos del acceso de más mujeres a los ámbitos científico y tecnológico, considerando que el problema era el de desigualdad en el acceso. Este feminismo más liberal suponía a las propias mujeres culpables de no acceder a la tecnología, sin plantearse si esta tecnociencia daba cabida a las mujeres. Con esta orientación liberal se reivindicaba el acceso de las mujeres a las estructuras de poder existentes, incluida la tecnociencia, negando la existencia de diferencias de género y considerando a la ciencia y a la tecnología como neutras:

No se trata solamente de adquirir conocimientos y competencias, porque dichas competencias están imbricadas en una cultura de la masculinidad que es ampliamente confinante con la cultura de la tecnología. Tanto en la escuela como en el lugar de trabajo, dicha cultura es incompatible con la feminidad. Por consiguiente, para entrar en ese mundo, para adquirir su lenguaje, las mujeres tienen que empezar por renunciar a su feminidad... (p. 28).

En contraposición al feminismo liberal del que hablamos, encontramos diferentes feminismos como el cultural, el Ecofeminismo o el radical que se oponen a la tecnociencia en sus inicios al entender que esta es una forma de dominación, ya que asocian tecnología con lo masculino. También, los movimientos políticos radicales consideraban a la tecnociencia como abusiva, militarizada, contaminante y orientada al lucro y a la guerra e íntimamente relacionada con los métodos de producción capitalista.

Estos feminismos subrayan la diferencia entre los géneros y celebran lo que consideran específicamente femenino... Se abandona la idea de que lo que es específicamente femenino es un producto social y florece el concepto de la diferencia imposible de erradicar (Wajcman, 2006, p. 33).

En sentido contrario a lo comentado anteriormente, encontramos el Ciberfeminismo, que representa un giro cultural en contra de los argu-

mentos fatídicos que consideran a la tecnología como masculinizada y como peligrosa en potencia. Una nueva corriente postfeminista que anunciará la decadencia de las prácticas y de los fundamentos del poder institucional tradicional, incluido el patriarcal. Desde esta perspectiva, por tanto, la intención de dominación masculina no se produce a través de la tecnología.

Según Bernárdez (2005, p. 48) el Ciberfeminismo² consiste en:

Un encuentro de mujeres feministas en nuevo lugar: el ciberespacio, un vehículo totalmente diferente a las anteriores olas del feminismo. Las ciberfeministas son mujeres frescas, ingeniosas, irreverentes con lo políticamente correcto, con una dosis de agresividad voluntariamente incontrolada e ironía que quieren apropiarse del ciberespacio.

Esta corriente postfeminista nace a raíz del *Manifiesto Cyborg* de Donna Haraway, publicado en 1987, en el que la autora propone una nueva identidad definida como Cyborg:

Un Cyborg es una criatura híbrida, compuesta de organismo y de máquina. Pero se trata de máquinas y de organismos especiales, apropiados para este final de milenio. Los *Cyborgs* son entes híbridos posteriores a la segunda guerra mundial compuestos, en primer término, de humanos o de otras criaturas orgánicas tras el disfraz –no escogido– de la “alta tecnología”, en tanto que sistemas de información controlados ergonómicamente y capaces de trabajar, desear y reproducirse. El segundo ingrediente esencial en los Cyborgs son las máquinas, asimismo aparatos diseñados ergonómicamente como textos y como sistemas autónomos de comunicación (1991, p. 62).

El discurso que hace Haraway es vibrante y persuasivo, con el que critica dos supuestos centrales de la teoría social moderna: la razón centrada en el sujeto y el representacionismo. Consolida una nueva forma de concebir la política a través del Cyborg, “A finales del siglo XX –nuestra era, un tiempo mítico–, todos somos quimeras, híbridos teorizados y fabri-

² Interesante artículo de Cruells, Vergés, y Hache (2014) para comprender las corrientes y estrategias de los “Feminismos de la Tecnología” <http://www.revistapueblos.org/?p=16776>

cados de máquina y organismo; en una palabra, somos Cyborgs. El Cyborg es nuestra ontología, nos otorga nuestra política” (Haraway, 1991, p. 254).

La autora concibe la tecnología occidental como una dominación masculina. La relación entre máquina y organismo ha sido una guerra fronteriza y es por ello que la figura del Cyborg sea presentada como un canto al placer en la confusión de las fronteras y a la responsabilidad en su construcción.

En general, el Ciberfeminismo con su planteamiento se opone, por tanto, a las teorías feministas que tratan como víctimas pasivas a las mujeres ante el cambio tecnológico. Desde este planteamiento se asume que ellas tienen que apropiarse de esas nuevas tecnologías, “subvirtiéndolo el uso que se les está dando y que en sí mismas arrastran viejos estereotipos culturales, políticos y sexuales” (Bernárdez, 2005, p. 55).

Wajcman (pp. 99-103) argumenta que el Ciberfeminismo resulta ser muy atractivo para las mujeres que han crecido con los ordenadores y la época pop de la década de 1990. Además comenta que es necesario considerar al Ciberfeminismo como una reacción frente a los planteamientos pesimistas sobre las tecnologías que hemos comentado anteriormente, aquellos que insisten en la naturaleza inherentemente masculina de la tecnociencia.

Según Plant (1998, pp. 37-38), otro icono del Ciberfeminismo, la tecnología ha sido fundamental en la toma de poder de las mujeres, consiguiendo con esta toma la oportunidad de acceder a mayores oportunidades tanto económicas, como mejor cualificación y nuevas formas de comunicación con el resto del mundo. Considera que la revolución digital ha supuesto la decadencia de la estructura hegemónica tradicional y de la dominación masculina, ya que para ella no existen desigualdades de género en el ciberespacio y que la persona usuaria de la comunidad virtual puede alterar con facilidad la relación entre el cuerpo y el yo a través de la máquina sin importar el sexo, la edad, la raza y otros factores influyentes en la identidad y en la relación con las demás personas.

Ante este planteamiento, Wajcman realiza una crítica planteando que Plant tiene una visión utópica y no pretende erradicar las diferencias de género, sino que afirma positivamente la radical diferencia sexual de las mujeres, además de no considerar la experiencia real y actual de las mujeres con los dispositivos informáticos.

Más que pretender erradicar las diferencias de género, Plant afirma positivamente la radical diferencia sexual de las mujeres, sus cualidades femeninas. Se trata de una versión del feminismo radical o cultural, disfrazada de Ciberfeminismo, y resulta igual de esencialista (p. 114).

En toda esta oleada de contradicciones ante la tecnociencia, el Ciberfeminismo ha tenido ese deseo de crear una propia identidad política utilizando los avances tecnológicos como estrategia y modo de vida, comprendiendo que estos elementos tecnológicos son los que manipulan nuestras experiencias de vida. Plantea apropiarse de las tecnologías transformando los tradicionales y viejos estereotipos culturales, políticos y sexuales, en muchos casos, como expresa Bernárdez (2005, p. 55), a través de la ironía y la subversión paródica.

1.2. NTICS, MUJERES Y REDES SOCIALES. NUEVAS FORMAS DE EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN

La incesante aparición de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) en nuestra sociedad ha conseguido consolidarse como herramientas e instrumentos que forma parte de nuestro día a día, algo que a pesar de las diferentes discusiones y de los cambios provocados en la manera de vivir y actuar de las personas, se mantiene como una necesidad en el avance de la sociedad actual y en la manera en la que nos comunicamos con las demás, pero, ¿realmente sabemos en qué consisten los bienes TIC?, ¿conocemos en qué manera ha cambiado nuestro modo de vida? Los productos TIC, según el WIPPIIS (Working Party on Indicators for the Information Society) parten de los siguientes principios generales, recogidos por el Instituto de la Mujer (2008, p. 17):

- “Un bien TIC debe servir para facilitar la comunicación, el procesamiento y la transmisión de la información mediante medios electrónicos. También serán bienes TIC aquellos que permitan medir o registrar electrónicamente fenómenos físicos, así como los que sirvan para controlar un proceso físico mediante medios electrónicos.
- Un servicio TIC será aquel que facilite las funciones de comunicación y de proceso automático de la información a través de medios electrónicos”.

Igualmente, definiremos en qué consiste una red social dado que es necesario para nuestra temática de estudio. Según Requena (1989), el término de red social ha sido ampliamente utilizado dentro de las Ciencias Sociales, aunque no existe una definición aceptada por todas las personas estudiosas del tema. Para este autor sería:

Un conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades. Las redes sociales gozan de una estructura y una morfología propias, cuyas cualidades, como la posibilidad de cuantificar las relaciones y su consiguiente tratamiento matemático, evidencian importantes aplicaciones para el análisis e interpretación de las conductas sociales (p. 137).

El término de red social ha tenido usos muy diversos, desde el utilizado por los antropólogos para referirse a los vínculos existentes entre un conjunto de individuos, como la referencia a las redes sociales de apoyo formales e informales y el referido actualmente como “red de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social” (Castells, 2001 cit. por Espinar y González, 2009 p. 90).

De este modo, y según esta definición, Espinar y González (2009, p. 91) hacen una clasificación de las diferentes redes sociales existentes, diferenciando dos grandes grupos en función del público al que se dirigen y el

tipo de contenido que albergan. Así, encontraremos por una parte las redes de ocio y por otra las de contenido profesional (Cuadro 1).

CUADRO 1: CLASIFICACIÓN DE REDES SOCIALES

Redes generalistas o de ocio	Intercambio de contenidos e información: Permiten a la persona usuaria una serie de herramientas tanto para intercambiar como publicar contenidos digitales (vídeos, fotos, textos, etc.). Ejemplos: Youtube, Google Video, etc.
	Basadas en perfiles: el tipo más representativa de las redes sociales de ocio. Ejemplos: Facebook, Tuenti,...
	Redes de microblogging o nanoblogging: la persona usuaria puede constantemente actualizar su perfil mediante mensajes de texto. Propicia conocer qué hace una persona en cada instante sólo con mirar su red social. Ejemplos: Twitter, Yammer.
Redes Empresariales	Creadas y diseñadas con la finalidad de poner en contacto y mantener la relación, a nivel profesional, con diferentes sujetos que tengan interés para el usuario. Ejemplos: Xing, LinkedIn.
Redes Científicas	Dirigidas a temáticas específicas del mundo de la ciencia. Ejemplos: Academia.edu, Research-GATE.

Estas redes sociales que generan comunidades virtuales se caracterizan, entre otros factores, por albergar una gran cantidad de contactos de todas las partes del mundo, con los que podemos comunicarnos, interaccionar y relacionarnos de manera instantánea. Esto supone satisfacer de manera inmediata las necesidades de comunicación sin esfuerzo y de forma divertida para personas de todas las edades, aunque existe el riesgo de sustituir las relaciones personales por las redes sociales, dejar de vernos con gente cercana, pérdida de la seguridad por una mala gestión de la

privacidad y la exposición pública de los datos personales, etc. Es por esta instantaneidad por la que se genera una nueva manera de expresarse y comunicarse, la inmediatez del proceso, las nuevas formas de lenguaje con emoticonos³, la dependencia de conexión con los/las demás a la misma red social, etc.

Según Castells (2000), existe una gran diferencia entre las relaciones de las comunidades físicas y aquellas comunidades virtuales. Dicha diferencia radica en el individualismo como factor fundamental de nuestras comunidades tradicionales físicas, al que se le añade dar sentido a nuestras vidas basándonos en nuestros intereses y afinidades con las demás personas; por su parte, Internet permite la conexión entre las personas saltándose los límites físicos, entablando redes y lazos débiles pero reforzando aquellos más fuertes, de una forma más duradera en el espacio-tiempo y reconfigurando las identidades de manera que se adecúen mejor al individuo. Es el “cuanto más, más” (Castells 2000, p. 12), es decir, la persona que tiene una red social más amplia en su vida diaria, mayor red social tendrá en Internet, personas con una fuerte sociabilidad que será correlativa en la vida física y en la vida virtual y del mismo modo, casos de débil sociabilidad real que compensan a través de Internet y que corroboran aislándose en esos espacios virtuales.

Sin duda alguna, lo que queda totalmente claro es que se ha cambiado la manera de sociabilizarnos, y en parte es debido a las nuevas tecnologías que permiten, como venimos comentando, tener una conversación de manera instantánea con otra persona que está en la otra parte del mundo o con tu mejor amigo o amiga que vive en tu misma calle.

Este proceso de sociabilidad genera también comunidades de intereses comunes. Así, para el movimiento feminista, por ejemplo, ahora podremos estar más actualizadas sobre los problemas que atañen a las

³ Para conocer el concepto de emoticono puede consultarse: <http://lema.rae.es/dpd/?key=emoticono>

mujeres en la otra parte del Atlántico o en la comunidad de vecinas que era desconocida hasta que abrieron una cuenta en una red social de moda u en otros espacios virtuales específicos para este movimiento. Este es un factor de empoderamiento importante, ya que nos permite ver y visibilizar los logros de las mujeres y los hombres que hasta el momento no estaban reflejados en ninguna parte, saberes subalternos que parecían no existir a pesar de la importancia que pueden llegar a tener en la lucha por los logros sociales en el mundo.

Actualmente, la gran mayoría de la población, y sobre todo de la juventud de nuestro entorno, hace uso de todo tipo de tecnologías, sobre todo y la que más nos importa para nuestro objeto de estudio, la telefonía móvil, un uso de la misma con carácter, digámoslo compulsivo. Este hecho provoca que la brecha digital no sea tan amplia (en cuanto al uso) como en otros sectores de la población y con otro tipo de tecnologías avanzadas. Desde hace unos años los teléfonos inteligentes o *smartphones* permiten comunicar y acceder a la información con la conectividad a Internet de pago o a una red Wifi.

Martínez, Aguado y Tortadaja (2009) señalan que los rasgos cualitativos distintivos del móvil respecto a otros dispositivos tecnológicos son, si cabe, más determinantes:

Su carácter fuertemente personal, como extensión natural del sujeto social, su vinculación estética y funcional con la gestión de la propia identidad, su influencia en la redistribución de los tiempos y espacios en las interacciones sociales, su condición fuertemente socializadora o como dispositivo conciliador del entorno familiar, social y laboral suponen marcos de interacción socio-tecnológica en los que la identidad de género juega un importante papel (p. 16).

Con el apogeo de redes sociales, al igual que hemos comentado cómo se cambia la manera de sociabilizarse la comunidad usuaria, también se forjan otros cambios en la vida cotidiana de las personas usuarias de redes sociales, a nivel personal y colectivo.

Asimismo, Martínez, Aguado y Tortajada (2009, p. 19) señalan tres ejes fundamentales a través de los cuales se han producido los cambios y que los sitúan en el enfoque de la apropiación, es decir, desde el proceso de integración simbólica y funcional de la tecnología en nuestra vida y las transformaciones surgidas. El primer eje es el de la gestión de la identidad, con una telefonía móvil que realiza cambios en la gestión de roles sociales, distribuyendo de manera diferente los espacios público y privado y las interacciones que existen entre ellos. Es una herramienta que contribuye a transversalizar las dimensiones de la vida social, laboral y familiar de mujeres y hombres, no sólo como una herramienta de comunicación sino también con todo el conjunto que compone la telefonía móvil y que permite realizar diferentes acciones (fotografías, vídeos, mensajería instantánea, etc.). Estas oportunidades de gestionar la identidad y el tiempo encuentran igualmente que la telefonía móvil constituye también una herramienta a través de (y en torno a) la cual se difunden estereotipos de género, tal y como ocurre con otros medios de comunicación como la publicidad o la televisión en general.

Asimismo las autoras encuentran relevante el eje de la conciliación de la vida laboral y familiar/afectiva. La telefonía móvil, como una herramienta que rompe las fronteras entre los espacios público y privado, permite compatibilizar ambos espacios de una manera más sencilla (aumentando el control y la vigilancia, que es su contrapartida) de lo que antes estaba establecido. Finalmente, el tercer eje a tener en cuenta en las ventajas de la telefonía móvil es el referido a la seguridad física y emocional, aspectos esenciales para la identidad individual y colectiva. Estas seguridades, tanto física como emocional se construyen sobre la base de las redes afectivas y sociales de apoyo que responden ante las emergencias y amenazas. De este modo la telefonía móvil resulta útil para mantener tejidos sociales y para solicitar ayuda ante coacciones varias. Aun así, por su vinculación tan estrecha con el individuo, el móvil puede ser una puerta de acceso para invadir la intimidad de las personas, especialmente de las mujeres, a las que

tradicionalmente se ha tenido más controladas y juzgadas por una cuestión biológica y de género; otro gran hermano de la era digital.

Ampliando los conocimientos sobre el argumento de la privacidad, el concepto de ésta igualmente ha cambiado con el auge de las diferentes redes sociales, entre ellas WhatsApp, tema de nuestro estudio. Se ha cambiado la percepción de intimidad, que se construye en muchos casos a través de estas redes sociales sobre la percepción de interés o la capacidad de respuesta del otro. De esta manera, si la persona que recibe un documento, una imagen, una foto, etc. no muestra una respuesta, entonces se sobreentiende que socialmente no está presente. Un claro ejemplo para conocer este fenómeno es la red social Facebook, o los cambios en el perfil de WhatsApp, donde se espera la respuesta del “me gusta” o un “comentario” sobre los cambios que has realizado en la red social; si no existe esa respuesta, la persona usuaria presupone que las demás personas hacen caso omiso de sus cambios actuales en estas plataformas o App. A esta intimidad burbuja, las autoras Martínez, Aguado y Tortajada (2009, pp. 26-27) la denominan “extimidad”, ya que se trata de una intimidad expuesta. Esta idea de extimidad aparece, además, fuertemente ligada a la percepción de la comunicación como entretenimiento. De este modo, esta necesidad de respuesta ante los cambios personales y/o privados expuestos son más valorados por la población que entiende estas redes como mecanismos de entretenimiento y ocio en lugar de espacios públicos con posibles implicaciones laborales, profesionales, etc.

Relacionado con lo anterior, hacemos referencia a un concepto que tratan las mismas autoras, aquel de *nativas digitales* frente a *emigradas digitales*. La diferencia de edad entorno a la actitud natural hacia la tecnología denotará, por una parte, a las “nativas digitales”, que agruparía a mujeres adolescentes y jóvenes que han convivido desde edades tempranas con las NTICs y la telefonía móvil en particular, y las “emigradas digitales”, mujeres adultas y mayores de 45 años que por diferentes necesidades comienzan a utilizar la telefonía móvil a mayor edad y que se diferencian igualmente en los usos y los significados que se les da a la telefonía móvil. En este sentido,

las autoras reconocen que el móvil es una herramienta de control sobre la conexión de las demás personas, permitiendo intensificarla, diversificarla o incluso filtrarla. Sobre todo, en el caso de las “nativas digitales”, Martínez, Aguado y Tortajada (2009) apuntan que:

Es también una tecnología vivida como extensión del propio cuerpo: nunca lo apagan, lo personalizan en el exterior y en el interior (tonos de llamada o de espera, iconos y fondos de pantalla, etc.) y lo viven como algo propio (el teléfono fijo es el de la casa, de la familia; el móvil es suyo, con su número, su tono de llamada, sus grupos de interlocutores, su privacidad) (p. 25).

Estas diferencias generacionales delimitan mucho el contenido, el uso y el significado emocional, de dependencia o independencia que posea el instrumento tecnológico. Privacidad y control personal que será posteriormente atendido en el trabajo de investigación.

Por otra parte, muchos de los estudios realizados sobre las redes sociales y NTICs tratan, de manera cuantitativa, sobre las rutinas y las tendencias de uso, sin contemplar la perspectiva de género en el significado que aportan estos resultados de las investigaciones, ejes en la investigación tan importantes como la dimensión de género de la tecnología en sí, la dimensión de género de la integración simbólica y funcional de la tecnología por las personas usuarias en su vida cotidiana, y finalmente las cifras que reflejan los comportamientos de uso y acceso a las tecnologías (Lemish y Cohen, 2005 cit. por Martínez, Aguado y Tortajada, 2009 p. 17).

Desde este marco descrito sobre la situación que ocupan las nuevas tecnologías y en especial la telefonía móvil en la sociedad contemporánea, cabría destacar la aplicación móvil WhatsApp para comprender exactamente de qué estamos hablando.

WhatsApp es una aplicación móvil de mensajería instantánea diseñada para Smartphone, con la que las personas pueden comunicarse con su grupo de contactos de una manera directa, bien con una persona sola o bien con un grupo de personas. Además, esta aplicación, de bajo coste, requiere de conexión a Internet y puede enviar y recibir archivos de todo tipo:

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

imágenes, textos, vídeos, emoticonos, etc. Las personas usuarias pueden comunicarse instantáneamente con el resto de personas y comprobar así mismo el último momento de conexión de las mismas cuando aparece el mensaje “En línea”, junto con actualizar su imagen de perfil, su “estado” o personalizar el fondo de su chat. Se utiliza como un chat móvil permanentemente disponible siempre que el teléfono móvil esté encendido, admitiendo igualmente la posibilidad de transferir imágenes, vídeos y audios.

Aunque no será desarrollado de una manera exhaustiva en esta investigación, cabría destacar la aplicación WhatsApp como un nuevo mecanismo que puede provocar cyberbullying y violencia de género. Respecto a la primera cuestión, el ciberacoso se trata de “una conducta agresiva e intencional que se repite de forma frecuente en el tiempo mediante el uso, por un individuo o grupo, de dispositivos electrónicos sobre una víctima que no puede defenderse por sí misma fácilmente (Smith et al., 2008, cit. por Buelga, Cava y Musitu, 2010, p. 784). Este tipo de maltrato se compone de unas características diferentes al acoso o bullying tradicional. En este sentido, y en primer lugar, encontramos que el agresor mantiene el anonimato utilizando pseudónimos o nombres falsos para difundir la agresión, “la ocultación de la identidad facilita, por una parte, la agresión e impunidad del agresor y, por otra, aumenta el potencial de indefensión de la víctima” (Monks et al., 2009, cit. por ibid); en segundo lugar, las agresiones pueden difundirse muy rápidamente a un gran número de personas, que a su vez, podrán reproducirlas y reenviarlas a un número indefinido de personas. Smith (2006, 2007 cit. por ibid, p. 784) clasifica las agresiones electrónicas según la conducta realizada por el agresor. Las categorías que destaca serán: *hostigamiento* (envío y difusión de mensajes ofensivos o vulgares), *persecución* (envío de mensajes amenazantes), *denigración* (difusión de rumores sobre la víctima), *violación de la intimidad* (difusión de secretos o imágenes sobre la víctima), *exclusión social* (exclusión deliberada de la víctima de grupos de red) y *suplantación de la identidad* (envío de mensajes haciéndose pasar por la víctima).

Igualmente, y como explica Montenegro (2013, pp. 34-35), existen nuevas formas de ejercer violencia de género a través de las redes sociales, entre las que destacan: a) sentirse presionada para eliminarte de las redes sociales o eliminar a personas conocidas que no son del agrado de tu pareja; b) soportar que tu ex – pareja suba fotos tuyas sin permiso como forma de humillación a las redes sociales; c) sentirse obligada a tener cibersexo a través de un dispositivo electrónico; d) verse presionada a hacerse fotos eróticas o vídeos eróticos y compartirlos en las redes sociales o mujeres que están controladas por medio de las fotos de sus perfiles, conexiones, etc. y se ven obligadas a dar explicaciones de cada paso que den.

De esta forma, y siendo un instrumento de difusión rápida e instantánea, WhatsApp puede reproducir conductas de acoso entre las personas usuarias, al igual que prácticas relacionadas con los celos entre las propias parejas mediante el control de las conexiones/desconexiones de la aplicación, la necesidad y urgencia de estar disponible las 24 horas al día en la medida que alguien puede controlar y saber perfectamente los pasos de su víctima a golpe de un solo click. Esta serie de actitudes y comportamientos que se han venido desarrollando a partir de la aplicación móvil ha suscitado críticas y artículos en diarios públicos⁴ en los que consideran que las actitudes machistas y sexistas que la juventud desarrolla a través de la aplicación móvil pueden desembocar en nuevas víctimas de violencia de género.

Es por tanto urgente desarrollar estudios en relación a esta aplicación que muestren la manera en la que se comunican las mujeres, la intención con que lo hacen y el miedo a la invasión de la privacidad que viven

⁴ Encontramos artículos de diferentes diarios nacionales en los que se apunta a los nuevos mecanismos para ejercer violencia de género, todos ellos relacionados con las nuevas tecnologías y muchos de ellos referidos a WhatsApp como un instrumento que fomenta este tipo de violencia. Podemos consultarlos en:
http://huelva24.com/not/54343/violencia_de_genero_y_tecnologia/
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/11/19/actualidad/1384895182_866639.html
http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-11-26/pero-que-hacias-conectado-hasta-las-tres-las-parejas-y-la-nueva-prueba-del-whatsapp_58772/

en sus vidas diarias así como las ventajas de poder ampliar de una manera menos costosa y más dinámica las relaciones sociales que en otros contextos culturales e históricos hubieran sido impensables.

La transferencia de archivos relacionados con la vida cotidiana de las usuarias, el contexto y el discurso que se transmite con estos archivos y de quién y a quién los envían y reciben son factores fundamentales para comprender el tejido social que envuelve esta herramienta tan cotidiana y tan momentánea, que pende del hilo de los avances tecnológicos. Avances tecnológicos que mantienen abierta la brecha digital de género de la que venimos hablando en capítulos anteriores.

1.3. NUEVAS FORMAS DE SEXISMO: ENTRE LA BENEVOLENCIA Y LA HOSTILIDAD HACIA LAS MUJERES

El sexismo, a pesar de ser concebido en su propia definición como una actitud (positiva o negativa) dirigida a las personas por la pertenencia a un grupo biológico, en la práctica, el sexismo se ha comprendido como actitudes de prejuicio, siempre o casi siempre hacia las mujeres. La diferencia biológica que ha servido de excusa a lo largo de la historia de la humanidad para menospreciarla o incapacitarla con respecto al hombre.

Para comprender qué se entiende por actitud Morales, Reboloso y Moya (1994) la describen así:

Una actitud es una tendencia evaluativa hacia algún objeto socialmente relevante. Este objeto social, en el caso del sexismo, serían los grupos sociales de género y sus integrantes, hombres y mujeres. La asociación entre el objeto de actitud y la evaluación está basada en tres procesos diferentes que pueden darse simultáneamente, aunque no siempre todos tienen la misma intensidad: aspectos cognitivos, afectivos y conductuales (p. 495).

La evaluación hacia la persona puede ser negativa o positiva, bien porque existen creencias o pensamientos positivos hacia esa persona o bien porque se basen en experiencias afectivas, positivas o negativas hacia un grupo de personas. Igualmente, la evaluación hará que existan

conductas de acercamiento o de evitación y rechazo hacia la persona a la que va dirigida.

Moya (2004, pp. 272-273) plantea que esta concepción del sexismo puede plantear ciertos problemas, entre ellos destaca: primero, que vincular siempre el sexismo con actitudes negativas, peyorativas de rechazo, generalmente a las mujeres, se enmascaran otras formas de sexismo atribuidas a actitudes positivas: existen ciertos comentarios que a pesar de revestirse de actitudes positivas están cargados de sexismo y es por esa actitud positiva el que rebaja la importancia del sexismo (por ejemplo: las mujeres biológicamente son dulces, tiernas y amantes de los niños, por eso deben quedarse en casa para cuidar de los hijos). El segundo problema se relaciona con la tendencia a ignorar que los miembros de un grupo pueden tener actitudes sexistas y de prejuicio sobre los miembros de su mismo grupo (ejemplo de ello puede ser el caso de miembros de la misma nacionalidad, de la misma etnia o del mismo género que se comportan con las demás personas de su mismo grupo con actitudes de perjuicio). El tercer problema que el autor propone se refiere a que las actitudes son construidas de manera individual favoreciendo la ignorancia del carácter compartido del sexismo por parte de ciertos grupos o subgrupos dentro de una sociedad, así como la dimensión institucional, es decir, el autor propone como ejemplo de ello leyes que pueden ser sexistas.

Con esta concepción de actitudes y prejuicios, podremos concluir que el sexismo es una ideología de género, y es que el sexismo se trataría de:

Un conjunto de creencias acerca de los roles, características, comportamientos, etc., son considerados apropiados para hombres y mujeres, así como de creencias a cerca de las relaciones que los miembros de ambos grupos deben mantener entre sí. Esta ideología no es neutral, sino que busca el mantenimiento del *status quo*, que es, la perpetuación de la situación de subordinación y de subyugación de las mujeres como grupo. Y esto puede conseguirse tanto con actitudes negativas como con actitudes positiva (Moya, 2004, p. 273).

Entre los países occidentales se suelen distinguir entre las formas manifiestas de sexismo (sexismo hostil o clásico) y el constituido por las nuevas formas, el Neosexismo y el Sexismo Ambivalente (sexismo hostil y sexismo benévolo). Entendemos por sexismo hostil o clásico las “actitudes de prejuicio o de conductas discriminatorias basadas en la supuesta inferioridad o diferencia de las mujeres como grupo” (Cameron, 1977, p. 344). Estas son las formas más habituales de expresarse el sexismo y las que provocan la evaluación más peyorativa hacia las mujeres. Muchos hitos históricos se han basado en este tipo de sexismo y consiguieron invisibilizar e incapacitar a la mujer por su sexo biológico.

Glick y Fiske (1996, pp. 493-494) citan tres ideas que articulan esta ideología del sexismo hostil:

- a) *El paternalismo dominador*: se basa en que las mujeres son más débiles e inferiores a los hombres, no son adultas competentes por lo que necesitan la figura masculina.
- b) *La diferenciación de género competitiva*: las mujeres no está capacitadas y no son competentes para gobernar las instituciones por lo que deberán estar cuidando del hogar y de la familia.
- c) *La hostilidad heterosexual*: las mujeres son peligrosas y manipuladoras por el poder sexual que pueden ejercer sobre los hombres.

En la actualidad, este tipo de sexismo es reconocible por la mayoría de la población al ser más directo y más conciso y no ha dejado de aparecer de una manera u otra, bien sea a través de comentarios que claramente pretenden perpetuar la dominación masculina o bien de maneras más sutiles como el humor, la publicidad, la televisión, etc. Puede decirse que una estrategia del sistema patriarcal ha sido implantar las diferentes formas de ejercer el sexismo entre las propias mujeres interiorizando y normalizando de esta manera la situación de desigualdad.

Para lograr mantener la dominación masculina se han generado nuevas formas de sexismo o Neosexismo que ocuparán en adelante nuestra atención, formas más sutiles de mantener la subordinación y la depen-

dencia de la mujer hacia el hombre. En esta nueva forma de sexismo o neosexismo encontraremos que se negará la discriminación aún existente, un fuerte resentimiento hacia las políticas que promocionan la igualdad entre mujeres y hombres y un antagonismo ante las demandas que hacen las mujeres.

Este nuevo concepto de neosexismo fue propuesto por Tougas, Brown, Beaton y Joly (1995 cit. por Moya, 2004, pp. 277-278), más orientado a la esfera organizacional y laboral y que encuentra un gran paralelismo con el “racismo moderno o simbólico”. Concretamente, estos autores definen el neosexismo como “la manifestación de un conflicto entre los valores igualitarios y los sentimientos residuales negativos hacia las mujeres” (Tougas, et al. cit. por ibid). Existe en el trasfondo del concepto el miedo a la pérdida, como hemos anotado anteriormente, de los intereses colectivos de la población masculina. Enemigo por tanto de estos intereses serán las acciones positivas destinadas a igualar las oportunidades y el acceso de las mujeres a los espacios de poder.

En las últimas décadas se han conseguidos grandes logros en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, pudiendo acceder estas a los espacios públicos y que de una manera consensuada esté “bien visto” la aparición pública en cargos de poder de las mujeres y la salida del espacio doméstico adjudicándole a los varones parte de la responsabilidad en la educación y cuidado de la esfera doméstica, logros que no se dan aún por vencidos y que quedan por conquistar hasta el momento en el que no se reconozca la necesidad de la actuación de la “coeducación” o la “corresponsabilidad” sino que éstas estén por completo asumidas por parte de toda la población.

Otra nueva forma de sexismo relacionada con el neosexismo será el *sexismo ambivalente*. Según Glick y Fiske (1996), es ambivalente porque la antipatía sexista coexiste con sentimientos positivos hacia las mujeres, diferenciándose aquí el sexismo hostil y el sexismo benévolo. El primero será un claro paralelismo con el sexismo hostil que propusimos al inicio

(sexismo tradicional). El segundo, sexismo benévolo, consiste en un “conjunto de actitudes interrelacionadas hacia las mujeres que son sexistas en cuanto las considera de forma estereotipada y limitadas a ciertos roles, pero que tiene un tono afectivo, y tiende a suscitar en él conductas habitualmente consideradas prosociales o de búsqueda de intimidad” (Glick y Fiske, 1996, cit. por Moya, 2004, pp. 279-280). Por tanto, a diferencia del neosexismo, más reservado para la esfera pública, este sexismo ambivalente se verá reflejado también en la vida íntima, tema que nos interesa más en nuestro objeto de estudio.

Para Glick y Fiske (1996), a pesar de encontrar sentimientos positivos en el sexismo benévolo, no dejan de ser actitudes sexistas que intentan perpetuar la dominación masculina con aspectos claramente paralelos al sexismo hostil.

El sexismo benévolo, según estos mismos autores, tienen tres componentes básicos (1996 cit. por Moya, 2004, pp. 279-280):

- a) *Paternalismo protector*: ejemplo de ello es que el hombre es el que cuida y protege a la mujer al entender que esta es más débil.
- b) *La diferenciación de género complementaria*: la visión de que la mujer tienen muchas características positivas que complementan a las del hombre.
- c) *Intimidad heterosexual*: los hombres se consideran dependientes sexualmente de las mujeres por el poder de atracción de estas.

Con este tipo de sexismo, que aparece como “positivo”, se pretende y se consigue ocultar las actitudes que perpetúan que las mujeres se mantengan dependientes de los hombres. Las mujeres podrían encontrar con las actitudes sexistas benevolentes la “protección” de los hombres, hombres que se van a dedicar a cuidarlas. El trasfondo de este tipo de actitudes, como venimos diciendo, es la perpetuación de los roles de género tradicionales y la perpetuación de la sumisión de las mujeres, que protegidas y cuidadas por el hombre, dejarán de protestar por sus derechos y por un status independiente.

Con esta definición de sexismo benévolo se podrían establecer una selección entre diferentes grupos de mujeres, es decir, las buenas y las malas, aquellas que reproducen y acatan los roles de género atribuidos y las que no lo hacen. Muy estrechamente relacionado encontraríamos los estereotipos, que posteriormente nombraremos, con estos subgrupos de mujeres, diferenciándose las mujeres profesionales de las mujeres sexy, la mujer feminista o la madre. Así, las actitudes de sexismo hostil irán dirigidas por ejemplo a la mujer profesional o la mujer feminista mientras que el sexismo benévolo lo encontraremos relacionado con la madre⁵. Todos estos subtipos adquirirán unas connotaciones diferentes que en capítulos posteriores de la investigación daremos solución.

A tenor de lo expuesto, cabría plantearnos hasta qué punto el arraigo de las actitudes sexistas está asociado al nivel de desarrollo de un país. Puesto que el neosexismo y el sexismo ambivalente surgen, o se ven desarrollados ante el logro del acceso de las mujeres a los espacios públicos por el miedo a la pérdida de la dominancia masculina, entenderemos que en los países que tienen bien desarrolladas, implementadas y mejoradas las leyes de igualdad entre mujeres y hombres no debería existir una gran presencia de estos tipos de sexismo. En especial adquiriría una gran relevancia conocer cómo en una institución como es la Universidad las mujeres y hombres adoptan, aceptan, normalizan o por el contrario se oponen a las actitudes sexistas; espacio de conocimiento multidisciplinar que intenta lograr el empoderamiento de las personas a través de sus capacidades.

⁵ Otra investigación llevada a cabo por Moya, Expósito, Casado y Glick (2003 cit. por Moya, 2004, p. 15) examinaron la situación de las mujeres ante situaciones discriminatorias. Se utilizaron diferentes situaciones como la mujer que no puede ascender en un trabajo porque le dan el puesto a un compañero o la situación de prohibición de salir con las amigas por la noche. A la mitad de las mujeres se dieron respuestas hostiles (ej. no estás cualificada, no está bien que una mujer salga sin su marido, etc.) a la otra mitad se dieron respuestas benévolas (ej. El puesto de dirección es muy estresante, salir por la noche puede ser peligroso, es por tu bien, etc.) Los mismo hechos discriminatorios eran percibidos como menos graves por las mujeres con respuesta benévola que por las de respuesta hostil.

Esta cuestión también será objeto de análisis en esta investigación, qué tipo de sexismo se da, cómo tienen interiorizado el sexismo las mujeres jóvenes universitarias que han tenido oportunidad de acceso a la Universidad igual que sus compañeros, cómo a través de los mensajes, los discursos, los archivos, los contenidos y las conversaciones de WhatsApp se reproducen y mantienen actitudes sexistas.

Tenemos que cuestionar qué tipo de imágenes y discursos se transfieren a través de esta herramienta tan utilizada y comprobar si realmente el sexismo ambivalente y el sexismo benévolo se ven reflejados. Las bromas, que han servido para amenizar la vida de la población y como un fuerte agente socializador, se basan en gran cantidad de ocasiones en proporcionar imágenes y discursos sexistas que mantienen el *status quo* de los hombres.

1.4. ESTEREOTIPOS DE GÉNERO: REACCIONES Y ACTITUDES POR Y PARA LAS MUJERES

«Lo que conocemos como femenino en el patriarcado no sería lo que las mujeres son o han sido, sino lo que los hombres han construido para ellas».

Luce Irigaray (1985, p. 13)

Para adentrarnos en conocer los estereotipos de género así como analizar la manera en la que se perpetúan y reproducen en la sociedad actual, comenzaremos por definir qué consideramos por éstos:

Generalización de las atribuciones sociales sobre una persona por causa de su pertenencia a un grupo determinado. Se trata de teorías implícitas de la personalidad o conocimiento no fundamentados en la certeza, que un grupo de personas comparte sobre su propio grupo o sobre las personas que pertenecen a otro determinado grupo (Loscertales, 2008, p. 68).

Williams & Best (1990 cit. por Loscertales 2008, p. 68) distinguen entre *estereotipos de rol*, que son aquellos que determinan los roles adscritos a cada grupo y las cosas que son permitidas y prohibidas, y *estereotipos de rasgo*, los más consistentes y básicos, ya que son los que asignan determi-

nadas características psicológicas o rasgos de personalidad a los hombres y las mujeres.

Para explicar esta diferencia de estereotipos, Loscertales (p. 69) argumenta que esta reproducción de estereotipos se aprecia a través de los adjetivos y demás formas de calificación, a través del lenguaje, voces en off, y las propias palabras de los personajes se identifican con los *estereotipos de rasgo*. Son muy significativos aquellos dedicados a estereotipar en dos campos diferentes a las mujeres y los hombres: suavidad frente a energía, sociabilidad frente a dominancia, sensibilidad frente a dureza, etc.

Según Martínez, Navarro y Yubero (2009, p. 78), los estereotipos de rasgo han sido conceptualizados desde un doble punto de vista. Por un lado, se consideran las creencias generalizadas o los rasgos estereotipados hacia los demás, y por otro, las autoatribuciones y la internalización de esos mismos rasgos como parte del auto-concepto de género. Tanto unos como otros se encuentran estrechamente vinculados a las nociones culturales sobre la masculinidad (que se asociarían con rasgos de comportamiento instrumentales) y feminidad (que se asociarían con rasgos de comportamiento expresivos). Igualmente Glick y Fiske (1999) junto con Spence y Helmreich (1978 cit. por Moya, 2003, p. 178), denotan que estas dos dimensiones de instrumentalidad y expresividad son centrales en los estereotipos de género. Los varones por su parte, al pertenecer a un status superior, son percibidos como altos en instrumentalidad y bajos en expresividad, mientras que las mujeres, de grupos inferiores, son percibidas con alta expresividad y baja instrumentalidad.

Según Morales (2007, p. 99), las características comunales, típicas de las mujeres, reflejan una preocupación por el bienestar de los otros que incluye afecto, amabilidad o sensibilidad interpersonal. Por el contrario, las características instrumentales, típicas de los hombres son la asertividad, el control y la confianza (Eagly, Wood y Johannesen-Schmidt, 2004 cit. por Morales, 2007, pp. 99-100). Asimismo, esta misma autora recogió los resultados del estudio realizado por López, Sáez y Morales (1995, cit. por Morales,

2007, p. 99) que desvelaron cuáles eran los estereotipos de género aceptados de forma amplia en nuestro país, y obtuvieron que los rasgos asociados a los hombres fueron: amantes del peligro, actúa como líder, atlético, agresivo, duro, egoísta, individualista y persona fuerte; mientras que los asociados a las mujeres fueron: llora fácilmente, cariñosa, comprensiva, sumisa, tierna, amante de los niños, afectuosa, compasiva y sensible a los otros.

Según Levison y Brotons (1986 y 1997, cit. por Rodríguez, Vila y Freixa, 2008, p. 47) también constatan estereotipos masculinos aceptados, que hacen referencia a la estabilidad emocional, mecanismos de autocontrol, dinamismo, agresividad o tendencia a la dominancia, y estereotipos femeninos que, según Muldrow y Bayton (1979, cit. por Rodríguez, Vila y Freixa, 2008, p. 47), son opuestos a los del hombre: falta de control, pasividad, ternura, sumisión, emotividad, etc.

Glick y Fiske (1999, cit. por Moya, 2003, p. 178) consideran que los estereotipos categorizan a los individuos a lo largo de dos dimensiones: la *competencia* (capacidad para alcanzar metas prestigiosas) y la *simpatía interpersonal*. La competencia, por su parte, depende del estatus de la persona mientras que la simpatía interpersonal dependerá de la competición o de la cooperación intergrupala (si existe una interdependencia negativa habrá adscripciones de rasgos negativos y hostiles, mientras que si la interdependencia es positiva –cooperación– se desarrollarán estereotipos positivos respecto a las características de los miembros de los grupos subordinados). A pesar de mostrarse estereotipos que han sido atribuidos por cuestión de género a lo largo de la historia, el estudio muestra una progresiva flexibilización de los estereotipos de género respecto a los patrones tradicionales, de manera que las diferencias son cada vez menores.

En el estudio señalado anteriormente se denotan dos dimensiones diferenciadas de los estereotipos: la dimensión descriptiva y la prescriptiva. La primera estaría formada por los atributos que la gente cree que caracterizan a los miembros de un grupo y la segunda, la dimensión prescriptiva, que se refiere a las conductas que se consideran deseables en los miembros

del grupo en cuestión, es decir, cómo deberían comportarse los miembros del grupo. Así, Glick y Fiske (1999 cit. por Moya, 2003, p. 182) explican que los estereotipos de género prescriptivos (y no sólo los descriptivos) proceden del hecho de que los miembros del grupo dominante (hombres) dependen de los miembros del grupo subordinado (mujeres) para satisfacer sus necesidades promoviendo y manteniendo esta estereotipia de lo que deben hacer las mujeres para mantener ese status de superioridad.

Por su parte, tal y como cita Infante (2004, p. 65).

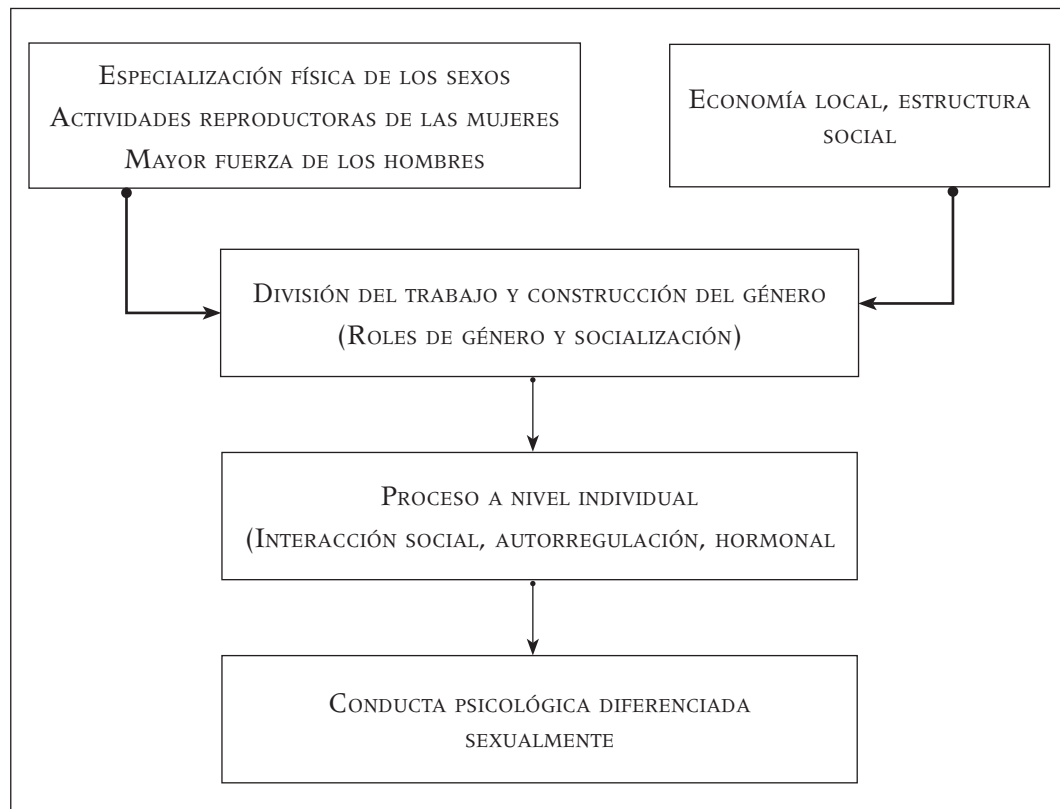
El rol de género alude al conjunto de expectativas acerca de los comportamientos sociales considerados apropiados para las personas que poseen un sexo determinado. Éste se forma con el conjunto de normas, prescripciones y representaciones culturales que dicta la sociedad sobre un comportamiento masculino y femenino.

El autor explica que existen variaciones de acuerdo con la cultura, la clase social, el grupo étnico y hasta el nivel generacional de las personas, pero que siempre se encuentran diferenciadas las conductas y las actitudes que se esperan de los hombres y aquellas que se esperan de las mujeres, además de estereotipos y pautas morales diferentes para cada uno de los géneros. Tanto el rol como los estereotipos son categorías que encierran un alto grado de valoración, de juicios en sí mismos.

Otro elemento que es especialmente relevante mencionar, y que hemos comentado anteriormente, es el impacto de la distribución de hombres y mujeres en los distintos roles dentro de las sociedades, es la teoría del rol social (Eagly, 1987; Eagly, Wood y Diekman, 2000, cit. por Morales, 2007, p. 101). Según estos autores mencionados, los roles de género son las expectativas compartidas socialmente sobre las conductas que deberían realizar las personas en función de su sexo, y es por ello que en nuestra cultura se espera que los hombres tengan más dotes de mando que las mujeres y, por tanto, pretende estar justificado que los hombres sean los que ocupen puestos de responsabilidad y liderazgo. De este modo se explica que el hombre sea quien aporte el sustento económico a la familia y las mujeres se encarguen del hogar y del cuidado de los hijos y las hijas. Tal

y como señala Morales (2007, pp. 101-102), estos roles de género, según la teoría del rol social, guiarán la conducta social mediante varios procesos de desarrollo y socialización, así como por procesos de integración social (ejemplo: confirmación de expectativas) y en la auto-regulación. Eagly y cols. (2004 cit. por Morales, 2007, p. 102) proponen, además, que algunos procesos biológicos como los cambios hormonales, orientarán a hombres y mujeres hacia ciertos roles sociales y su desempeño (Figura 1).

FIGURA 1: TEORÍA DEL ROL SOCIAL DE LAS DIFERENCIAS Y SIMILITUDES SEXUALES



Ahora bien, estas cuestiones que venimos señalando en relación a los estereotipos no son ajenas a los roles sociales, y en concreto al tema de nuestro estudio, WhatsApp. En este sentido, las redes sociales, al tratarse de un gran escaparate de la vida de las mujeres y los hombres, se permite la exposición de la vida diaria, además de normalizar las conductas, las actitudes e incluso los pensamientos más íntimos de las personas usuarias. Las redes sociales, en esta función de espejo y expresión de la cotidianidad, reflejan formas específicas de reproducción de roles y estereotipos de género, transformando ciertas imágenes, mensajes y contenidos en modelos de referencia, mostrando, por ejemplo, una serie de imágenes, la gran mayoría de la mujer como hija (estereotipos de sexy, sumisa, ingenua), la madre (autoritaria, complaciente, que cuida de los demás) y la suegra (enemiga natural, entrometida, cotilla); una mujer que aparece siempre limpiando el hogar, cuidando de los hijos o de las hijas o realizando acciones en la esfera doméstica. Este espacio se entremezcla con la importancia de la apariencia física de la mujer que aparece, en resumidas cuentas, manteniendo una división de esferas y unas actuaciones dedicadas a uno u otro género que no permiten avanzar en la lucha por la igualdad y que debido a la amplia presencia de las redes sociales en la vida de las personas jóvenes, en especial, WhatsApp, a la que va dirigida este estudio, resultan difícil de frenar.

La gran mayoría de las imágenes y de los contenidos transferidos en la aplicación, como hemos apuntado, reflejan esos estereotipos y roles de género y son asumidos con normalidad por una población acostumbrada a ser bombardeada con anuncios de televisión, de radio, de prensa, etc., y que mantienen igualmente una diferenciación clara entre lo que debe ser masculino y aquello femenino. Esta normalización se verá reflejada posteriormente en la investigación realizada, en la que se asumen con naturalidad la realidad de los estereotipos y roles de género que contienen los archivos y donde creer o no en ellos será una cuestión subjetiva, según las participantes.

Si las redes sociales pueden servir como herramienta de reproducción de estereotipos de género también podrán ser utilizadas como una herramienta para transmitir los conocimientos y las experiencias del movimiento social y de las mujeres que mediante sus creaciones, por ejemplo, consiguen concienciar de la importancia de superar estos estereotipos desde edades tempranas. Con la aplicación móvil que ocupa el núcleo de nuestro estudio se conseguirá una mayor instantaneidad para transmitir esas actitudes igualitarias y que optan por el empoderamiento de la imagen de la mujer en los archivos transferidos así como de la posición igualitaria en diferentes ámbitos que posteriormente también serán analizados, como por ejemplo la educación, el ámbito laboral o la esfera doméstica.

2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Presentado el marco conceptual en el que se fundamenta este estudio, estamos en condiciones de abordar aquellas cuestiones que tienen que ver con la metodología adoptada para llevar a cabo la investigación. Este capítulo está dedicado a los objetivos (general y específicos), a las cuestiones que tienen que ver con estos, las cuestiones de investigación, el tipo de estudio, las estrategias para la recogida de información (entrevistas y documentos visuales) y el proceso de análisis.

2.1. OBJETIVOS Y CUESTIONES DE INVESTIGACIÓN

Objetivo General

La constante presencia de la aplicación móvil WhatsApp entre la población actual nos plantea la incertidumbre de conocer cómo cambian las relaciones interpersonales y si esta herramienta comunicativa actúa como un mecanismo de reproducción de actitudes sexistas. Así, para nuestro estudio se plantea siguiendo un objetivo general, que actuará como brújula en el proceso de investigación.

- Analizar y conocer el sexismo en la red social de WhatsApp.

Objetivos Específicos

El objetivo general se concreta en una serie de objetivos específicos:

- Conocer la opinión de las mujeres universitarias acerca de los contenidos recibidos y enviados en la aplicación móvil.
- Descubrir el comportamiento que adoptan las mujeres que reciben imágenes sexistas en WhatsApp.
- Examinar los roles de género que representan los contenidos transferidos mediante la red social de WhatsApp.
- Detectar actitudes sexistas en imágenes y textos recibidos en WhatsApp.
- Ampliar el conocimiento sobre las desigualdades de género en las redes sociales.

Cuestiones de Investigación

Han sido diferentes las preguntas que han guiado nuestra investigación y que nos han ayudado a organizar y sistematizar nuestro trabajo, entre las que destacan:

- ¿Existe una opinión negativa acerca de las imágenes y otros archivos que se envían por WhatsApp?
- Si las mujeres se sintieran afectadas por esas imágenes, insultos, chistes, etc., ¿harían algo al respecto para defenderse y concienciar a la población, o se lo tomarían con naturalidad?
- ¿Existe una desigualdad de género en las conversaciones que se mantienen por WhatsApp?
- ¿Qué roles desempeñan las mujeres en las bromas que se transfieren por esta red social?
- ¿Los hombres y las mujeres actúan de igual modo y participan de la misma manera en las conversaciones a través de WhatsApp?
¿Existe una relación horizontal en estas conversaciones mixtas?
- ¿Creen las mujeres que los archivos sexistas transferidos se originan para mantener el estatus del hombre sobre la mujer?

- ¿Qué papel están desempeñando las redes sociales en la reproducción de los estereotipos sexistas y la discriminación de género?

2.2. TIPO DE ESTUDIO

Teniendo en cuenta el propósito de nuestro estudio, la metodología cualitativa es la que mejor se adapta al mismo, dado que nuestro interés es conocer las opiniones de las mujeres sobre los contenidos, los discursos y los archivos existentes en la aplicación móvil de WhatsApp, así como analizar imágenes transferidas en la aplicación móvil junto con un previo marco teórico que sustente la investigación. Ha sido por tanto la metodología adoptada para desarrollar el proyecto de estudio y en esta nos vamos a detener a continuación.

Como hemos apuntado anteriormente dado que nuestro interés es conocer los significados de una realidad, en concreto, del fenómeno del sexismo en las nuevas tecnologías y en especial en la aplicación móvil de WhatsApp, la metodología cualitativa es la que mejor se ajusta. Con esta podemos adentrarnos en conocer las opiniones y los pensamientos de las mujeres que han participado en nuestro trabajo para poder acceder y comprender los significados que se le atribuye a la realidad objeto de estudio.

La elección de este tipo de metodología ha sido seleccionada por las características que la definen (Ruiz, 2012, p. 44). La metodología cualitativa nos ayuda a tomar contacto directo con nuestro objeto de estudio en un ambiente más natural, pudiéndose transformar en cualquier momento el diseño de investigación conforme a las necesidades surgidas. Nos permite, además, tomar contacto directo con nuestro objeto de estudio pudiendo de esta manera comprender el fenómeno que estudiamos de una manera más profunda.

La metodología de la que hablamos y que utilizamos en este estudio no se centrará en la probabilística, sino que presentamos una intención

previa para conocer aspectos específicos encaminados a conseguir nuestro objetivo principal y desvelar las respuestas a las preguntas de investigación.

En este enfoque de investigación, las informantes se convierten en el eje de la búsqueda de información y sus discursos y opiniones son la fuente de comprensión del fenómeno que nos interesa conocer.

Taylor y Bogdan (1987) comprenden esta metodología como un modo de encarar el mundo empírico; una metodología cualitativa inductiva, es decir, se desarrollan conceptos a partir de datos y partiendo de interrogantes formulados anteriormente. La persona que investiga, además, ve el escenario y a las personas desde una perspectiva holística, es decir, el escenario, las personas o los grupos no se ven reducidos a variables, sino que se consideran como un todo. Estudiamos a las personas en su contexto pasado y en la situación actual en la que se hallan. Como hemos comentado anteriormente la persona investigadora se acerca a las personas participantes en su ambiente natural, para forjar una conversación cómoda y, por supuesto, sin previos prejuicios y sin tomar nada por sobreentendido. “Si estudiamos a las personas cualitativamente, llegamos a conocerlas en lo personal y a experimentar lo que ellas sienten en sus luchas cotidianas en la sociedad” (1987, p. 4).

Asumimos la investigación desde una perspectiva de género para analizar el fenómeno que es objeto de estudio. Cuestionamos y analizamos la presencia del poder patriarcal en las nuevas tecnologías y cómo a través de archivos enviados y recibidos en esta app se reproducen estereotipos y roles de género tradicionalmente asignados a mujeres y hombres. Queremos, por tanto, generar un conocimiento científico sobre un fenómeno que no ha sido estudiado, desde una perspectiva que contemple las desigualdades de género aún existentes en nuestra sociedad.

Así, bajo este planteamiento de contemplar las desigualdades de género en la sociedad, presentamos esta investigación bajo una metodología cualitativa feminista. Las epistemologías del punto de vista feminista nos proporcionan un marco conceptual desde el que sustentamos este enfoque.

Tal y como explica Harding (1996, pp. 24-25), una perspectiva construida por y desde la experiencia de las mujeres, abre la posibilidad de un conocimiento más completo y menos perverso que aquel proporcionado por el hombre, que se encuentra históricamente en una posición dominante. El punto de vista feminista no sólo asume las experiencias de las mujeres como conocedoras sino que estos conocimientos se pretenden llevar a la práctica para promocionar un cambio social así como la erradicación de las desigualdades de género y de todos los grupos marginados.

Así, la misma autora nos propone una nueva forma de contemplar el empirismo feminista en la investigación y en la ciencia en general. En primer lugar, se propone poner en duda el supuesto de que la identidad social de la persona observadora es irrelevante para los resultados que obtenemos, afirmando que el androcentrismo de la ciencia es muy visible y dañino. En segundo lugar, observamos que el empirismo feminista cuestiona la potencia de las normas metodológicas y sociológicas de la ciencia pues al parecer estas mismas normas están sesgadas en la medida en la que han sido incapaces de detectar el androcentrismo y en tercer lugar y por último, cuestionamos con el empirismo feminista que la ciencia deba protegerse de la política. Relacionado con lo que hemos apuntado anteriormente, debemos crear con la ciencia desde una perspectiva feminista una política destinada al cambio social, a la erradicación de las desigualdades y la discriminación de género y esta ciencia claramente diferente a la creada desde un empirismo tradicional (concepción positivista de la ciencia).

En este asunto que venimos tratando, no podemos pasar por alto una cuestión fundamental: los sesgos de género. En este estudio recogemos la propuesta que hace Vázquez Recio (2014, pp. 9-10). Contamos con una realidad estereotipada, unos mitos aprendidos y unos roles de género interiorizados que se ven reflejados también en las investigaciones científicas. Se plantea como solución a los sesgos que el género esté presente en toda la investigación y para ello se propone el ciclo de investigación sensible al género (Ministerio de Ciencia e Innovación, 2011). La metodología cualitativa en estas situaciones se plantea como la más idónea ya que nos permite

una aproximación comprensiva de la realidad de las mujeres; nos ayuda a profundizar en los problemas y las necesidades de ellas y visibilizar sus vidas y sus experiencias, la metodología cualitativa por tanto permite dar voz a las que nunca la han tenido (García Calvente y Marcos Marcos, 2011).

2.3. ESTRATEGIAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Para poder hacer frente a la investigación y dar respuestas a las cuestiones de investigación, que son las que nos ayudan a comprender el objeto de estudio, hemos optado por la estrategia cualitativa de la entrevista semiestructurada y por el registro de documentos visuales, en concreto, las imágenes que son enviadas y recibidas mediante la aplicación WhatsApp. En ambas estrategias nos detendremos a continuación.

2.3.1. Entrevistas semi estructuradas

Hemos realizado una serie de entrevistas semi estructuradas que nos han acercado a las opiniones de las participantes. La entrevista consiste en “una técnica de investigación intensiva que se utiliza para profundizar en aquellos aspectos más teóricos y globales que constituyen el discurso especializado (ideológico y profesional) sobre un tema y los fundamentos en que éste se apoya” (Báez, 2009, p. 95).

Elegimos en concreto la entrevista semiestructurada ya que es el procedimiento más adecuado para recoger datos sobre las vivencias, las necesidades, valoraciones y sugerencias de las personas entrevistadas. En la entrevista semiestructurada, la persona entrevistadora mantiene la conversación enfocada sobre un tema en particular y le proporciona a la persona informante el espacio y la libertad suficientes para definir el contenido de la discusión (Bernard, 1988, cit. por Tarrés, 2001, pp. 76-77). Este tipo de entrevista, por tanto, da flexibilidad y naturalidad al proceso de recoger información y nos permite aproximarnos en mayor medida a las informantes.

Las entrevistas han consistido en una conversación guiada cuyo objetivo ha sido conocer las opiniones sobre las experiencias vividas en WhatsApp, desvelar los pros y los contras que encuentran en la aplicación así como visibilizar el discurso sexista que se puede promover a través de la red social.

El guión elaborado para llevar a cabo estas entrevistas nos ha sido de gran utilidad, pues ha permitido dirigir la conversación y ordenar las ideas y las opiniones aportadas que serán relevantes para nuestro posterior análisis, además de permitir incluir nuevos temas relacionados por parte de las entrevistadas, esto se debe a la particularidad que define a este tipo de entrevistas.

Se ha tenido muy en cuenta el componente ético de la investigación, que como sugiere Mesía (2007, p. 139), se trata de consideraciones de carácter moral que influyen en las decisiones tomadas a lo largo de la investigación. En esta línea y siguiendo a Vázquez Recio (2014, pp. 14-15), hay una serie de principios éticos que tenemos que tener presente cuando afrontamos investigaciones como la que aquí se presenta. Dichos principios éticos son: negociación, autonomía, colaboración, confidencialidad, imparcialidad y compromiso social con el conocimiento. En este sentido, las entrevistadas participaron de forma totalmente voluntaria y se les informó del propósito de la entrevista junto con el fin de la investigación y la confidencialidad de sus datos personales y aportaciones. Por ello se solicitó permiso y consentimiento para grabar en audio la entrevista a lo que todas accedieron sin ningún problema. Además, se ha hecho uso de un pseudónimo en las entrevistas para proteger su identidad y garantizar el anonimato.

Se eligieron a las entrevistadas del Campus de Cádiz de diferentes Facultades: Facultad de Filosofía y Letras, Facultad de Medicina, Facultad de Ciencias del Trabajo, Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales y Escuela Superior de Ingeniería. Fueron escogidas de diferentes facultades para que exista una representación de diferentes disciplinas y ámbitos del

conocimiento, desde Facultades donde se encuentran carreras universitarias feminizadas a aquellas masculinizadas.

En relación a esta última cuestión, el factor de la multidisciplinariedad entre las entrevistadas entendemos que, puede ser un gran referente para el estudio, al contar éstas con diferentes inquietudes tanto a nivel personal como académico, y con diferentes puntos de vista sobre la perspectiva de género y los estudios en este ámbito. La referencia que existe sobre esta perspectiva podría variar conforme a los estudios y la formación de cada entrevistada, es decir, unas pueden conocer la perspectiva de género en el ámbito de la salud, otras en el ámbito laboral o empresarial, otras pueden o no tener conciencia de los estudios de género, etc.

Siguiendo el procedimiento de *bola de nieve* (Martínez-Salgado, 2012), la ayuda de una informante clave nos proporcionó poder contactar con otras entrevistadas y también recurrimos a elegir mujeres que quisieran participar en la investigación en las diferentes bibliotecas de cada Facultad de la Universidad de Cádiz.

El número total realizado ha sido de 17 entrevistas. La duración aproximada de las entrevistas fue de entre 20 minutos y 30 minutos, entrevistas grabadas íntegramente para disponer posteriormente de una transcripción literal del discurso. Además, se ha tomado en cuenta el lenguaje verbal y no verbal así como las conversaciones surgidas antes y después de la entrevista, que han sido anotadas en un cuaderno de campo que nos ha servido como soporte igualmente en la recogida de la información. Como apunta Van Maanen:

Los acontecimientos se vuelven a contar en líneas generales en el orden en el que se ha dicho que se produjeron y llevan con ellos todas las pequeñas cosas que se asocian con los acontecimientos recordados. La idea es llevar a la audiencia dentro de un mundo de relato que no le es familiar y permitirle en lo posible ver, oír y sentir como el trabajador de campo vio, oyó y sintió. Estos relatos intentan colocar imaginariamente a la audiencia en la situación del trabajo de campo (1988, cit. por Flick, 2004, p. 256).

Las entrevistas se realizaron entre los meses de Junio y Julio de 2014 en el Municipio de Cádiz. A pesar de algunas dificultades para poder realizar las entrevistas debido a la época de exámenes, que mantenían a las entrevistadas ocupadas, todas se presentaron muy interesadas con el estudio y mostraron una clara disposición a narrar su experiencia con la aplicación móvil puesto que supone una parte más de su vida cotidiana.

A continuación se muestra el guión de entrevista (Cuadro 2), relacionado con el objetivo de la investigación. Podemos diferenciar las preguntas en: datos personales, frecuencia de uso y opinión sobre la aplicación, grupos de conversación y archivos transferidos, imágenes y contenidos de WhatsApp y por último concienciación y normalización del sexismo.

CUADRO 2: GUIÓN DE ENTREVISTA

Guión de entrevista
<p>Datos personales</p> <p>Edad Estudios que realiza Curso Facultad en la que está matriculada</p>
<p>Frecuencia de uso y opinión sobre la aplicación</p> <p>¿Desde cuándo y cómo comenzaste a utilizar WhatsApp para comunicarte con tu entorno social? ¿Qué te parece este tipo de aplicación móvil?</p>
<p>Grupos de conversación y archivos transferidos</p> <p>Si perteneces a grupos de varias personas, ¿me podrías explicar cómo es el funcionamiento de esos grupos de conversación? Si son compuestos por chicos y chicas, ¿Crees que existe una mayor intervención en las conversaciones por parte de los chicos sobre chicas o al revés? ¿Qué tipo de imágenes, vídeos, chistes, etc. sueles enviar y recibir a través de WhatsApp? Y sobre todo, ¿A quién sueles enviar este contenido y de quienes lo recibes?</p>

Guión de entrevista

Imágenes y contenidos de WhatsApp

¿Qué opinión tienes de esos archivos que pueden degradar la imagen de la mujer, piensas que pueden ser machistas, misóginos, etc.?

¿Te has sentido ofendida en alguna ocasión con algún archivo recibido de ese tipo?

Al sentirte afectada por el discurso de los archivos recibidos, ¿me podrías explicar cuál fue tu actitud, comportamiento y demás con la persona o personas que te lo enviaron?

En la red social de WhatsApp da la sensación de que es más fácil publicar, compartir y transferir archivos privados, personales, fotos, etc. que en otras redes sociales. ¿Qué opinión tienes sobre este hecho? Y, ¿Crees que debería existir más control con imágenes que se transfieren por WhatsApp?

Analizando estas imágenes, ¿Qué opinas?

¿Podrías enseñarme material que te hayan enviado o que hayas enviado por WhatsApp que te parezca especialmente relevante para este estudio?

Concienciación y normalización del sexismo

Tras esta entrevista y recordar parte del largo material que poseemos en la aplicación móvil, ¿Podrías explicarme qué entiendes por sexismo y si piensas que existe actualmente cuáles pueden ser los motivos y tu opinión?

2.3.2. ¿Una imagen vale más que mil palabras?

Como ya apuntamos al inicio de este apartado, las imágenes han constituido una fuente de información importante para el estudio. Son, en esta investigación, otra fuente de recogida de información tan valiosa como la información contenida en las entrevistas.

Mediante la aplicación de WhatsApp existe la opción, como ya hemos comentado anteriormente, de enviar y recibir archivos, fotografías y vídeos entre otros. Muy relacionados con la invasión de la intimidad y la reproducción de estereotipos y roles de género, estas imágenes constituyen un núcleo fundamental en el mantenimiento de actitudes sexistas entre la población usuaria de WhatsApp. Es por esto que en el estudio dedicamos como estrategia de recogida de información un análisis de imágenes reci-

bidas a través de la app, para ello crearemos al igual que para las entrevistas diferentes categorías de análisis en bloques diferenciados.

En el informe se presentan una serie de 13 imágenes y fotografías que fueron presentadas a las informantes. De estos documentos visuales nos interesa tanto lo que aportan las imágenes en sí mismas, como las valoraciones y las opiniones que sobre ellas tienen las entrevistadas. Esta serie de imágenes fueron recibidas de mi entorno personal entre los meses de Mayo y Junio de 2014.

Estos archivos en ningún momento fueron expresamente solicitados, sino que conforme llegaron a mi terminal móvil pude apreciar el trasfondo de estas, y consecuentemente, convertirse en fuente de información valiosa para el estudio.

A través de la primera entrevista realizada decidí enseñar las imágenes de una manera aleatoria sin ningún prejuicio previo. Esta decisión partió de los comentarios que la primera entrevistada me dedicó al finalizar la entrevista; las fotografías suelen ser repetitivas ya que el discurso que contienen no varía demasiado de unas a otras.

En todo momento se avisó a la entrevistada de que podía obviar una de las imágenes si se sentía incómoda, afectada o insultada, por ejemplo y también fueron invitadas a reaccionar de una manera natural ante este tipo de imágenes, por lo que en el posterior capítulo de análisis podremos observar literalmente la reacción, de risa o enfado, de la entrevistada ante la visualización de las imágenes.

2.4. EL PROCESO DE ANÁLISIS

Uno de los pasos fundamentales en toda investigación es definir aquellas categorías que nos van a permitir afrontar la tarea de análisis. Las categorías son clave en tanto que van de definir la estructura conceptual de la temática de estudio. Dado que han sido dos las estrategias para la obten-

ción de información, se han establecidos categorías de análisis para cada caso y que se detallan a continuación.

Para las entrevistas semiestructuradas se han definido las siguientes categorías:

- *Ejes diferenciadores de las mujeres usuarias de WhatsApp entrevistadas.* Aquí nos referimos a la edad, los estudios que realizan, la facultad a la que pertenecen, la antigüedad en el uso de WhatsApp y la frecuencia de uso de la aplicación. Aunque nuestra investigación no pretenda analizar en sí mismo la accesibilidad y la frecuencia de uso de la aplicación, resulta de especial interés conocer el tiempo que dedican a la aplicación para entender posteriormente en el siguiente apartado la dependencia o independencia que tienen de la aplicación móvil.
- *WhatsApp: entre la instantaneidad, la utilidad y la dependencia.* En este apartado se sintetizarán las opiniones que provoca WhatsApp para las participantes, así como las adversidades y los problemas que encuentran en la aplicación; igualmente trataremos los conceptos de privacidad y de extimidad para saber qué opinan sobre la nueva forma de exponer la vida privada al público y los problemas derivados de esta exposición.
- *Conversaciones virtuales: el universo paralelo de los grupos de WhatsApp.* Se mostrará en este apartado por una parte la diversificación de las conversaciones de WhatsApp dependiendo de los intereses de los miembros del grupo y por otra parte las desigualdades de género existentes en las conversaciones de grupo que mantienen las entrevistadas.
- *Normalización y concienciación del sexismo en WhatsApp.* Este apartado consta de gran interés para el estudio puesto que se ahonda en el concepto de sexismo para las entrevistadas, así como la percepción en la actualidad que tienen sobre estas actitudes, si están normalizadas o concienciadas en la sociedad e igualmente

el sexismo que para las participantes está superado en la actualidad y aquel que se mantiene en auge.

Para el caso de los documentos visuales (imágenes y fotografías), las categorías de análisis en torno su contenido son:

- *Abnegación, frustración y resentimiento frente al humor sexista*, frente a un humor sexista que pretende enmascarar la desigualdad de género, interesa conocer las reacciones de las usuarias de WhatsApp entrevistadas.
- *Estereotipos de género y roles de género.*, en coherencia con lo que decíamos en el marco teórico, nos interesa analizar este aspecto en la aplicación
- *Sexo y sexualidad*, encontramos en WhatsApp un elenco de imágenes donde se muestra a la mujer como un objeto sexual así como la valoración social de la imagen de la “mujer ideal”.
- *Discapacidad y diversidad funcional*, aparece como otra temática de interés para la temática de estudio.
- *La mujer en el mundo laboral*, cuestión relevante en tanto que interesa conocer la representación que se hace de la misma; la discriminación y la desigualdad es un rasgo característico de esta cuestión.

3. ADENTRÁNDONOS EN EL MUNDO VIRTUAL DE WHATSAPP: LOS HALLAZGOS

Como hemos indicado anteriormente, nuestro trabajo pretende analizar y comprender las ideas y las opiniones de las mujeres universitarias en torno al uso, el tipo de conversaciones y los contenidos que se transfieren a través de la aplicación móvil de WhatsApp. Como sabemos, esta aplicación es una herramienta comunicativa permanente en sus vidas y tiene un especial relevancia, además de haber conseguido que las mujeres que participan en la investigación hayan cambiado su manera de entender las relaciones interpersonales y la manera de comunicarse conforme al avance de las tecnologías y el surgimiento de las redes sociales virtuales, elementos fundamentales en los cambios producidos por el avance digital en la Sociedad de la Información.

Siguiendo las estrategias de recogida de información, entrevistas y documentos visuales (imágenes), el informe se estructura conforme a las mismas. De este modo, el primer gran apartado está dedicado al análisis de la información procedente de las entrevistas, y el segundo, a las imágenes y las fotografías de WhatsApp

¿Qué nos aportan las entrevistas?

A continuación encontraremos los diferentes apartados que guardan relación con los análisis de las entrevistas semi-estructuradas que hemos llevado a cabo. Comprenderemos, analizando, las opiniones de las

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

usuarias entrevistadas en torno a las desigualdades de género generadas en la aplicación móvil de WhatsApp.

3.1. EJES DIFERENCIADORES DE LAS USUARIAS DE WHATSAPP

Las mujeres entrevistadas que participan en este estudio han sido diferenciadas dependiendo de su edad, los estudios que realiza, la frecuencia de uso de WhatsApp y la antigüedad en la aplicación móvil.

A continuación se muestra una tabla (Tabla 1) donde se recogen los datos de las mujeres universitarias que han participado en la investigación, respetando estrictamente el carácter confidencial del estudio. Como se ha señalado anteriormente, los nombres que se han utilizado son ficticios para preservar el anonimato de las entrevistadas. El código de identificación nos ha servido para establecer un orden en las entrevistas así como para identificar a cada mujer entrevistada sin utilizar su verdadero nombre.

TABLA 1: EJES DIFERENCIADORES DE LAS MUJERES USUARIAS DE WHATSAPP ENTREVISTADAS

Nº Entrevista	Edad	Estudios que realiza	Facultad en la que estudia	Antigüedad en el uso de WhatsApp	Frecuencia de uso de WhatsApp
Ana E1	23	Medicina	Medicina	2012	Muy frecuente
Laura E2	23	Humanidades	Filosofía y Letras	2012	Muy frecuente
Paula E3	20	Ingeniería Tecnológica Industrial	Escuela Superior de Ingeniería	2013	Muy frecuente
María E4	22	Relaciones Laborales y RRHH	Ciencias del Trabajo	2011	Muy frecuente
Virginia E5	21	Ingeniería Tecnológica Industrial	Escuela Superior de Ingeniería	2012	Frecuente
Carmen E6	28	Relaciones Laborales y RRHH	Ciencias del Trabajo	2011	Muy frecuente

Nº Entrevista	Edad	Estudios que realiza	Facultad en la que estudia	Antigüedad en el uso de WhatsApp	Frecuencia de uso de WhatsApp
Miriam E7	25	Máster Estudios Hispánicos	Filosofía y Letras	2014	Poco frecuente
Nuria E8	23	Máster Estudios Hispánicos	Filosofía y Letras	2013	Poco frecuente
Toni E9	26	Máster Estudios Hispánicos	Filosofía y Letras	2013	Frecuente
Matilde E10	18	Ingeniería Tecnológica Industrial	Escuela Superior de Ingeniería	2011	Muy frecuente
Pilar E11	18	Ingeniería Tecnológica Industrial	Escuela Superior de Ingeniería	2012	Muy frecuente
Fina E12	21	Medicina	Medicina	2010	Muy frecuente
Amalia E13	20	Finanzas y Contabilidad	Ciencias Sociales y Empresariales	2011	Muy frecuente
Noelia E14	22	Relaciones Laborales y RRHH	Ciencias del trabajo	2011	Muy frecuente
Mª Teresa E15	18	Relaciones Laborales y RRHH	Ciencias del trabajo	2012	Frecuente
Paqui E16	23	Finanzas y contabilidad	Ciencias Sociales y empresariales	2013	Muy frecuente
Esther E17	24	Finanzas y contabilidad	Ciencias Sociales y empresariales	2011	Muy frecuente

3.2. WHATSAPP: ENTRE LA INSTANTANEIDAD, LA UTILIDAD Y LA DEPENDENCIA

Como parte fundamental de nuestra condición humana, las personas hemos tenido la necesidad de comunicarnos, de expresar nuestros sentimientos, nuestras ideas y oposiciones, etc. Sin duda alguna y como ya apuntábamos en la revisión del estado de la cuestión, la revolución tecno-

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

lógica ha modificado la manera que encontramos para comunicarnos, añadiendo nuevas herramientas que permiten un contacto más instantáneo con personas que se encuentran en todas las partes del mundo. Las redes sociales han propiciado este cambio al ser parte de los nuevos medios de comunicación, entre otros motivos por la interactividad, es decir, la manera inédita en la que las personas usuarias pueden comunicarse con el medio y con otras personas usuarias.

La aplicación WhatsApp, como venimos diciendo en capítulos anteriores, ha tenido un gran impacto entre la población a nivel mundial, con especial relevancia en la juventud que se encuentran entre las personas nativas digitales y aquellas emigradas digitales. Jóvenes que han crecido con la tecnología y en especial con Internet. Jóvenes que han vivido el desarrollo e implementación de Planes para el acceso a medios de comunicación y nuevas tecnologías, así como la comercialización incesante de telefonía móvil con acceso a Internet o smartphones.

WhatsApp permite una comunicación instantánea y directa con la otra persona interlocutora y contiene una opción para ver a qué hora ha estado, si se encuentra en línea en ese momento o lleva un tiempo determinado sin utilizar la aplicación; método que facilita conocer si la respuesta podrá ser instantánea o no. Este factor que podrá provocar la dependencia a la aplicación móvil conjugándose con la necesidad de la respuesta inmediata que requiere la otra persona que escribe o manda un archivo, factores que como veremos, pueden ser de gran utilidad o no para las usuarias de esta app que estamos estudiando.

3.2.1. Opiniones y adversidades sobre la aplicación móvil

La red social WhatsApp ha generado diferentes opiniones sobre el uso y la utilidad que tiene la aplicación en las personas usuarias. Encontramos una explicación económica en el uso de esta herramienta, su bajo coste. Según la página oficial de WhatsApp, la aplicación está valorada en 0,78€ al año para móviles Android y entre 0,89€ y 0,79€ para móviles

iOS⁶. La aplicación es de gran utilidad, ya que permite la comunicación de manera instantánea con otras personas, como hemos apuntado anteriormente, además de poder transferir archivos, ya sean imágenes, vídeos, contactos, localización con otros/as usuarios/as. Además, resulta de gran comodidad poder entablar conversación con personas que están en otro lugar sin necesidad de moverse del espacio en el que se encuentren. Además, WhatsApp ha permitido volver a establecer la conexión entre personas que por diferentes motivos llevaban un determinado tiempo sin comunicarse, por lo que la red social de los usuarios y las usuarias se puede expandir sin perder el contacto con la gente que no te acompaña directa y personalmente en el día a día. Una forma más de vivir al instante, no aplazando las relaciones en el espacio tiempo, aunque esta forma de vivir al instante puede llevar a generar nuevos tipos de adicciones, en este caso a las nuevas tecnologías y en especial a WhatsApp.

Ana (E1): me parece muy útil, tanto en cuanto que te permite contactar de una forma rápida con la gente con la que tú quieres hablar, independientemente del punto donde estés, del país donde estés y es accesible a todo el mundo que tenga este tipo de móvil, y (...) sobre todo porque eso, porque es gratuito (ríe), al menos de momento, porque estaban diciendo que podía ser de pago y que había que pagar una cuota y (...) lo utilizo más que nada por comodidad.

Laura (E2): Bien, hombre la verdad que (...) gracias a tener WhatsApp y eso, a mis amigos del colegio que hace un montón de tiempo que no los veo o no hablo con ellos hacemos un grupo y ¿sabes? A través de esto hacemos quedadas, o sea que sin el WhatsApp en verdad, ves a la gente por la calle y no le vas a decir quedamos tal día, quedamos tal día pero después no (...) es algo más concreto de quedar con la gente y eso, me parece bien, vaya.

Amalia (E13): hombre (...) yo creo que si no existiera el WhatsApp gastaríamos más, y (...) yo por lo menos no podría estar sin el WhatsApp, porque es esencial para hablar con los amigos, con tu novio, bueno, no cuesta dinero, ahora sí cuesta, pero es una tontería comparando con lo que valen

⁶ Para consultar el precio de la aplicación móvil WhatsApp: <http://www.whatsapp.com/faq/es/general/23014681>

los mensajes, las llamadas y todo. [...] y que la gente está muy enganchada al WhatsApp, incluso yo que paso muchas horas muy metida, a lo mejor estás pendiente del móvil estudiando, entonces yo creo que somos muy dependientes al móvil y al WhatsApp, nos ha creado demasiadas adicciones.

Encontramos otras opiniones negativas que se suman a la dependencia que genera WhatsApp de estar conectado constantemente y las adicciones tecnológicas que se ven implicadas con el uso de esta aplicación. Las usuarias encuentran que esta nueva manera de comunicarse está sustituyendo a las relaciones personales. Se ha convertido en una exigencia tener el teléfono todo el día en la mano e impedirte realizar otras ocupaciones de manera exclusiva.

Las relaciones previrtuales son reemplazadas por las relaciones virtuales o conexiones, ya que estas facilitan el contacto con las demás personas de una manera rápida y sin enfrentarte a los problemas que puede generar una relación previrtual o directa. Se amplían las redes de amigos y amigas a través de WhatsApp por la facilidad en la comunicación, pero las relaciones ya existentes se cuestionan y pueden perder validez al dejarlas estancadas. La gente no se enfrenta a los retos y problemas en persona, lo hacen a través de la aplicación por su carácter impersonal. La posibilidad de diálogo, a pesar de ser instantánea, se debilita con los problemas que puede acarrear la comunicación escrita. Dificultades a las que se enfrentan jóvenes que han vivido la experiencia personal de no tener WhatsApp y tenerlo posteriormente para todo en todo momento.

Igualmente, y relacionado con la brecha digital de la hablábamos WhatsApp también provoca nuevas formas de exclusión que diferencia a quienes tienen la aplicación y aquellas personas que nunca tuvieron acceso a esta. Las conversaciones virtuales se desarrollan a lo largo de todo el día y son posteriormente núcleo fundamental en las conversaciones reales, generando así un vacío de conocimiento en la persona que no ha estado inmersa en tales conversaciones virtuales, excluyéndola del grupo. Como venimos apuntando, resulta de gran utilidad la aplicación móvil pero se aprecia entre las usuarias actitudes hostiles ante el comportamiento de ciertas personas

con esta herramienta, conversaciones vividas dentro de la aplicación que dejan de tener sentido fuera de ella, conversaciones que se reproducen “en línea” y que dejan fuera a quienes no están dentro de ella, problemas que tienen como resultado final la exclusión de las personas que no tienen WhatsApp del propio grupo de amigos y amigas.

Carmen (E6): Por un lado positiva y por otro negativa... por un lado es bueno para comunicarte con la gente que tienes lejos, pero sin embargo, tiene la contrapartida de que perjudica a los que tienes (...) Bueno, es que por ejemplo tú estás tomándote algo en una cafetería y estás con el móvil todo el rato, y no le prestas toda la atención al que tienes enfrente, ¿sabes? Con la persona que quedas y demás.

Fina (E12): la gente ya no te dice nada (...) ya no se dicen las cosas a la cara, ni buenas ni malas, sino que te ponen un WhatsApp y ya está.

Matilde (E10): Está bien la aplicación en sí pero no el uso que le da la gente, o sea, si tú tienes un grupo de amigos y alguien no tiene WhatsApp como que se olvidan un poco de ella (...) hablan algo por un grupo de WhatsApp y luego como que se olvidan de que tienen que llamar a esa persona o como que todo lo hablan vía WhatsApp y (...) la persona que no tenga WhatsApp queda totalmente al margen, vamos, claro, si tú quedas a lo mejor para tomar un café o algo y tus amigos se ponen a hablar de algo que han estado hablando por WhatsApp y si tú no tienes WhatsApp, estás fuera del lugar [ríe].

Como se ha podido apreciar en las diferentes opiniones sobre WhatsApp, no son todas ventajas lo que las propias usuarias encuentran en esta aplicación. La dependencia y la adicción que genera dicha herramienta y la exclusión de personas que no tienen acceso a ella confluye con la utilidad que puede ofrecer de instantaneidad y bajo coste, factores que provocan un aislamiento social entre la población aumentando una brecha digital que se encuentra aún abierta.

3.2.2. Privacidad frente a Extimidad en WhatsApp. ¿Qué es de quién?

En este limbo entre las nativas digitales y las emigradas digitales entrevistadas, se pueden apreciar diferentes cuestiones sobre la intimidad

a través de la aplicación móvil y sobre lo que debería controlarse y parece ser incontrolable.

Como hicimos referencia en el segundo punto de nuestro marco teórico, se emplea el término de extimidad a una intimidad burbuja que se ha generado en las redes sociales. Las fotografías que eran personales ahora son compartidas, las conversaciones entre dos personas ahora pueden incluir a otras muchas más, y la percepción de lo propio pasa a ser una percepción de lo que le gusta a los demás y quienes están detrás de su teléfono móvil para contestar. WhatsApp, adoptado para muchas de las jóvenes como una forma de entretenimiento, genera tensiones a la hora de saber qué es propio y qué ha sido apropiado por los demás. La ética de la intimidad entra en juego a la hora de saber qué se envía, a quién se envía dicho contenido privado y qué hacen las personas que lo reciben con ese contenido.

Son numerosas las incidencias registradas que están relacionadas con los vídeos íntimos y las fotografías personales enviadas por WhatsApp, que han puesto en tela de juicio la privacidad de lo que se envía por la red social y la velocidad con la que se transmite dicho contenido entre las personas usuarias. Escándalos públicos que pueden afectar de manera directa a menores de edad que comprenden la red social como un vehículo para dañar la imagen de otras personas. Otras imágenes difundidas a gran velocidad que implican a personas conocidas o desconocidas manteniendo relaciones sexuales, grabadas y difundidas sin el consentimiento de la persona afectada. Como indican las usuarias entrevistadas, la intencionalidad con la que se envía dicha fotografía o archivo es una cuestión muy subjetiva, lo que para unas personas puede suponer pasar un buen rato viendo lo ajeno, para otras el archivo puede cambiar por completo sus vidas.

Ana (E1): el concepto de privacidad que tienen está muy degradado, la gente ya piensa que porque te manden a ti un vídeo tú ya tienes la potestad de poder mandárselo a todo el mundo, aunque te hayan dicho que no lo envíes. Entonces el problema no creo que sea tanto de la aplicación sino del uso que se hace de ella las personas.

Noelia (E14): yo creo que rompen la privacidad de la gente totalmente, ya (...) no sé, es eso, mandar una foto en un momento clave, y es eso, como es mandarla del tirón y (...) puede (...) no sé, hacer daño sin quererlo.

Laura (E2): Pues llega todo a manos de todo el mundo en pocos segundos, a ver, hombre, puede ser bueno a la hora de que si no tienen ninguna mala intención no pasa nada, pero a ver, si es a la hora de hacer daño a alguien o dañar la imagen de alguien, es totalmente destructivo porque llega a todo el mundo en muy pocos segundos.

A pesar de esta idea de exposición pública de la vida privada, todas las personas tienen derecho a que se respete su intimidad y por tanto su dignidad, condenándose de lo contrario los casos que infrinjan este derecho humano.

Los escándalos públicos que se han enviado por WhatsApp en los últimos años han afectado especialmente a las mujeres, vulnerando su privacidad en muchos casos, difundiendo material que le afecta en contra de la voluntad de esa persona. Entre otras escenas, las mujeres, algunas menores de edad, aparecen manteniendo relaciones sexuales, grabadas tales escenas por otras personas y difundidas al público de una manera rápida. Ante este hecho, las entrevistadas opinan sobre la rápida velocidad con la que se propagan las grabaciones y la extensión territorial que puede alcanzar, al ser una aplicación utilizada a nivel mundial. Como hemos apuntado anteriormente, estas grabaciones pueden tener repercusiones graves en las personas afectadas, tanto en la vida personal de aquella que está siendo grabada como aquella que está grabando, personas que no se están teniendo en cuenta en ningún momento durante la difusión de su imagen y que todas remiten a mujeres.

Matilde (E10): (...) que juegan un poco sin tener en cuenta lo que nos puede afectar a las chicas y (...) afecta mucho porque le puedes joder la vida a alguien perfectamente.

Fina (E12): Esa facilidad puede hacer que si alguien pasa una foto tuya, eso se ha visto muchas veces en las noticias, que luego la foto en diez minutos está rulando por medio país (...).

Existen dos cuestiones de especial importancia con relación a la intimidad y la extimidad y que se pone de manifiesto en las entrevistas: el control que debería existir en la aplicación móvil de WhatsApp y la concienciación por parte de la sociedad sobre lo que se puede o no enviar a las demás personas. Las entrevistadas se oponen a que exista un control por parte de la aplicación WhatsApp con respecto a lo que se envía. En primer lugar, piensan que la amplia difusión de la red social imposibilitaría controlar lo que cada miembro envía o recibe, y en segundo lugar, consideran que los archivos que se transfieren son muy subjetivos, en el sentido de que lo que a unas personas le puede parecer bien que se envíen a otras no. Por ello entienden que controlar ese tema sería cohibir a las personas de su libertad de expresión. Sugieren, sin embargo, algunos mecanismos para evitar problemas, como por ejemplo que la aplicación móvil WhatsApp haga sugerencias a los usuarios y las usuarias sobre lo que envían y reciben, así como lo que deberían hacer si reciben contenido sexista o archivos que atenten contra la dignidad de las personas.

Por su parte, la aplicación⁷ proporciona unos métodos para hacer un perfil de usuaria más privado, ya que una de las características de esta red social, al igual que otras muchas, es que puedes personalizar el nombre, la foto que se mostrará en el contacto e incluso la hora de conexión, medidas que pueden garantizar que tu perfil esté a salvo pero solamente para quien tú quieras y no las imágenes o vídeos que transfieran sobre ti o sobre las demás.

No obstante, lo que sí encuentran las entrevistadas en común es que debería existir una concienciación por parte de la sociedad de lo que está bien y de lo que está mal que se transfiera, sobre todo aquellos archivos que dañan la imagen y dignidad de las personas, que, como hemos anotado anteriormente, suelen hacer referencia en la mayoría de los casos a las mujeres. Factor de concienciación social que debería estar presente en las

⁷ <http://www.whatsapp.com/faq/es/iphone/28041111> Consultado el 18/07/2014

aulas, en las casas y en las calles, teniendo en cuenta la amplia aceptación por parte de la gente joven de esta herramienta de comunicación.

Ana (E1): no creo que tenga que ser ellos la potestad de poder controlar el contenido de los archivos que enviamos, pero sí creo que por parte de la sociedad debería haber una responsabilidad y también por parte de la aplicación de hacer sugerencias a los usuarios de que controlen lo que envían, lo que no envían y hacer sugerencias más que un control. Y el control debería ser por parte de la sociedad.

María (E4): primero que la gente tenga conciencia social y luego que la aplicación hay archivos que (...) igual que WhatsApp controla todas las conversaciones de la gente, que filtren también un poco la información que mandan.

Carmen (E6): lo ideal sería concienciar a las personas, pero siempre hay alguno que otro que no (...) que no (...) está totalmente concienciado y siempre desputa, por decirlo de alguna forma, y es muy difícil por parte de la empresa de WhatsApp controlar todos los mensajes que se envían a casa una de las personas, porque tiene tan grande la difusión que (...) eso sería muy complicado.

Y estrechamente relacionado con la intromisión en la intimidad de las mujeres usuarias de WhatsApp, encontramos el fenómeno del que ya hemos hablado en la arquitectura conceptual, el ciberacoso⁸. Algunas de las jóvenes entrevistadas han sufrido un constante acoso por parte de sus parejas, ya sea mediante el control de la hora de conexión como a través de los cambios en el perfil de la usuaria. Las entrevistadas se sentían observadas por sus parejas y estas invadían su espacio, se producían conductas agresivas por parte de su pareja si ella no contestaba, existían discusiones sin que ella entendiese el motivo que provocaba este hecho. Una de las entrevistadas, Amalia, piensa que WhatsApp ha roto muchas relaciones por la obsesión compulsiva de controlar en cada momento qué hace la otra persona detrás de su teléfono. Encontramos también la experiencia de una

⁸ Como ya apuntamos en el marco teórico, el ciberacoso consiste en una conducta agresiva e intencional que se repite de forma frecuente en el tiempo mediante el uso, por un individuo o grupo, de dispositivos electrónicos sobre una víctima que no puede defenderse.

participante que vivió a través de la aplicación la filtración de imágenes de una mujer masturbándose, con un hombre grabándola sin su permiso a través de una webcam, imágenes que se difundieron por toda la comunidad de dicho juego online; las repercusiones en la vida de la mujer fueron graves, siendo conocida por todos y todas por esas imágenes y excluyéndola de las conversaciones del resto de sus compañeros y compañeras, así como repercusiones en su vida personal.

Pilar (E11): Antes (...) un chaval con el que estuve tonteando y tal y cual, lo dejamos, y él estaba todavía detrás de mí, pues (...) estaba controlándome las conexiones a todas horas y (...) un follón, y si no le contestaba se cabreaba, me formaba la de Dios, sin motivo alguno, porque (...) no teníamos nada (...).

Amalia (E13): [...] la verdad que WhatsApp ha roto muchas relaciones, vamos (...) con las últimas conexiones, que estás en línea y no estás (...) porque es que hasta a mí me ha pasado, que estás más pendiente a las últimas conexiones que a lo demás.

Matilde (E10): de hecho, en el juego que yo juego se filtraron fotos de una chica que salía masturbándose en una cama y ella tenía puesta una Cam y el chico no tenía puesta la cam y ella sí, (...), enfocándose su órgano sexual y masturbándose y (...) se pasaron las fotos y se filtraron y entonces esa chica es conocida por toda la comunidad del juego, por toda la comunidad española, pues tú imagínate (...). [...] Esa chica, quieras o no, para relacionarse con la gente del juego (...) y sacarse novio o lo que sea (...) ya tiene eso detrás y tiene que ser alguien que confíe y que (...) lo que sea (...).

Existe igualmente la opinión de que la red social, aparte de ser un vehículo que favorece el ciberacoso reproduce conductas propias del mito del amor romántico, los celos, el control excesivo del la pareja, etc. Las entrevistadas son conscientes de que esto genera un problema, pero existe una contradicción en su argumento: una persona que no tiene nada que esconder no le debe de importar que su pareja le registre el móvil. Esta es una actitud que sigue promoviendo la sumisión de la mujer, una mujer que necesita someterse a un control de su pareja, una forma de violencia de género sutil. Aun así, muestra una clara oposición a que las actitudes

sexistas y machistas se reproduzcan y más con este método tan instantáneo que se presenta a la sociedad como inocuo.

Fina (E12): sí, yo creo que lo del control sí, que se ve muchísimos más hombres que le miran muchísimo más el móvil a la novia, a las mujeres o lo que sea que mujeres a los hombres, pero que eso también depende de la persona, yo no lo permito, o sea, yo (...) obviamente, si no tienes nada que ocultar a nadie te va a dar igual pero (...) eso de vigilarte las conversaciones y eso no (...) y luego también que como es todo tan rápido, eso va así, que si un hombre machista quiere comentar algo de una mujer o enviar algo o lo que sea, eso se extiende muchísimo.

Con estos argumentos, junto con la idea de ciberacoso que hemos aportado anteriormente, podemos observar que esta herramienta de comunicación puede ser una posible nueva vía para la reproducción de la violencia de género, en este caso, de la población más joven. Intromisión en la intimidad, control de las actuaciones, conductas sexistas y machistas, filtraciones de video, grabaciones íntimas, etc. pueden abrir a parte de una brecha digital de género, una brecha amplia en la violencia de género a través de los mecanismos de última generación, mecanismos que en el caso de ser bien utilizados podrían prevenir este tipo de violencia.

3.3. CONVERSACIONES VIRTUALES: EL UNIVERSO PARALELO DE LOS GRUPOS DE WHATSAPP

Una de las opciones que facilita la aplicación móvil es la creación de grupos de conversación compuestos por varias personas. Interesa conocer cómo es el funcionamiento de esos grupos, qué intereses mueven cada grupo y cómo se componen los mismos, así como y especialmente cuál es el papel que juegan las mujeres en dichos grupos de conversación y si estas sufren de alguna manera desigualdad de género en dichas conversaciones, tanto en grupos mixtos compuestos por hombres y mujeres como en otros que utilicen en su día a día.

La interacción entre los miembros del grupo podrá verse afectada dependiendo de la composición del mismo. Si este está compuesto por hombres y mujeres podrá existir desigualdad de género en las conversaciones además de verse reproducidos estereotipos de género en estos diálogos.

Como añadimos en el marco teórico, la telefonía móvil en el caso de los/las jóvenes forman parte de una extensión de su propio cuerpo y en la mayoría de los casos el teléfono pertenece a la/el joven y hace un uso independiente de aquel teléfono familiar, hecho que se demostrará en las conversaciones mantenidas con las entrevistadas y que revelan el comportamiento que adoptan a través de su terminal móvil.

3.3.1. Diversificación de las conversaciones, diversificación de los intereses

Encontramos que las jóvenes entrevistadas pertenecen a grupos diferentes, dependiendo de los intereses que muevan esos grupos y de los miembros del mismo. Así, en la mayoría de los casos las estudiantes tienen uno de familia y el resto de personas de su entorno social y/o académico. En numerosos casos, las entrevistadas tienen dos tipos de grupos, uno compuesto por amigos y amigas, y otro donde las integrantes son exclusivamente mujeres, grupos que le proporcionan mayor confianza para hablar de temas íntimos y personales.

El interés principal del grupo de familia es sobre las necesidades básicas que se contemplen en cada momento y con una ausencia de conversaciones amistosas; estas son más bien protocolarias.

Ana (E1): Tengo un grupo de mi familia, que somos tres, y en ese grupo lo utilizamos sobre todo para decir si vamos a estar en casa, si no vamos a estar (...) para saber dónde estamos cada una y (...) poco más.

Paqui (E16): tengo uno de mis familiares, para cuando quedamos todos juntos, ahora que vienen mis tíos de fuera, para quedar, o (...) cuando tenemos alguna celebración para enviar algunas fotos.

En el caso de las mujeres entrevistadas, al ser todas universitarias se distinguen grupos de intereses comunes académicos con otros compañeros y compañeras. Grupos que se crean con el fin de facilitar el estudio, organizar el trabajo de la Universidad e incluso ampliar los conocimientos que han adquirido en las aulas. Se encuentran también insertas en grupos de mujeres de una misma asignatura en el que se encuentran más cómodas en la conversación, ya que esta se basa exclusivamente en hablar de dicho curso sin archivos de otro tipo que envíen o reciban.

Paula (E3): Tengo uno de clase, pues lo mismo quedamos para salir que para pasarnos los apuntes, a lo mejor si tenemos un grupo de prácticas pues hacemos un grupo entre todos para pasarnos las prácticas que hemos hecho en clase, otro sobre trabajos normales para informarnos sobre todo lo que va surgiendo [...].

M^a Teresa (E15): Tenemos uno que es de toda la clase, que no le echo mucha cuenta porque en realidad la gente que hay no me interesa mucho las cosas que dicen, es más (...) hablan más coloquial, no sé, no me viene bien vamos, después hay otro con los compañeros que sí lo utilizo muy a menudo y después hay otro que es de las investigadoras sociales que solamente son de niñas y también lo utilizo bastante.

Dentro de los propios grupos encontramos los relacionados con las amistades, en los que vuelve a influir la importancia y la utilidad de la instantaneidad en la conversación. Las entrevistadas pueden mantener el contacto con amigos y amigas que se encuentran fuera de la ciudad.

Toni (E9): [...] otro somos tres amigas, porque una se ha ido a hacer el MIR en Mallorca y somos las tres vamos.

Fina (E12): Uno con mis amigas, porque mi hermana está en Granada, otra amiga en Málaga, entonces ahí estamos todas.

Se denota que la gran mayoría de las chicas encuentran un lugar más personal para comunicarse con amigas, grupos a los cuales dan más importancia y que utilizan con más frecuencia que otros grupos más amplios y con intereses más específicos. De esta forma encuentran la ventaja de poder personalizar las conversaciones según los intereses en cada momento,

obviar parte de las conversaciones o estar pendientes de aquello que sea oportuno en cada momento.

A pesar de eso encuentran algunos inconvenientes en la formación de grupos, debido a la gran cantidad de material y mensajes que reciben por parte de los miembros del mismo, que pueden llegar a ser un máximo de 50 personas. Grupos específicos, por ejemplo, académicos que no atienden a su objetivo principal y se centran en enviar y transferir imágenes o comentarios que no tienen nada que ver.

Virginia (E5): sólo somos los mayores y otro con mi familia, porque en los demás ves veinte mil mensajes, no te enteras de nada y al final todo el mundo se pierde [...] para hablar de tonterías como que no.

Miriam (E7): en WhatsApp no tengo grupos, simplemente tengo a las personas agregadas, sueltas, y hablo con ellas según lo voy necesitando.

Matilde (E10): siempre me he salido de los grupos y eso, siempre pasando muchas fotos y que si todo el día hablando y siempre he preferido mantenerme al margen.

Por tanto, encontramos que las usuarias centrarán su atención en aquellos grupos que más le interesen denotando la incomodidad que suponen ciertas conversaciones que se alejan de la instantaneidad y la función principal de la conversación.

3.3.2. Las desigualdades de género en los grupos de WhatsApp

Nos genera inquietud conocer cómo se forja la conversación en los grupos de hombres y mujeres en WhatsApp, saber si las mujeres pueden tomar la palabra sin ningún tipo de problema o si existe, sin embargo, desigualdad de género en la conversación, así como los intereses que mueven a cada una de esas personas en las conversaciones.

Además de que las jóvenes entrevistadas mantengan conversaciones en grupos mixtos con diferentes objetivos, tienen grupos con sus amigas que utilizan con más frecuencia, para conversaciones más personales o cuando quieren comentar algo privado, como se indicaba antes:

Esther (E17): siempre hablan los chicos, son los que empiezan a enviar fotos, vídeos y cosas de esas pero nosotras hablamos más por otro que tenemos, las niñas tenemos un grupo aparte y otro con los novios, pero normalmente hablamos todo a parte en el grupo de nosotras, si (...) (ríe).

Muchas de ellas mantienen la visión de que las conversaciones en grupos de amigos y amigas son equitativas, sin predominar la intervención de unos sobre las otras. Sin embargo, admiten que en cantidad de ocasiones los intereses de los hombres del grupo son diferentes a los de ellas; se reproducen estereotipos de género tales como conversaciones de fútbol los hombres que no interesan a las mujeres o conversaciones sobre la actualidad o el “famoso” que interesan más a ellas que a ellos.

Estos datos están conectados con la “tercera brecha digital de género”, es decir, aquella relativa al uso de las aplicaciones más avanzadas de Internet con las que se reproducen los roles de género diferenciados en cuanto a los contenidos consultados y/o compartidos.

Algunas informantes piensan que los hombres se limitan en las conversaciones a hablar de chistes, humor y poco más, e igualmente otras creen que las mujeres intervienen más en las conversaciones y cuando ellos lo hacen es, como decimos, reproduciendo estereotipos de género que dividen la conversación entre los hombres y las mujeres integrantes del grupo. Se denota una clara separación de intereses que reproducen y normalizan los roles y los estereotipos asociados a hombres y a mujeres.

Carmen (E6): yo creo que los chicos participan más [...] no es que mantengan mucha conversación, simplemente se limitan a lo mejor a (...) temas de chistes, temas de cachondeo, y poco más (ríe).

Pilar (E11): normalmente, en los míos, solemos hablar más las chicas (ríe) (...) los chicos están ahí, como eso (...) pero cuando hablan, también (...) sueltan lo suyo, normalmente hablan siempre de fútbol, de muchachas (...) de cosas de esas (...) normalmente hablamos las niñas, de cotilleos de lo que pasa en el pueblo y tal.

Amalia (E13): en mi caso es más o menos equilibrada porque somos un grupo que está compuesto por mitad y mitad incluso hay más chicas, pero

estamos siempre muy unidos y (...) a no ser que los chicos se pongan a hablar de un tema que a las niñas no nos interese, entonces casi no hablamos [...] a lo mejor cuando hay algún partido ahora de la selección española y eso y tal (...) (ríe), o cuando nosotras hablamos de cotilleos y ellos no participan.

Por otra parte, nos encontramos con informantes que tienen cierta preocupación por las cuestiones vinculadas al género, y ello se evidencia en la visión que tienen sobre la conversación en grupos mixtos. Según sus aportaciones, estos grupos, que se mueven por intereses más académicos que de amistad, son en los que la participación de las mujeres se ve sometida al control exhaustivo del administrador del grupo de WhatsApp. Opinan que este administrador del grupo, es decir, el que decide quién entra o quién sale de la conversación en cada momento, mantiene una actitud autoritaria y claramente machista y manda a callar a quien le interesa, especialmente a las mujeres.

Estas opiniones proporcionan una opinión muy precisa sobre los roles de género de la sociedad actual, donde expresan el claro dominio masculino en la conversación y las alternativas a este dominio en caso de ser una mujer la que administrase el grupo. Piensan que si una mujer fuera la que dominase el grupo proporcionaría una relación horizontal entre las personas integrantes, aunque añaden que según los roles actuales tendría a un hombre junto a ella para mandar qué debe y qué no debe hacer en cada momento. Ana muestra su indignación y lo considera como síntoma de la injusticia social que viven las mujeres dentro de la aplicación móvil. Esta opinión nos muestra asimismo un reflejo de lo que estudiamos anteriormente como segunda brecha digital y de los efectos sociales que puede conllevar esta brecha digital de género, que deja excluida, de una manera particular, a una parte de la población, especialmente a las mujeres, que utiliza las nuevas tecnologías, en este caso WhatsApp.

Ana (E1): el miembro, o sea, el dueño del grupo, que es el administrador es quien pone las reglas, de qué es lo que se habla, qué es lo que no se habla, quién habla, quién no habla, él echa a la gente del grupo (tono enfadado), él mete a la gente del grupo, y en función de lo que este hombre decida lo que

quiera hacer con ese grupo [...] teniendo en cuenta las relaciones y los roles que hay ahora mismo en la sociedad siempre que sea un hombre el que vaya a dominar el grupo será él el que se imponga, cuando sea una mujer, o bien, si está en poder de tomar las riendas del grupo, o permitirá una relación horizontal entre los miembros del grupo independientemente de que ella sea la administradora o serán hombres los que les metan presiones a ella para que decida quién va y quién no, quién está y quién no.

A pesar de la constatación de que existe una desigualdad de género en las conversaciones, las entrevistadas se sienten cómodas en este espacio, especialmente en los grupos que están compuestos por personas próximas a ellas. Creen que las mujeres participan más de las conversaciones; ello podría ser un síntoma de que las mujeres, en espacios que se mueven a través de conversación escrita, no se sienten avergonzadas a decir lo que piensan, por lo que se encuentran más empoderadas y lo utilizan como medio y herramienta para comunicarse con mayor fluidez que en otros contextos.

Por otra parte, algunas creen que las mujeres están más pendientes del WhatsApp por diferentes motivos, entre otros por la dependencia y la adicción que ha generado la aplicación móvil. También encontramos la opinión de que no existe desigualdad de género, sino que está más relacionado con el afán de liderazgo de cada persona, algo que nos deja entrever que existe en las conversaciones un líder que guía la misma, que casualmente suele ser un hombre.

Laura (E2): yo pienso que, hombre, las chicas creo, a veces, es una propia visión mía, que, claro, que somos más, estamos más pendientes del WhatsApp, ya sea por las conexiones, o por (...) que las chicas usamos más, las chicas tienen más grupos, hablamos más todos los días por el grupo y esas cosas.

Matilde (E10): depende en verdad de lo que se esté hablando, o sea, muchas veces intervienen más los chicos y otras veces más las chicas, pero yo creo que en los grupos que he tenido de amigos en sí, han intervenido más las chicas que los chicos.

M^a Teresa (E15): no, en cuestiones de género no, hay quien piensa algo y lo dice y a lo mejor alguno que tenga más afán de liderazgo sí, pero no por hombre o mujer, es quien sea.

En torno a esto, cabe cuestionarse por qué surge la necesidad de crear grupos solamente de mujeres si en los grupos mixtos, tal y como dicen, la conversación es fluida. Esta necesidad de nuevos espacios femeninos puede ser propiciada por los estereotipos de género que se mantienen y que observamos entre los comentarios de las mujeres entrevistadas. Es importante, como hemos dicho anteriormente, fomentar el empoderamiento de las mujeres para que estas se sientan cómodas para hablar en espacios públicos y en las nuevas herramientas comunicativas como WhatsApp. No sentirse coaccionadas o cohibidas en ningún momento por sus opiniones, sean del tipo que sean, donde los diálogos, centrados en intereses diferentes, puedan admitir comentarios de las personas integrantes, sean hombres y mujeres. Espacios que sean abiertos a críticas constructivas y en los que eliminar las desigualdades y fomentar la ansiada igualdad de género necesaria para la erradicación de las brechas digitales de género.

3.4. ÚLTIMA HORA DE CONEXIÓN DEL SEXISMO EN WHATSAPP

Según el objeto fundamental de nuestro estudio, queremos conocer la opinión existente sobre el sexismo en las mujeres universitarias, es decir, qué es para ellas el sexismo y qué motivos pueden reproducirlo así como comprobar si existe una idea sobre WhatsApp como un nuevo mecanismo de reproducción del sexismo.

3.4.1. Sexismo, dicotomía entre la normalización y la concienciación

Cuando intentamos conseguir una definición de sexismo por parte de las entrevistadas, nos encontramos ante un desafío para muchas de ellas, al no tener demasiado claro qué son las actitudes sexistas o el sexismo en general. Todas ellas sí que coinciden en que el sexismo es negativo, acti-

tudes hostiles que afectan a hombres o mujeres por el mero hecho de ser hombres o mujeres, perjudicando especialmente a estas. Observamos a través de sus comentarios que equiparan sexismo y machismo, reconocen la existencia de las desigualdades de género así como los roles de género atribuidos históricamente a las mujeres.

Opinan que los hombres poseen un estatus superior al de las mujeres por las actitudes y comportamientos machistas que se siguen reproduciendo. Recurren, para explicar qué es el sexismo, a ejemplos claros que viven en su vida cotidiana, como puede ser la imagen de la mujer como objeto sexual, prototipos de mujer que se mantienen a través de la publicidad, la moda, etc. y admiten la existencia de actitudes sexistas que afectan a los hombres pero reconocen que se contemplan en menor medida.

Aluden igualmente a que las actitudes sexistas promueven que la mujer debe ser la que satisfaga al hombre en todos los ámbitos de su vida. Se añade el término controvertido de la dominación masculina conjugándolo de nuevo con la existencia de actitudes sexistas hacia la mujer y con “características”, es decir, los estereotipos tradicionalmente adjudicados a la mujer como ser sumisa o roles de género como ser ama de casa.

Así, vemos que existe la idea clara de que la perjudicada siempre es la mujer, la que está en un status inferior, la dominada y la que debe satisfacer por el mero hecho de la diferencia sexual.

Ana (E1): para mí el sexismo es la división de (...) roles entre la mujer y el hombre, y al final eso se materializa en el machismo, que es la superioridad del hombre sobre la mujer, la división del trabajo de (...) todas las tareas, de todo, en cuanto al hombre y la mujer, el hombre acaba en una situación superior a la de la mujer.

Paula (E3): generalmente, poner un concepto, o sea, el concepto sexual de mujer por encima del hombre, encima degradando a la mujer, la mujer siempre tiene que tener un cuerpo perfecto para complacer al hombre, por lo general, porque por parte de ellos también hay al contrario, pero muchísimo menos estandarizado (...) y siempre degradándola, haciéndolo todo al gusto del hombre, para que el hombre tenga su satisfacción (...).

Carmen (E6): tanto un hombre como una mujer pueden tener (...) degradadas al sexo femenino, tener unos (...) a ver cómo te digo, que infravalora al sexo femenino, no en términos de igualdad sino siempre por debajo del hombre, como que el hombre tiene más (...) dominación.

Miriam (E7): cuando se le otorga a cada sexo unas determinadas características, por ejemplo, con (...) características, un poco, a ver, ¿cómo definirlo?, por ejemplo de la mujer siempre se ha dicho que tiene que ser sumisa, ama de casa (...).

Esther (E17): cuando a lo mejor por ejemplo que siempre a la mujer la tienen como que tiene que hacer las cosas de la casa, que el hombre esté en el sofá y la mujer sirviéndole y eso, entonces eso me parece una actitud machista.

Como se hemos señalado, las actitudes sexistas efectivamente pueden ser referidas tanto a hombres como mujeres, pero existe la equivocada idea de confundir el machismo con el feminismo, hecho que hemos observado a lo largo de la historia. Así, las entrevistadas opinan que las actitudes sexistas pueden referirse a la defensa de uno u otro sexo o incluso la sobrevaloración de uno de los dos sexos.

María (E4): como que yo (...) solamente defino a mi sexo, que yo solamente definiendo la postura de la mujer o que (...) como hombre definiendo la postura de hombre.

Fina (E12): a ver, que piense (...) para mí el sexismo es la infravaloración o sobrevaloración de un hombre o de una mujer, porque da igual qué sea, por eso, por el simple hecho de ser hombre o mujer.

Virginia (E5): yo como que (...) yo, si fuese feminista, como que valorizo más a la mujer que al hombre.

Cuando abordamos la pregunta de la existencia del sexismo hoy en día y los motivos por lo que se puede perpetuar, observamos opiniones contradictorias. Por una parte, las mujeres entrevistadas hacen referencia a los logros conseguidos por las mujeres en la sociedad actual. Así destaca por ejemplo el acceso al mundo laboral, el acceso a la educación, la cultura, etc. y los logros que aún quedan por conseguir, entre otros motivos por el sexismo aún en auge.

Vemos explicaciones que van de la mano del patriarcado como perpetuación del status superior del hombre y favorecido por los diferentes sistemas económicos y políticos que han habido en la historia. También hay explicaciones que achacan la existencia del sexismo a las mujeres que lo perpetúan con actitudes sexistas mostrando la vulnerabilidad de las mujeres para enfrentarse a un hombre ante un problema.

Las entrevistadas piensan que el género masculino está beneficiado por los ataques sexistas ya que con estos mantienen a las mujeres como subordinadas. Opinan sobre la existencia de miedo por parte de los hombres a que las mujeres avancen en sus logros, consigan sus metas, tengan igualdad de oportunidades y evolucionen dejando estancadas las actitudes sexistas, es decir, un miedo a la pérdida de la jerarquía patriarcal.

Ana (E1): el patriarcado ha seguido siempre de la mano de todos los sistemas económicos y políticos que hemos tenido en la historia, (...) si, prácticamente siempre, y (...) se sostiene porque al hombre le interesa, si el hombre es el que tiene el poder, al hombre le interesa que la mujer al principio no trabajara era para hacer las tareas de la casa, cuando le interesó que la mujer trabajara era para ponerle un sueldo más bajo y que pudiera hacer las dos cosas a la vez.

Paula (E3): el sexismo existe porque (...) a ver (...) hay mujeres que lo permiten, entonces se sigue considerando a la mujer como el género débil, el género débil y *vamos a atacarla*, yo ataco a un hombre y el hombre se ríe de mí, me ataca a mí, y si yo me intento reír de él, más se ríe de mí.

Toni (E9): yo creo que hay una parte, que no sé cuál, que no le conviene (...) estoy convencida de eso, que no conviene en absoluto, que (...) porque verás, porque avancemos en el tiempo, que nosotros como seres humanos evolucionemos, y el tiempo pase y evolucione también, hay un miedo total de que (...) la jerarquía se pierda, y la jerarquía es el hombre encima de la mujer, y entonces aunque los límites están más difuminados hay más (...) miedo (...) sí, que eso, que quiere que esto vaya evolucionando, vaya cambiando pero (...) sin que se pasen, dentro de (...) los límites, dentro de lo de siempre.

Consideran que es importante la educación en el hogar y en las aulas, dado que son espacios donde se aprenden los estereotipos y roles de género que se verán reflejados en actitudes sexistas.

Respecto al ámbito laboral también señalan que es un núcleo donde se fomentan las actitudes sexistas, y se aprecia por ejemplo en la no contratación de la mujer, en la discriminación por razón de género en la que se basan muchos despidos, por ejemplo. Añaden, de una manera pesimista, que la sociedad avanza, la tecnología avanza pero los hombres continúan con el mismo afán de dominación a través de sus comportamientos y comentarios, con un modelo de mujer ideal que no se adecúa a la mujer real actual.

Carmen (E6): la educación principalmente en el hogar, en la casa (...) luego en el colegio quizás no haya tanto machismo pero (...) principalmente en el hogar, lo que los padres le inculcan a los niños y lo que realmente te encuentras en la vida.

Pilar (E11): sí yo creo que sobre todo en las generaciones de personas mayores y (...) también (...) si tu abuelo es machista, quieras o no, se lo va a inculcar a su hijo, su hijo a su hijo también y así (...) siempre llegará el momento en el que alguien diga (...) esto a mí no me gusta, voy a cambiarlo, pero (...) normalmente suele ser así, algo sí existe.

Fina (E12): sí, claro, sigue existiendo y de hecho se ve cuando vas a buscar trabajo si eres mujer, en las empresas `privadas, sobre todo ya piensan si se va a quedar embarazada, que si cuida de los niños, que si coge bajas, y no sé qué, y eso se sigue viendo.

Amalia (E13): hombre, yo creo que, los hombres por ejemplo (...) tienen un concepto de las mujeres que no es el que es, y con los tiempos antiguos se ha creado un modelo de mujer que no es (...) antes sí era, pero ahora no lo es, y es que parece que los tiempos han cambiado pero las mentalidades de los hombres siguen estando en las mismas, pues esa clase de chistes, comentarios y todo no creo que (...) si cambian tendrá que pasar mucho tiempo.

Asimismo, afirmaciones como la siguiente, evidencia que pese a los logros conseguidos por las mujeres y la incesante aparición de medidas

que favorecen a estas, la aplicación WhatsApp puede ser una manera de generar desigualdades entre los géneros con la que las mujeres salen perjudicadas por el mal uso de la aplicación, especialmente por la facilidad con la que puedes enviar archivos y exponer la vida al público, vida que puede convertirse en objeto de risas para las demás personas.

Matilde (E10): realmente yo creo que no, porque ahora mismo (...) por mucho que digan las mujeres tenemos los mismos derechos que los hombres y es verdad que (...) en un trabajo que requiera fuerza o eso sí (...) sí que los hombres tienen que tener más privilegios por así decirlo pero yo creo que (...) incluso, (...) hay más feminismo. [...] Sí, vamos, muchísimo, pero muchísimo, debido a la facilidad, porque antes si querías pasar una foto te lo pensabas más, ahora yo creo que (...) muchas chicas pasan fotos (...).

Con lo expuesto hasta el momento, podemos observar que las actitudes sexistas son equiparadas con actitudes negativas en todo caso, con un sexismo hostil, ya que al hablar de sexismo, las entrevistadas lo asocian con actitudes negativas siempre, no destacan entre sus afirmaciones actitudes sexistas como la benévola, que ya hemos explicado es mucho más sutil y difícil de detectar.

En este sentido, observamos que el sexismo benévolo, al contrario del hostil, no se encuentra interiorizado en todas las mujeres como una actitud negativa; la alabanza a la mujer pueden aceptarla sin observar el trasfondo, a no ser que se encuentren con expresiones demasiado explícitas que dejen entrever de una manera muy concreta la intención perversa de la actitud sexista.

Las entrevistadas reaccionan ante un ejemplo de sexismo benévolo. Proponemos a las participantes, en un contexto dado, una alabanza a una mujer con una posterior afirmación sexista. Ante esto intentan argumentar que el sexismo benévolo, a pesar de estar enmascarado siempre arremete de forma negativa contra la mujer por el mero hecho de ser mujer. Para intentar explicar qué consideran por sexismo benévolo, o si piensan que son actitudes igualmente negativas contra la mujer, las entrevistadas ponen de nuevo ejemplo que para ellas podrían estar relacionados con este tipo de

sexismo, los productos de belleza para mujeres. También argumentan, con ejemplos personales, que en su entorno hay hombres que mantienen esas actitudes contra la mujer sin pensar en las consecuencias.

María (E4): pienso que (...) tanto los hombres como las mujeres tienen que (...) ser iguales, que (...) hay cualidades que las mujeres tienen, y otras cualidades que los hombres tienen pero que (...) no, no idolatrarlas, no idolatrar a los hombres y discriminarlas [...] hay gente que sí conozco que son súper machistas y que piensan que la mujer solo tiene que estar en la casa, que debe estar afuera, que la mujer debe ser sumisa a lo que él quiera(...).

Virginia (E5): hombre (...) decir lo que has dicho y después decir (...) tu madre (...), o sea, tu madre es una mujer (...) un poquito de cabeza y piensa un poquito las cosas antes de decirlas (...) solo es un impulso y lo dice, y después de recapacitar, se calla (...).

M^a Teresa (E15): aunque digan cosas positivas también está discriminando a la mujer, no sé, la está tratando como no sé si me explico, como un objeto sexual, a ver, las mujeres *el mejor cuerpo, el más bonito*, no lo está tratando desde una perspectiva biológica quizás sino (...) vamos que es lo que le gusta, si ese hombre fuera gay seguramente no diría eso

Así, proponiendo diferentes ejemplos de actitudes que son sexistas hostiles y benévolas observamos que las mujeres, ante unas y otras, aunque puedan presentar ciertas contradicciones, se sienten atacadas. Descubrimos, que aunque se utiliza de pretexto el avance conseguido en la igualdad de género, las entrevistadas muestran reacciones negativas ante los ataques proporcionados por actitudes sexistas, provenientes de hombres y también de mujeres, incidiendo en la importancia de la educación y de la coeducación para superar estas desigualdades que aún se aprecian en la sociedad actual.

3.4.1. Motivos de la perpetuación del Sexismo: WhatsApp y otras redes sociales

Como hemos comprobado en apartados anteriores, las usuarias de WhatsApp, aunque muestren opiniones adversas sobre la aplicación, consi-

deran que esta es una buena herramienta para poder comunicarse y surge la necesidad de concienciar a la población en un buen uso de la red social para que no se reproduzca la desigualdad de género en la aplicación móvil.

Asimismo, si preguntamos a las entrevistadas sobre WhatsApp como mecanismo de reproducción del sexismo, estas opinan que la aplicación en sí no es la que reproduce el sexismo, sino las personas que transfieren archivos, imágenes y comentarios sexistas. Es por ello que destacan que a través de todas las redes sociales se transmiten actitudes sexistas, no solamente por WhatsApp y señalan la existencia de páginas web específicas donde se presentan única y exclusivamente chistes machistas, páginas que están al alcance de toda aquella persona que quiera acceder.

De igual manera, vuelven a mostrar la importancia de que las mujeres también estén concienciadas de las actitudes sexistas que generan desigualdad, como el factor más importante de cambio. Surgen de nuevo los comentarios referidos a la rapidez de WhatsApp, algo que ya hemos comentado, y lo aprecian como importante para retransmitir el sexismo así como el alcance de la aplicación.

Vemos cómo se contempla la posibilidad de normalizar el sexismo al recibir diariamente, a través de la aplicación, chistes machistas, imágenes sexistas, estereotipos de género, etc., por lo que los usuarios y las usuarias no reaccionan de manera negativa ante estos, los asimilan como algo normal y no reciben ningún tipo de sanción.

Según las usuarias entrevistadas, los archivos enviados y recibidos a través de la aplicación pueden afectar o no en función de lo que la persona entienda por ser sexista y según el “sentido del humor” que tenga la persona receptora del mensaje, por lo que intentan excusar material que se transfiere y que arremete, por ejemplo, contra las mujeres. No creen, algunas de ellas, que todo lo que se transfiere, aunque tenga connotación machista, tenga que ser perjudicial para la imagen de la mujer en la vida diaria. Pese a ello, reconocen que WhatsApp es un simple conductor del sexismo del problema real que existe en la sociedad; una desigualdad anclada en la

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

conciencia de la gente que ahora dispone de una herramienta para visibilizar un problema no superado y en el que hay que seguir trabajando.

Paula (E3): si no se pasa por WhatsApp se pasaría por otras redes sociales, porque existen muchísimas, existen ya como hemos visto las páginas directamente asociadas a chistes machistas y (...) bueno, concienciación por parte de las mujeres que no es fácil, y que no.

María (E4): si, por la concepción del machismo, lo que pasa que ahora tienen la facilidad de que pueden transmitir, pueden enviar, pero (...) lo que cada uno piensa (...).

Carmen (E6): si, si totalmente, muchos, muchos al cabo del día, chistes, imágenes, (...) aunque dependa de las personas que lo reciben, que yo no me lo tomo mal, pero algunas personas sí, y puede ocasionar que lo vea hasta normal ya (...) ¿sabes? Que normalice la situación sexista.

Toni (E9): yo creo que si no es por WhatsApp es por Facebook, por otra cosa, no (...) no porque haya WhatsApp hay más, sino que es más rápido compararlo.

Noelia (E14): hombre, pues es que antes a lo mejor no se mandaban tantas fotos de mujeres barriendo, en cueros (...) ahora con el WhatsApp, muchísimo más, con las redes sociales muchísimo más, con el WhatsApp muchísimo más.

M^a Teresa (E15): sí podría ser, pero es que en realidad no depende de la aplicación sino de la gente que lo utiliza, entonces si yo de por si discrimino a la mujer o al hombre, lo voy a discriminar por WhatsApp o por lo que sea, entonces no creo que sea cuestión de la aplicación sino de tener cierta responsabilidad a la hora de tener y mandar archivos y ciertos comentarios.

Igualmente, y para finalizar esta parte del estudio, las entrevistadas se muestran en muchas ocasiones optimistas con las personas de su generación y con las posteriores, argumentando que la situación de desigualdad está erradicándose y que es posible algún día eliminar por completo las diferencias existentes y las actitudes sexistas existentes en la Sociedad de la Información futura:

Laura (E2): hombre, estamos muy avanzados en el mercado laboral, en muchas cosas, pero en eso, (...) creo que todavía la sociedad no (...) que todavía las generaciones, cuando nuestros padres falten y nosotros tengamos hijos pues nosotros (...) ya los podríamos criar de forma distinta.

Paula (E3): generacionalmente sí que se van mejorando las cosas, poquito a poco, (...) conforme pasan las generaciones yo creo que (...) hoy día nuestros abuelos los tienen totalmente asumido, (...) pero las nuevas generaciones que van naciendo, sí que es verdad que tienen un poco más de conciencia social.

Hemos podido observar opiniones muy diferentes, motivos y maneras de contemplar la aplicación móvil muy distintas. Se continúa razonando que es posible conseguir cambios y mejoras en la situación de las mujeres con respecto a las nuevas tecnologías y con respecto a sus vidas haciendo un buen ejercicio de concienciación social, avanzando en la lucha por los derechos de las mujeres y utilizando estas nuevas herramientas comunicativas como un vehículo para la erradicación de esas desigualdades.

¿Qué nos aportan las imágenes y las fotografías?

Prosiguiendo el informe de investigación, a continuación encontraremos el análisis de las imágenes y fotografías recibidas a través de la WhatsApp. Nos mostrarán de una manera muy explícita cuáles son los estereotipos y roles de género que se reproducen en la aplicación móvil así como diferentes imágenes de las mujeres que se transmiten mediante esta app.

3.5. (RE)VISANDO LO (RE)ENVIADO: LAS IMÁGENES TRANSFERIDAS EN WHATSAPP

Como hemos venido apuntando en el marco teórico, la reproducción del sexismo se basa en estereotipar y mantener los roles de género tradicionales para perpetuar un status dominante del hombre sobre la mujer, mantener a la esta como incapaz, ama de casa, cuidadora de los hijos y las hijas y la mujer como objeto sexual disponible para el placer y la satisfacción del género masculino. Una buena manera de conseguir esto ha

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

sido a través del humor, un humor machista, sexista y misógino realizado para normalizar a través de la risa la desigualdad, una forma más de visibilizar los problemas aún existentes y el largo camino que queda por recorrer en la lucha por la igualdad de género.

En este bloque trataremos de sintetizar las opiniones de las mujeres entrevistadas en torno a las imágenes recibidas en la aplicación WhatsApp. Siguiendo las categorías de análisis señaladas anteriormente encontraremos, en primer lugar, expresiones de las entrevistadas que muestran oposición al humor sexista; en segundo lugar un análisis de imágenes diferenciando el contenido según estereotipos y roles de género, sexo y sexualidad, discapacidad y diversidad funcional y por último la mujer en el mundo laboral. Finalizando este bloque añadimos las “llamadas a la acción” dirigidas a la sociedad en general por parte de las participantes, donde pondrán de manifiesto un argumento explícito a favor de la lucha de las mujeres y los hombres por eliminar un humor que como decimos intenta enmascarar desigualdades de género que se encuentran en su apogeo.

3.5.1. Frustración, abnegación y resentimiento ante el humor sexista

Entre los archivos que las entrevistadas suelen recibir aparecen chistes, imágenes con texto incluido o bromas acerca de la actualidad de cada momento. Estas últimas son síntoma de la instantaneidad con la que actúa esta herramienta, ya que, en el momento en el que surge un acontecimiento, cada teléfono móvil comienza a sonar con numerosas imágenes, textos o vídeos a cerca del hecho.

Las entrevistadas admiten que la gran mayoría de las veces este tipo de archivos son recibidos por parte de sus amigos, hombres, y que además suelen ser más habituales en los grupos masculinos. Destacan la actualidad más reciente como la abdicación del rey de España o la derrota de la selección española de fútbol. También fotografías sobre la vida cotidiana de los usuarios y las usuarias. Laura, una de las entrevistadas, en relación con lo

anterior, admite que a ella no le llegan normalmente imágenes, chistes, fotografías, etc., pero llegan a tener conocimiento de la información a través del grupo al que pertenecen. Tal y como hemos comentado en el apartado anterior, observamos que al igual que las mujeres tiene grupos solamente de mujeres, los hombres tienen sólo grupos de hombres, en los que al parecer, según las opiniones de las informantes se reproducen y envían más archivos.

Laura (E2): sobre todo bromas, los chistes y eso, siempre son por parte de los niños (ríe) la mayoría de las veces y (...), Yo es que no suelo mandar esas cosas, no las mando, pero sí que creo que son por parte más de los chicos que de las chicas.

Fina (E12): me han mandado muchos chistes pues con esto del rey de la princesa y el príncipe y eso (...) han mandado muchos, y a lo mejor de cuando estaban todos en la playa, o lo que hacen, o qué comen, o lo que compran, o (...) no sé, cosas así.

Esther (E17): a nosotras no nos envían cosas de esas pero (...) por ejemplo cuando perdió España, cachondeándose de eso y sí, de la abdicación y eso (...) mi novio tiene un grupo entre los niños de la pandilla y eso y (...) sí suelen enviar cosas de esas.

A parte del material indicado antes (chistes, imágenes, vídeos, etc.), las entrevistadas reciben cotidianamente imágenes con contenido sexista o las ven a través de otras personas. Muchas de ellas consideran que, en sus grupos de conversación mixtos los hombres, intentan no enviar este tipo de contenidos para que las mujeres no se sientan afectadas, ya que estiman que el humor sexista y machista puede dañar la sensibilidad de las personas del grupo. Asumen que el humor dominante que existe en la sociedad actual tiene contenido machista, es discriminatorio hacia la mujer o que reproduce otros roles de género.

Una de las entrevistadas señala que las fotografías que se transfieren en WhatsApp de mujeres desnudas siempre son enviadas por los hombres, ya que –según ésta– las mujeres no suelen enviar archivos con fotografías de hombres, no es lo habitual.

Ana (E1): de forma general sí, la mayoría de las bromas que tenemos en la sociedad tienen algún tipo de contenido machista y (...) algunos son directamente contra las mujeres, otros son simplemente (...) mantienen los roles de la sociedad que tenemos.

Miriam (E7): yo directamente no he visto nunca este tipo de archivos y demás, habrá gente que lo mande, yo afortunadamente en mi grupo de amigos tengo gente que piensa con la cabeza y no con los estereotipos.

Nuria (E8): de esos no he recibido ninguno porque al ser grupos mixtos, pues la gente intenta no (...) mandar cosas que (...) dañen la sensibilidad de los miembros del grupo (...) por eso han tenido (...) los grupos están siendo cuidadosos con eso, de no empezar una pelea por eso (...) alguna imagen o algo.

M^a Teresa (E15): hay muchas fotos con mujeres desnudas, enseñando las tetas y demás, y por ejemplo de hombres no hay tantas, no se mandan tantas, las niñas no tienen esa condición de mandar fotos de niños pero (...) los niños de las niñas sí.

Pero, ¿qué es lo que experimentan las mujeres ante el material sexista? Como hemos argumentado en el capítulo anterior, muchas personas no están concienciadas del humor sexista, pero se normalizan las actitudes y los estereotipos sexistas. Igualmente, la respuesta ante estos ataques es nula o prácticamente nula, reproduciendo de nuevo el estereotipo de la mujer sumisa que se calla ante algo que le afecta al pensar que no puede defenderse o que defenderse de los ataques no servirá de nada.

Tan normalizado se encuentra el humor sexista que algunas de las entrevistadas opinan que tomarse bien o mal estas imágenes con contenido sexista es una cuestión subjetiva, una cuestión personal. Según estas, pueden ser asumidas como algo gracioso o como algo importante y por tanto generar rechazo y repulsa.

Otra entrevistada asume que reírse de las demás personas y de las fotos de mujeres que se transfieren en los grupos es un asunto normalizado; este tipo de imágenes junto con los comentarios que se hacen en torno a estas incita a seguir mandándolas. Este hecho es un problema de la sociedad

que mantiene el sexismo interiorizado, una normalización del material sexista que se transfiere a diario y, debido a la constancia con la que se envía y se recibe, parece perder la importancia intrínseca que aguarda. Utilizan el pretexto de ser tolerantes para tener que aceptar y asumir como legítimas estas actitudes y estos archivos que reproducen la desigualdad entre mujeres y hombres.

Carmen (E6): en realidad es como tú te lo tomes, yo puedo considerarlo como que no es un daño a la mujer, simplemente es tenerlo tú en tu conciencia, es simple, una broma, no tiene por qué ser algo más de eso (...) yo me lo tomo con buen humor eso (...) vamos, que los chistes y eso, no me los tomo como algo personal, sino como una broma.

Matilde (E10): hombre sí, cuando se ponen a pasar foto de chicas en plan (...) en los grupos es muy típico pasar fotos de amigas y eso por así decirlo y reírse de ellas y eso sí que incita un poco a estar en un grupo de WhatsApp y reírte un poco de eso (...).

Pilar (E11): yo creo que si te lo tomas como algo personal sí degradan la imagen de la mujer, pero (...) creo que para eso también tenemos que tener la mente un poco abierta (...) y pensar que eso es una imagen y que (...) quien quiera se lo va a tomar a bien y si no a mal, tú piensas por ti misma, ¿no?

Nuria (E14): yo creo que es según como se lo tome casa una, a lo mejor (...) porque hay algunas veces algunos vídeos que te hacen gracia, o (...) yo que sé, mandan vídeos de tías haciendo la tonta, o tías cantando y cosas así sí que te ríes, y aunque esté poniendo a la chavala de tonta pero te tienes que reír porque (...)

Las mujeres que sí se sienten afectadas por este tipo de bromas tienen reacciones diferentes que se manifiestan en dejar pasar el momento o en intentan defenderse sin demasiados resultados. Muestran su oposición a los ataques machistas y creen que estos atentan contra el género femenino y aunque las imágenes no vayan directamente referidas a las entrevistadas, éstas se sienten molestas.

En el caso de intentar denunciarlo, los hombres hacen caso omiso de la queja y ellas sienten indiferencia de ellos cuando protestan por algo que es éticamente incorrecto. Como respuesta reciben el silencio o la risa o arremeten contra ellas por reivindicar sus derechos. Admiten que si esto suceden, cuando vuelven a recibir otra imagen con contenido sexista se callan, no protestan, asienten como si no le afectase y así, una vez tras otra, una mujer tras otra, el sexismo avanza por la senda de la desigualdad sin encontrar un obstáculo con el que chocar.

Ana (E1): la gente se ríe de ese tipo de cosas y yo intento denunciarlo, o sea, denunciarlo de forma más suave porque son gente que no tiene ese nivel de conciencia alto como para poder decírselo y que lo acepte. Y sí, de forma general la gente los acepta los comentarios machistas (...) yo de forma personal nunca he recibido ningún ataque machista a través de WhatsApp, pero sí cuando hay un ataque hacia la mujer claro que me he sentido identificada porque es mi condición y es la gente con la que me represento.

Paula (E3): sí, he recibido muchas, que los chicos las usan demasiado a veces y a partir de ahí ya surgen muchísimos comentarios, muchísimos chistes, (...) bueno, y yo por decirle por WhatsApp ¡tío, ya está!, no sirve de nada, porque cuanto más te cabrees con ellos más se van a reír y más (...) y llega el momento en el que o te enfadas o pasas, o (...) es que, no te hacen caso.

Nuria (E14): pues le he dicho que es gilipollas, que con esas cosas no se cachondeen, o he pasado y no he dicho nada.

M^a Teresa (E15): hombre, no son agradables verlos, porque a mí no me interesa ver a una mujer con las tetas fuera o lo que sea, y menos que se estén riendo o haciendo comentarios que no vienen a cuento aunque a ellos le parezcan graciosos, aunque más bien los entiendo y no les echo mucha cuenta.

3.5.2. Imágenes, chistes y fotomontajes en WhatsApp

A continuación presentamos el análisis de imágenes recibidas a través de la aplicación móvil a partir del contenido de las mismas y de las opiniones de las informantes. Cabe decir en este momento que las

imágenes no ha pasado indiferentes ante las entrevistadas. Este apartado estará compuesto por cuatro bloques diferenciados según las categorías de análisis que hemos destacado anteriormente, así encontraremos: estereotipos y roles de género, sexo y sexualidad, discapacidad y diversidad funcional y por último la mujer en el mundo laboral.

a) Estereotipos y roles de género

En gran cantidad de ocasiones nos encontramos en la aplicación móvil con imágenes y fotografías que mantienen el papel de la mujer como cuidadora del hogar, rol de género que ha mantenido a las mujeres aisladas en la esfera privada y que ha restado la posibilidad de poder acceder a la esfera pública en igualdad de oportunidades. A continuación haremos una síntesis de las imágenes analizadas por las entrevistadas en torno a este fenómeno del que hablamos.



En esta imagen recibida por WhatsApp se muestra a un hombre que lleva a una mujer que se encuentra acostada una bandeja cargada de productos de limpieza y objetos para el cuidado del hogar. El mensaje que se muestra dice: “hombres así de detallistas... quedamos pocos”. Aparentemente la foto quiere transmitir un acto “romántico” de un hombre a su pareja que le sorprenderá con aquellos objetos que le serán necesarios para que ella continúe con el cuidado de la casa, reproduciendo el rol de género de la mujer como ama de casa o encargada de la limpieza. Es una foto con un contenido sexista,

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

ya que reproduce las actitudes y los comportamientos atribuidos tradicionalmente al género femenino. Del mismo modo, se transmite el ideal del amor romántico, hombre preocupado por su pareja, que mientras ella duerme él se dispone a complacerla con lo aquello que más puede desear. Se trata de un sexismo benévolo en tanto que el hombre alaga a la mujer pero hace que esta siga dependiendo de él.

Aparecen opiniones de molestia por parte de las entrevistadas; argumentan que este tipo de imágenes hacen un flaco favor a los logros conseguidos por las mujeres. Igualmente, otras entrevistadas intentan excusar la actitud sexista de la imagen añadiendo que en su vida personal esa actitud no sería posible por lo que la imagen no le afecta. Se asume así que la mujer es la que limpia la casa y se encarga exclusivamente de las labores de limpieza.

Ana (E1): es una foto completamente machista, infravalorando a la mujer como que su único papel y lo que importa es limpiar, planchar y (...) poco más y que el hombre ya se tiene que sentir bien por darle la satisfacción que ellos creen que tiene la mujer con ese tipo de trabajos. Y (...) no creo que haga falta tener hombres detallistas, (ríe), los hombres son hombres, las mujeres somos mujeres y cada uno definirá como quiere que sea su pareja.

Miriam (E7): es una imagen totalmente machista, está reivindicando otra vez que la mujer se dedique a limpiar (...) y es como (...) una broma de muy mal gusto, habrá gente que esté pensando que en verdad está juntando dos patrones distintos (...) el hombre moderno que se implica con la pareja (...) la cuida, y demás, pero realmente está dando la vuelta con lo de los productos de limpieza (...) me parece de muy mal gusto (...) está haciendo bromas con un estereotipo y realmente no me parece bien.

Noelia (E14): una foto machista totalmente (ríe), [...] hombre (...), las mujeres, yo creo que alguna que otra se incomodarían, yo comparto tareas y no soy una mujer que limpie o lo haga todo (...).

A diferencia de las posturas anteriores, encontramos otras que normalizan este tipo de imágenes y comprenden que el humor tendrá o no feedback dependiendo de cada persona y no solamente por el contenido

de la imagen. Asimismo podemos observar entre los comentarios de las entrevistadas que culpabilizan a las mujeres que aparecen en las imágenes, pensando que éstas son totalmente conscientes de que son fotografiadas.

Algunas entrevistadas aluden a la relación que tenga la persona entrevistada con aquella que le envíe la imagen; si es un amigo y conoce la intención de broma de enviarle esa imagen no se sienten afectadas; si se trata de una persona con la que no tenga demasiado contacto, se malhumorarían bastante y sí que tendrían algún tipo de respuesta ante el ataque sexista.

También reconocen recibir imágenes de este tipo por parte de los hombres con los que tienen contacto y es por ello que entre sus opiniones parece haberse normalizado el sexismo que contiene la imagen.

Virginia (E5): yo me suelo juntar también con muchos hombres (...) y como que (...) bromas así estoy acostumbrada (...) no me asustan, me río y en plan (...) paso, paso del tema [...] cuando son a broma, son a broma, y me río, no me lo tomo como algo que va en contra mía.

Toni (E9): una tontería (...) yo lo veo así y es que (...) él está haciendo el tonto y ella también porque (...) no sé, es que tampoco es un detalle y es que es para pegarle un guantazo pero (...) ¿a quién se le culpa a él o a ella?, que se ha prestado también, porque (...) (suspira) él tendrá el mismo cerebro que ella (...)

Matilde (E10): (ríe) yo esa me río la verdad (...) no es (...) la verdad que la he visto ya, esta foto y eso sí, siempre me lo tomo con humor y eso (...) yo creo que realmente no hay tanto machismo por parte de (...) los hombres, vamos (...) hoy en día.

Amalia (E13): (ríe), imágenes así recibo yo también, es que es un poquito machista, pero (...) si me la manda un grupo de amigos no me cabreo, pero si me la enseñan seriamente o alguien que no tengo mucha relación con él por WhatsApp me cabrearía con él porque es machista.

Por tanto y sintetizando algunas de las opiniones, este humor sexista no es aceptable y legítimo. Promueve la imagen del conocido como “ángel del hogar”, mujer a la espera de un hombre que cuide de ella, que

le lleve los utensilios de limpieza a la cama y se fotografíe como si de una victoria se tratase, por creer que comprende las necesidades de las mujeres.

Para continuar con el análisis de imágenes que reproducen la labor de la mujer como ama de casa tenemos la siguiente imagen.



Vemos una ilustración que va acompañada de un mensaje en el que podemos leer: “¿por qué las mujeres no van a la luna? ...Porque aún no han terminado de barrer la tierra”.

El chiste consiste en volver a reírse de la labor de muchas mujeres cuidadoras de su hogar, cuidadoras muchas de ellas por la presión social y patriarcal que las obligó a quedarse barriendo la tierra en lugar de aparecer en el mito histórico de viajar a la luna.

De nuevo nos encontramos con un contenido y un texto sexista, en este caso un sexismo hostil, clásico y lamentablemente habitual entre los archivos enviados y recibidos en la aplicación móvil.

Continúa perpetuando ese rol de género y mantener la dominación del hombre en espacios públicos y reconocidos como puede ser el espacio, la luna u otros similares.

Algunas de las entrevistadas se sienten afectadas de tal manera por la imagen que reaccionan violentamente contra la idea que se muestra e incluso no llegan a comprender cómo es posible que se visibilice a la mujer del siglo XXI de esta manera.

Esta imagen evoca en algunas informantes otros spots publicitarios con contenido sexista en los que se incita a un niño a jugar con juegos de coches, construcción etc. y a una niña a ser la que cocine en casa como ejemplo del mantenimiento de la subordinación de la mujer.

Miriam (E7): de verdad esas cosas, a quién se le ocurra habría que hacer una bola y tragársela con esa gracia, porque gracia no tiene ninguna, otra vez, lo mismo de siempre, la mujer tiene que estar en la casa y ser ama de casa, pues (...) no.

Nuria (E8): esta otra vez usa a la mujer en el sentido que tiene que ser ama de casa, lo quieren limpiar, y la obsesión (...) y el orden, que solo se preocupa por la casa y por las tareas del hogar (...) pueden ofender, depende del tipo de persona, pero claro, alguna mujer se sienta ofendida, o (...) por este tipo de imágenes o dañada moralmente, por como la sociedad sigue viendo a la mujer en el siglo XXI.

M^a Teresa (E15): relacionan a la escoba con la mujer, sin duda, un hombre no puede coger una escoba (...) lo relacionan con los roles de género (...) igual que el tema de los juguetes, yo he visto campañas que (...) además, a los niños: diviértete con un Scalextric y a las niñas: haz una comidita para tus padres o amigos en esta cocina (...).



Esta imagen, al igual que las anteriores, vuelve a mostrar de manera gráfica a un hombre semidesnudo acostado en un sofá, a quien le está haciendo una felación. La mujer caricaturizada de la imagen está desnuda por completo, sosteniendo una televisión en su cabeza, una bandeja con botellas en su mano izquierda y un cenicero en la derecha mientras realiza la felación al hombre. El mensaje que dice la mujer es “mi madre dice que a veces te mimo demasiado”. En la esquina inferior derecha encontramos la referencia de la página creadora de este chiste sexista: *tuschistesmachistas.com*, comprenderemos así que no solamente se transfieren imágenes y otros contenidos sexistas a través de la aplicación móvil, sino que hay páginas

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

dedicadas exclusivamente a reproducir este humor. En este sentido, en el mes de Julio de 2014 comprobamos que tal página web sigue en funcionamiento con una gran cantidad de chistes e imágenes similares; existencia que se contrapone a las diferentes normativas reguladoras que tratan de erradicar las desigualdades de género así como el sexismo.

En esta imagen, como en las anteriores, la mujer se presenta como la que lo hace todo, realiza todo lo que al hombre aparentemente le hace feliz, y sin ningún tipo de replicas o quejas. Algunas de las entrevistadas se quedan sorprendidas ante la existencia de tal página web que hemos comentado; otras, sin embargo, argumentan que esa actitud por parte de las mujeres no tiene que extrapolarse a la vida real, sino ser parte más de un humor machista que se sigue reproduciendo, ahora con más facilidad en la aplicación WhatsApp.

Ana (E1): pues eso, la servidumbre de la mujer frente al hombre en todos los aspectos de su vida.

Paula (E3): es que son horribles las imágenes, además aparece la página, *chistesmachistas.com*, o sea, que ya hay una página asociada a chistes machistas (...) encima como te haga gracia el chiste vas directamente a la página, vas a buscar más chistes del mismo estilo.

Virginia (E5): no es la de antes (...) me parece de mal gusto (...) pero es de broma.

Pilar (E11): hombre (...) esto ya (...) se puede considerar un poco más machista, ahí está la mujer haciéndolo todo básicamente, pero (...) mientras que se quede en la foto (...) pienso yo.

Y otro estereotipo existente a cerca de la mujer es aquel referido al hecho de dar órdenes, mujer insistente y manipuladora que se centra en agobiar a sus parejas o a los hombres de su entorno cercano. Un estereotipo que es señalado en la aplicación de WhatsApp e igualmente en otros mass media como pueden ser la televisión.

Mujeres:

**Si un hombre
dice que lo va
a arreglar,
lo hará.**

**No hay necesidad
de recordárselo
cada 6 meses.**

En este mensaje recibido en WhatsApp leemos: “Mujeres: si un hombre dice que lo va a arreglar, lo hará. No hay necesidad de recordárselo cada 6 meses”.

La mujer testaruda que recuerda cada 6 meses o cada cierto tiempo alguna orden y no es capaz de ponerse a resolverla ella misma. Mujer dependiente del hombre para todo lo de su vida, para todo lo que tenga que ver con ella, como si ella no fuera capaz de manejar la situación.

Las entrevistadas encuentran que el mensaje que se muestra puede tener un trasfondo sexista o no. Por una parte, está la opinión de que la mujer tiene que confiar en que el hombre lo hace todo, ya que ella no tiene capacidad para hacerlo y por otra parte, la opinión de que la imagen es una actitud sexista a la inversa, es decir, cuestionan en este caso los estereotipos asignados al hombre tradicionalmente:

Ana (E1): sí, y como que no tenemos capacidades, tenemos que confiar en que el hombre lo va a hacer todo y que no tenemos por qué estar ahí.

María (E4): esta, pues pintan a la mujer como que es muy pesada, que siempre está ahí dando el coñazo, es una pesada, que (...)

Miriam (E7): ahí creo que está haciendo un poco más de (...) broma al contrario, no tanto (...) hacia la mujer, sino hacia el hombre, se está metiendo con él como (...) ya lo hará, no lo repitas (...) cada seis meses, como (...) bueno, no lo va a hacer entonces, si lo tienes que hacer cada seis meses y no lo haces es porque no lo va a hacer, está diciendo realmente lo contrario, yo creo que está jugando también un poco con los estereotipos que se otorgan a un hombre realmente.

Así, hemos querido sintetizar las opiniones y destacar las diferentes formas de reaccionar ante un fenómeno que como hemos comprobado ahora tiene al alcance de un click reproducirse sin ningún tipo de control.

b) Sexo y sexualidad

Sin embargo, no todas las imágenes analizadas en este capítulo son de mujeres con productos de limpieza, existen algunas en la que la mujer queda ilustrada como profesional, aunque como veremos no refleja a esta profesional simplemente haciendo su trabajo, sino que es de nuevo el objetivo de la mirada masculina y de la risa que acompaña. Mujer que viene a ser llamada como un objeto sexual y valorada íntegramente por su atractivo físico, intento de nuevo de mantener a la mujer como incapaz y, como decimos, con una misión fundamental: servir y satisfacer las necesidades sexuales de los hombres.



En este fotomontaje podemos observar a un hombre, paciente, en una consulta con una erección y una mujer, doctora, profesional, en una postura insinuante y erótica. El mensaje que muestra es una conversación entre el paciente y la doctora. El paciente dice: "¡Doctora, lo tengo así de duro las 24 horas de día! ¿Qué me puede dar para esto?" a lo que la doctora contesta: "¡casa, comida y 1000 euros al mes!".

Se muestra por tanto la imagen de una mujer que, atraída por la erección de su paciente, olvida la verdadera labor que debe ejercer como médica, la de diagnosticar lo que sucede. La médica se muestra interesada en pagar a este hombre para utilizarlo como un objeto sexual y, por tanto, la imagen consigue menospreciar la profesionalidad de la mujer y hacerla ver como aquella que recae ante la atracción sexual y el poder sexual masculino.

En el momento en el que la mujer aparece en una broma como profesional y no como ama de casa, seguirá siendo ella el objeto fundamental de la burla, de quien reírse; por su parte, el hombre se siente orgulloso por

su erección, lejos de quedar preocupado por una posible enfermedad. En una sociedad falocéntrica, como la nuestra, encontramos que una erección perpetua será el sueño de muchos de los hombres que mantienen y reproduce el ideario patriarcal y será en esa filosofía en la que las mujeres, en lugar de ocuparse de su trabajo como profesionales, quedarán asombradas, ensimismadas y por completo fascinadas ante tal acontecimiento.

Las entrevistadas encuentran que la foto tiene un trasfondo sexista y que este tipo de imágenes es muy usual recibirlas, incluso por parte de los familiares. Al igual que la anterior imagen, muchas de ellas comprenden que es humor y que depende de las personas el que se rían o no con este tipo de imágenes, pudiendo afectar a quien la reciba, o por el contrario, ser una parte más de una conversación cotidiana entre las personas usuarias de WhatsApp, sin pararse a analizar el trasfondo sexista que tiene la imagen.

Al visualizarla, algunas de las participantes quedan indignadas por el tratamiento que se hace de la mujer, considerando que la imagen es machista y de nuevo expresando que el objeto de la burla siempre es una mujer, aunque igualmente, podemos percibir que el contexto sexual en el que se inscribe la imagen no molesta a otras usuarias, que la contemplan como una simple fotografía erótica o “subida de tono”.

También hay opiniones que vuelven a culpabilizar a la mujer como reproductora y sustentadora del humor sexista al permitir ser fotografiadas o al ser conscientes de actuar para una imagen que la tendrá como centro de atención y burla en el chiste.

Laura (E2): siempre, siempre, es que las bromas siempre es de la mujer de la que se hace la broma (ríe), el hombre no (...) me parece machista totalmente.

María (E4): (Ríe) un poco subidita de tono, pero bueno (...) (ríe) yo que sé (...) a ver, es que a mí este tipo de fotos (...) (ríe) no me (...)

Nuria (E8): esta igual (...) es ofensiva en el sentido, bueno (...) no creo que sea ofensiva en el sentido machista o feminista porque se puede poner de cualquiera de las dos formas, enseñársela a una persona gay y también ofen-

derse o a una mujer y también ofenderse, ya es un poco (...) depende de la persona.

Amalia (E13): es que estas son las típicas imágenes que me llegan a mí (ríe), incluso de mi familia también me la envían, y también, es machista.

Siguiendo con la idea del faloncentrismo en las imágenes que se transfieren, viene a colación la siguiente, que en los últimos meses se han reenviado entre toda la comunidad WhatsApp.



La imagen del cantante Julio Iglesias se ha puesto de moda entre las imágenes más enviadas entre la juventud usuaria de WhatsApp. El cantante aparece como un sex symbol y en los fotomontajes siempre se añaden mensajes con contenido sexual. En este particularmente aparece “en Semana Santa, no se puede comer carne... pero la puedes chupar... y lo sabes”.

Respecto a esta imagen, las entrevistadas la consideran de mal gusto y entienden que pueden atacar a la intimidad de cada persona. Piensan que se incita con la imagen a realizar una felación, acto que debe ser totalmente voluntario; alegan además, que a través de este tipo de imágenes los hombres machistas quieren perpetuar la dominancia masculina y difundir sus ideas de una manera rápida.

Miriam (E7): a mí no me parece una broma porque me parece de muy mal gusto, yo creo que estas cosas forman parte de la intimidad de cada persona (...) no me parece (...) ¿tú qué sabes si a mí me gusta o no hacer esas cosas?, ¿por qué tienes que publicar eso para que lo vea todo el mundo? a mí no me parece gracioso, la verdad. Y sí, está como incitando, es como meter a la mujer en un rol, en un papel que no sabemos realmente si se corresponde o

no con la persona (...) es casi presión social como para que una persona haga determinadas cosas, o lo vea bien.

Fina (E12): también me parece súper machista, es que no sé, a mí me mandan estos chistes y a mí no me hacen gracia y seguramente los que los mandan son los típicos tíos machistas que (...) no tienen remedio.

En esta misma línea, aportamos la siguiente imagen que también se transfiere a través de la aplicación y que está íntimamente relacionada con el apartado anterior de roles de género.



En esta imagen aparece una pareja viendo la televisión y manteniendo una conversación. El hombre pregunta “¿para qué ves eso si no sabes cocinar? Y la mujer contesta “tú ves el canal porno y no te digo nada”.

La foto sintetiza las obligaciones atribuidas tradicionalmente a cada género. Así, por una parte, la mujer debe saber cocinar y sus preferencias culturales serán enfocadas a actividades relacionadas con este ámbito y el hombre estereotipado debe ser el que complazca sexualmente a la mujer y para ello verá pornografía, donde aprenda nuevas técnicas sexuales. Se mantiene y reproduce igualmente la idea de la heterosexualidad obligatoria. La gran mayoría de las bromas que encontramos en la aplicación irán destinadas a parejas heterosexuales en las que se infravalorará a la mujer y en el caso de ser bromas de homosexuales o lesbianas observaremos que la burla irá dirigida a ambas personas que aparezcan a través del mensaje o de la imagen que se transmita.

Para las entrevistadas, esta imagen está cargada de contenido sexista y para no variar en la temática, también de contenido sexual. Argumentan

que la imagen se basa en la diferencia de preferencias de un hombre y una mujer. Así, una entrevistada hace referencia a otro fenómeno, la pornografía. Cree que en la imagen el hombre es el que ve pornografía, porque desde su punto de vista, está hecha por y para hombre, y en la que se omite la sexualidad de las mujeres, otra arista importante en el fenómeno del patriarcado.

Ana (E1): está en la misma línea, no es tan machista sino que es más sexista por la división de gustos entre hombres y mujeres y la división de tareas dentro de la casa.

Paula (E3): más de lo mismo, encima con contenidos sexuales, para variar (...) a ver, pues que las mujeres no pueden ver porno, que las mujeres (...) muchas restricciones en cuanto a (...) que las mujeres no pueden expresar libremente su sexualidad.

María (E4): esta imagen me parece un poco machista, eso de que (...) como que le recrimina que no sabe cocinar (...) pero (...).

La sexualidad que continua siendo foco de atención en nuestro análisis, pero ahora haciendo una división de cómo se consideran a las mujeres según su aspecto físico. La imagen de la mujeres, como venimos apuntando a lo largo del estudio, son perjudicadas en gran cantidad de ocasiones por este tipo de bromas que se transfieren en la aplicación móvil, mujeres que se tratan como objetos sexuales y quedan a expensas de ser aceptadas o no por lo hombres atendiendo a un canon de belleza establecido, es decir, mujeres delgadas, con pecho voluminoso y que vistan de manera provocativa; en el momento en el que estas se alejen de tales condiciones son objeto burla y mofa a través de la red social.

Es el caso de la siguiente foto.

En este fotomontaje podemos ver a dos mujeres de espaldas. Las dos mujeres aparecen en bikini y en relación con esto, el mensaje que envía la foto: “operación otoño, la operación bikini me la paso por el coño”.

Operación bikini hace referencia a ese momento previo al verano en el que las mujeres deben de empezar a cuidarse físicamente para cumplir



con el canon de belleza que comentamos anteriormente. En la foto, las mujeres que aparecen sufren problema de sobrepeso y es por ello la broma, mujeres alejadas de esa operación bikini que además comen en la playa sin importarle demasiado esa obligatoria fase veraniega de cuidado físico.

La imagen podrá interpretarse de dos formas diferentes. Por una parte, mujeres que no les importa aquella idea de la

“operación bikini” y continúan su vida con total normalidad sin adecuarse a los patrones establecidos, y por otra, mujeres que se toman como objeto de burla sexista en tanto que se apartan de ese ideal de mujer. Así, teniendo en cuenta estas dos interpretaciones de la imagen, existen opiniones en las que unas entrevistadas quedan afectadas por la imagen y argumentan que siempre se ataca a la mujer de una manera directa por su cuerpo, siendo este fundamental para la sexualidad, la heterosexualidad patriarcal; otras dicen que nunca se hacen bromas con el cuerpo de hombres obesos, aun existiendo estos en igual medida que las mujeres. Sin embargo, otras entrevistadas piensan que la imagen se puede interpretar como un empoderamiento de la mujer, su negación a adecuarse a la norma que le perjudica y se le impone, mujeres que hacen con su cuerpo lo que les apetece, que no se sienten presas de los prejuicios y estereotipos existentes, mujeres que deciden alejarse por completo de los estándares impuestos.

Laura (E3): en este caso, del aspecto físico de (...), hombre, aquí el fin es reírse del aspecto físico de una mujer, ¿no? En plan, ponen a la chica que es más fea, que tiene cualquier tipo de discapacidad, se ríen, sí, yo creo que se ríen del aspecto físico de las personas, aquí, de las mujeres, (...) porque de los

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

hombres no solemos ver fotos de chicos que tengan sobrepeso, los chicos que a lo mejor tienen discapacidad no suelen ser la (...) siempre de las mujeres, ¿verdad?

M^a Teresa (E15): ¿por qué no ponen a un hombre? Porque que yo sepa también los hombres también están gordos y la relación está (...) a ver, operación bikini, las mujeres si se tienen que poner a dieta para un verano, los hombres no.

Miriam (E7): entonces, depende de la persona, la puede interpretar como (...) una burla a una persona gorda (...) o rellenita, o (...) como una reivindicación de decir: me pongo lo que me da la gana, da igual que esté gorda, que esté flaca, si me quiero poner un bikini me lo pongo, si no me quiero poner nada, no me lo pongo (...).

Toni (E9): yo es que lo primero que me llega esta imagen y digo *ole ella!*, es lo primero que me sale, vamos, si, si, si, porque vamos (...) pero esto es más de lo mismo, depende del contexto (...) si ahora te lo manda el chulito de turno, a mi no me lo van a mandar nunca porque no tengo a nadie así, pues no me lo tomo a risa, me lo tomo como a cabreo monumental contigo, vamos (...).

Esther (E17): me suena la imagen, me parece lo mismo que la anterior, pero que tampoco me afectaría, no me sienta mal.

Es muy usual, como venimos diciendo, imágenes en las que el cuerpo de la mujer es el centro de atención. Hemos comprobado a lo largo de toda la historia mediante el arte y la cultura cómo el cuerpo de la mujer ha sido utilizado ya sea en la pintura, la poesía, la escultura, la música, etc. y actualmente muy presente en nuestro entorno, a través de la fotografía; fotografía que será utilizada en diferentes contextos y que a través del retoque fotográfico creará en cantidad de ocasiones un prototipo de cuerpo de mujer alejado de la realidad, distorsionado al máximo y transformado ante las exigencias masculinas que han aprovechado el dominio para dictar qué es lo deseado y qué no lo es.

El pecho de la mujer, en especial, también ha sido y es centro de atención de muchas miradas, comentarios y más acorde con nuestro tema

de estudio, las burlas y el humor sexista. En relación con esta cuestión encontramos la siguiente imagen que se difunde a través de la aplicación.



En la fotografía podemos observar a una mujer semidesnuda con un pecho retochado; el mensaje que configura la foto es: “venga chicos, el bibi y a mommí”.

La fotografía incita claramente a los hombres heterosexuales que vean la imagen a querer mamar del pecho de la mujer como si se trataran de bebés lactantes y posteriormente irán a la cama como eso mismo, como unos bebés.

La foto va dirigida exclusivamente a los hombres, evocando de nuevo la idea de la heterosexualidad obligatoria y del uso del cuerpo de la mujer como entretenimiento y broma para quienes reciban este fotomontaje.

En la misma línea de lo que venimos analizando, las entrevistadas opinan que la sexualidad hoy en día es algo que está muy definida por el físico. Opinan que este tipo de fotografías puede afectar a mujeres que tengan complejo con su físico tras pasar por situaciones traumáticas en su vida, sintiéndose especialmente ofendidas. Igualmente observamos, como en fotografías anteriores, que otras entrevistadas muestran una total indiferencia ante este tipo de imágenes, opinan incluso que con el retoque fotográfico consiguen que el pecho de la mujer deje de ser un atractivo sexual para hombres o mujeres. Aparecen entre las entrevistas risas, expresiones de angustia, actitudes de enfado, un abanico de posibilidades que aunque en ocasiones tiendan a eliminar la importancia intrínseca de la fotografía, muestran la indignación por parte de las mujeres del uso del cuerpo femenino en la aplicación móvil.

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

Paula (E3): Que si no tienes un pecho bonito, no eres, socialmente aceptable como mujer (...), bueno, no hasta el punto de excluida de la sociedad, pero (...) que la sexualidad es algo que (...) está muy definida por el físico, por el cuerpo

María (E4): no, no (...) a mí es que este tipo de fotos (...) a ver, te hablo desde mi punto de vista, (...) hay mucha gente que tiene complejo con el pecho, hay otra gente, te hablo (...) por ejemplo mi madre, que tuvo un cáncer de mama y entonces a ella este tipo de bromas como que no le hacen gracia, no le llaman la atención, entonces hay muchas fotos como estas que a lo mejor a mucha gente le pueden herir los sentimientos.

Toni (E9): buagh! Es asqueroso, pero esto yo no veo degradante, esto es gente que está así, ¿sabes? Que hacen esas cosas, no sabemos en qué círculo lo han hecho y si (...) está con mal, con mala intención, que a lo mejor es cosas incluso de ellas, que depende si se sacan de contexto, como todo, pero al lado de las otras fotos (...)

Pilar (E11): (ríe) (...) yo es que este tipo de imágenes no les gustan ni a los hombres (...) porque (...) no sé (...) también tiene un mensaje un poco machista.



La siguiente imagen muestra a siete mujeres semidesnudas en un barco, el mensaje que transmite es “el dinero no da la felicidad... pero puede comprar un yate con putas; nadie que tenga un yate con putas es infeliz”.

En este caso muestran la imagen de la mujer como objeto sexual que se puede comprar y vender para proporcionar felicidad.

De nuevo las mujeres mediante su atracción y poder sexual podrán lograr que una persona sea feliz. Trata de igual manera la cuestión de clases, el que es rico podrá “comprar” a las mujeres como objeto sexual y el que no

tiene dinero no podrá tener un yate y no podrá pagar a mujeres para tener relaciones sexuales, y consecuentemente no podrá ser feliz.

Las entrevistadas enfatizan que no encuentran imágenes donde los objetos sexuales sean hombres, donde la felicidad se pueda adquirir o encontrar en un yate con hombres, resaltan en que ese tipo de bromas siempre van realizadas para los hombres y donde las protagonistas son las mujeres. Hallamos de nuevo la opinión de que esta imagen puede degradar, afectar o no a las mujeres dependiendo de la actitud que tengan estas hacia este tipo de humor:

Ana (E1): esto va a dos cosas, a la opresión de la mujer como objeto sexual del hombre y también a la opresión de clases, de que si no eres rico, no puedes ser feliz.

Laura (E2): me parece lo mismo que las anteriores, que abusan de dañar la imagen de la mujer, pero que a parte que (...) no es lo mismo, que tienes dinero y tienes un yate y contratas a tíos que (...) y los pones ahí desnudos, (...) eso no se hace, se hace con la figura de la mujer.

Toni (E9): esta es más de lo mismo, es que todo esto es más de lo mismo siempre, que depende del contexto (...) a mí me llega esto de cualquier amigo mío y le digo ¿de dónde has sacado esto? ¿Sabes? Es lo primero que le digo, y (...) en plan, a saber de donde es esa foto, que lo mismo lo han sacado de una portada de revista, vete tú a saber de dónde y (...) le han puesto la frasecita arriba que tampoco se sabe, pero es que (...) dependiendo de cómo se vea, (...).

c) Discapacidad y diversidad funcional

La discapacidad y otras diversidades funcionales quedan también plasmadas con connotaciones sexistas entre las imágenes recibidas por WhatsApp. Las entrevistadas se muestran reacias a este tipo de humor; les molesta más que arremetan contra mujeres con diversidades funcionales que contra mujeres que son valoradas por su físico o por el trabajo que desempeñan en la esfera doméstica. Asimismo, a pesar de que englobamos estas imágenes en un bloque diferenciado, vemos cómo vuelven a utilizar la imagen de la mujer como atractivo sexual y objeto sexual.



En esta foto se muestra a una mujer solicitando relaciones sexuales a la persona que recibe el mensaje, a cambio de entradas para un partido de fútbol. Aparece el mensaje: “cambio entradas de la Copa de Europa por sexo salvaje. Son de Tribuna”.

El aspecto físico de la mujer será el que produzca la broma al alejarse, como hemos añadido anteriormente, del ideal de mujer. Este alejamiento provoca que los hombres no quieran mantener relaciones con esta mujer y por tanto, para lo que sirve la fotografía, es para que se rían de ella cuando se transfiera a través de la aplicación móvil.

Encontramos diversas opiniones en las que se protesta contra el canon de belleza del que venimos hablando y contra la presión mediática y social que este provoca entre las mujeres. Hablan de este ideal de mujer como una creación del hombre y que siempre perjudica a las mujeres, y piensan que el canon de belleza es imposible de erradicar mientras exista un mass media que lo propicia y lo reproduce. Prensa, publicidad, televisión, etc. incitan, según algunas entrevistadas, que las propias mujeres se critiquen entre ellas por su físico e incluso llegan más allá interponiendo límites y proponiendo objetivos de belleza en el género femenino, metas imposibles de conseguir que perpetúan un ideario de mujer que interesa básicamente al género masculino.

María (E4): a mí esa me parece graciosa, (...) a ver, es un montaje de una foto, es un montaje entonces no lo veo, lo que pasa que por ejemplo se ríe mucho de la estética de la gente en muchas fotos (...) sí, que para tener sexo tiene que tener un prototipo de mujer, y no tiene por qué ser, porque a lo mejor ella tiene otras cualidades que no tiene otra (...).

Miriam (E7): esto es bastante degradante para la mujer, o sea, que nadie tiene que cambiar nada por sexo, si ella quiere algo (...) cualquier persona, aunque incluso si hayan puesto esa(...) esa dentadura tan horrible (...) no

solamente está siguiendo el estereotipo de la mujer que tiene que ser perfecta (...) un ideal que realmente no existe, que lo han creado, hombres, no solo están remarcando eso, además están quitando dinero a ésta mujer, porque sí (...) es encima, quitarle dignidad, o sea, es totalmente horrible.

Toni (E9): esto ya es (...) la gente (...) tan guay que se cree con su cerebro maravilloso que si eres guapa y todo esto del canon de belleza pues vas a tener de todo y si (...) la naturaleza no ha sido tan buena contigo pues (...) no eres nada.

Fina (E12): sí, te ponen las imágenes más extremas, pero sí es verdad que (...) a lo mejor no es esta imagen y ya es que si gorda, que si no sé que (...) y yo creo que eso no va a cambiar nunca, es que no, es que te siguen poniendo en las revistas y en todo para que seas perfecta y cualquier fallo ya te lo sacan como (...) yo creo que eso no va a cambiar pero tenemos que ser nosotras las que (...) muchas veces somos nosotras las mismas culpables que somos las que criticamos a las demás, las que nos ponemos esos objetivos de tenemos que ser como esta (...).

Estas imágenes, como vemos por el mensaje, son distribuidas la mayoría de las veces para los grupos de conversación donde existen varias personas que puedan leerla y comentarla, además, por supuesto, de reírse

y criticar a la persona protagonista de la fotografía. Así, con WhatsApp, como hemos dicho antes, se ha creado una nueva forma de comunicación que intercala como parte fundamental las imágenes.



En esta imagen se utiliza la fotografía de una mujer, aparentemente con Síndrome de Down u otra diversidad funcional, para hacer la burla. El mensaje que transmite la fotografía pretende buscar pareja, un chico, en un grupo de WhatsApp.

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

De nuevo se utiliza el pretexto del canon de belleza para crear la burla. Además en el mensaje se insinúa que la mujer quiere ser dependiente económicamente de esa persona a la que busca.

Esta imagen ha causado reacciones muy encontradas entre las propias entrevistadas, que muchas de ellas consideran que las anteriores imágenes son parte de un humor que, aunque se ría de las mujeres y no con ellas, no arremeten contra personas con discapacidad que posiblemente no puedan defenderse de este ataque.

Muchas admiten aceptar el resto de las imágenes, pero esta no, piensan que este tipo de humor no es legítimo, no se debe permitir en la red social. No obstante es muy habitual encontrar imágenes de personas con diversidad funcional como parte de las bromas que se transfieren en la aplicación. Al igual que anteriormente se hacía referencia a los medios de comunicación como perpetuadores del ideal de mujer, en este caso algunas entrevistadas alegan que en las series de televisión también hacen burlas con personajes discapacitados, algo que les parece vergonzoso.

Cambia la opinión de algunas participantes con respecto a otras imágenes. En anteriores casos decíamos que dependía de la persona que enviase el archivo la indignación o no de la usuaria, pero en este caso las entrevistadas muestran su total rechazo a este tipo de fotomontajes, ya que pueden estar perjudicadas, según ellas, muchas más personas.

Ana (E1): esto es más bien meterse con las personas que tienen discapacidades porque esa persona tiene una enfermedad, también el hecho de buscar un “chico, soltero, y apañado con pisito” pues, el hecho de que la mujer necesita un hombre para que le solucione la vida.

Nuria (E8): y esto es un poco (...) yo la veo de broma, pero tampoco porque se utiliza a la mujer fea como vamos, objeto y al chico con dinero con ese prototipo de que te va a mantener, una mujer mantenida y eso (...) a mí eso nunca me ha gustado de que se utilice la imagen o en las series como (...) que la gente con problemas son los graciosos o que no pueden hacer mucho (...).

Toni (E9): ay omá! Esto es como el de la chavala esa, es como el de la mujer esa (...) aparte de que esta chica también tiene una enfermedad que es

Síndrome de Down (...) cualquier persona que tenga un hijo, una hermana o un (...) así, con esa enfermedad, si, si, si, a mi esto me sentaría muy mal, me llegara por donde me llegara vamos.

Fina (E12): me parece muy fuerte que no tengan respeto por nada, y es que estas cosas también es que rulan mucho por Internet y (...) a lo mejor esto es un montaje pero si sacan a una persona normal, yo que sé (...) muchas fotos u vídeos de gente, no solo en España, sino de fuera que se suicidan y todo, porque las cadenas estas de WhatsApp y esto le amargan la vida, vamos (...).

d) La mujer en el mundo laboral

Un tema que también se ve reflejado en las imágenes con contenido sexista es la capacidad de las mujeres para poder realizar sus vidas independientes económicamente. A lo largo de la historia, se ha considerado a la mujer con una minoría de edad perpetua, ya que basándose en un discurso biologicista, la mujer forma parte de un sexo inferior, el sexo débil que depende íntegramente de las actuaciones del hombre para poder vivir. Esta “incapacidad” adjudicada a las mujeres se ha visto reflejada hoy en día en muchos ámbitos de la vida cotidiana, como por ejemplo el acceso al mercado laboral.

Precisamente la cuestión del mundo laboral también es un tema que aparece reflejado en las imágenes que se difunden a través de WhatsApp; imágenes que perpetúan la diferencia entre mujeres y hombres y en las que las mujeres continúan siendo vistas como simples objetos sexuales; imágenes en las que no existe la posibilidad de valorar la capacidad, los conocimientos y las aportaciones que puedan hacer estas mujeres en el puesto de trabajo al que optan. Como bien es sabido, actualmente el género femenino sigue encontrándose en desventaja respecto al masculino, ejemplo de ello será la brecha salarial o el propio acceso al mercado laboral así como las diferentes formas de discriminar a la mujer por razón de género en el trabajo.

El fotomontaje se compone de dos textos diferenciados: el primero se refiere a la persona encargada del personal de la empresa (jefe de



personal) y la segunda dice: “Atención a todas las aplicantes. Antes de entrar coloque sus manos detrás de su cabeza con los codos extendidos al frente suyo, camine hacia la puerta, si sus codos tocan la puerta antes que sus tetas, puede irse, no hay trabajo para usted”.

Como dijimos antes, el fotomontaje vuelve a estar cargado de un contenido sexista y misógino, en un país donde el acceso a cualquier persona al mercado laboral se complica y el de las mujeres más aún.

Las entrevistadas se sienten ofendidas en primera persona ante tal mensaje, comprenden que la situación actual es muy complicada y que este tipo de bromas pueden afectar a cualquier mujer que esté buscando trabajo. Aluden a carreras universitarias tradicionalmente masculinizadas donde el acceso posterior de una mujer al mercado de trabajo se complica todavía más por “estigmas sociales”.

Otras entrevistadas, aunque reconocen que la fotografía puede dañar la sensibilidad de muchas mujeres admiten que humorísticamente es ingeniosa al hacer referencia y comparar el pecho con la búsqueda de trabajo, claro síntoma de evadirse de la actitud sexista y no pararse a analizar profundamente el significado y lo que pueda conllevar.

Carmen (E6): ahora mismo con la situación en la que estamos, y en la que yo me encuentro personalmente no, no, no (...) me molestaría mucho.

Pilar (E11): hombre, como hacer gracia, humorísticamente sí, puede hacerla, pero (...) seriamente, no le veo la gracia (...) que los pechos tengan que ver con encontrar trabajo (...) imaginativo es, pero (...) como todo lo otro, mientras se quede en una foto.

Laura (E2): sí, sí, sí, hombre, aquí la gente va (...) vamos, que eso es lo que hay en la sociedad, como se escogen a las mujeres al encontrar un trabajo, a quien eligen, eso es así.

Paula (E3): es que en el trabajo también, hay muchísimo más trabajo, el sueldo, las estadísticas que hay, no sé si era un 13% menos lo que cobraban las mujeres, es una bestialidad, es que me parece (...) y más, en carreras como la mía, es muy difícil todavía para una mujer. Sí, porque por muchos planes de igualdad que haya, una empresa es de un empresario y va a considerar (...) por estigmas sociales a un hombre antes que a una mujer, siempre (...) hombre, quitando excepciones, como siempre, como en todo, pero (...).

Como hemos podido observar entre las opiniones existentes el sentido del humor de las entrevistadas, según refleja nuestro análisis, va muy asociado a los conocimientos que posean sobre el sexismo, la percepción del sexismo que tengan o incluso la perspectiva de género que puedan llegar a tener cada una de ellas, así como del interés que muestren para conocer, criticar y juzgar con objetividad lo que es humor y lo que es humor sexista. Influye en gran medida en las entrevistadas la concepción que posean sobre las problemáticas de género existentes así como las desigualdades de género que aún quedan por erradicar; lo que para unas es gracioso y forma parte de un humor legítimo (pero machista), para otras es totalmente intolerable y degrada en todos sus aspectos la imagen de la mujer. Muchas de las entrevistadas que encuentran graciosas las imágenes que se han proporcionado se sienten afectadas en el momento en el que se ve en la imagen a una persona con discapacidad u otros problemas que no dependen de su propia voluntad, sin embargo, las imágenes que interfieren a las mujeres en sus vidas cotidianas, como ha sido el ejemplo de la perpetuación de roles de género, no son de tanta importancia para ellas, aunque se sientan molestas al verlas. Recogemos para finalizar el análisis de imágenes, una síntesis de opiniones generales de las participantes:

Amalia (E13): la mayoría sí, yo es que me río porque me hacen gracia estas cosas, me lo tomo siempre con humor, hablando de la raza y todo eso también me lo tomo con humor, con cachondeo y todo eso, no sé a quién se le ocurren esas cosas (ríe) (...) yo pienso eso, que no deberíamos reírnos de estas cosas, porque no son tonterías, son defectos de la gente, que no (...) igual que el machismo, deberíamos de cambiar pero (...).

Paqui (E16): Yo me río por la gracia que hace cuando lo mandan, pero no por lo que dice en sí, pero no por (...) a lo mejor han cogido a la imagen de una muchacha fea (ríe) (...) pero por lo que han puesto a lo mejor en la frase, porque se lo han tenido que currar, por adaptarlo a la foto, no porque se estén metiendo realmente con ella.

Con esta serie de imágenes analizadas hemos comprobado cómo el estatus masculino se pretende mantener en la sociedad actual a través de un humor sexista, machista y misógino. Asimismo se mantiene la imagen de la mujer al servicio del hombre, dependiente de él e incapaz de poder ser libre e independiente sin una pareja heterosexual a la que satisfacer a su lado. Aún queda un largo camino por recorrer en la igualdad de género, en la visibilización de las mujeres como capaces, libres y empoderadas, el reconocimiento, en general de la mujer en todos los ámbitos de la vida.

3.6. UNA LLAMADA A LA ACCIÓN. MEJORANDO LO NEGATIVO

Para finalizar el informe nos gustaría destacar las “llamadas a la acción” que nos aportan las entrevistadas, opiniones para mejorar la situación o las opiniones de cómo actuar para que la imagen de la mujer no continúe estando en el centro de atención de todas las bromas como las que hemos visto anteriormente.

Las entrevistadas añaden, para finalizar su colaboración opiniones sobre el mal uso de la aplicación y la necesaria concienciación de hombres y mujeres. También sugerencias para mejorar este mal uso, así como una educación a todos los niveles sobre la importancia de erradicar el sexismo y utilizar esta herramienta como un instrumento más que pueda favorecer y mejorar la convivencia entre mujeres y hombres.

Añaden que hay imágenes que no deben ser permitidas, que deben pasar por un escrupuloso control donde constructivamente se juzgue si pueden dañar o no a alguna persona, sea mujer u hombre, y por supuesto reflexión por parte de cada usuario o usuaria de WhatsApp, que con

criterio selectivo, sepa qué hacer con ciertos archivos, respetando siempre la dignidad de las personas.

Ana (E1): como ya dije antes no creo que el problema en sí sea la aplicación sino la sociedad que utiliza esa aplicación y (...) eso, que creo que lo que debería hacer es que la aplicación tuviera más sugerencias para que las personas tuvieran un uso igualitario de (...) la app y que lo que hay que cambiar son las relaciones entre hombres y mujeres, la aplicación no creo que tenga la culpa.

Laura (E2): me parece por ejemplo que la aplicación, me parece que si se llevara a cabo bien, que no dañe, ni que se rían de cualquier persona, me parece bien (...) si lo trabajas bien, me parece estupendo, pero ahora, este tipo de imágenes no (...) a ver, ni de la mujer, ni del hombre, ni del que sea gay (...).

Toni (E9): yo creo que la gente en general, debería pensar mucho lo que va a mandar (...) y (...) es eso, que no todo el mundo se lo toma igual, yo porque me lo tomo todo muy dependiendo, ¿sabes? Pero (...) hay que pensar mucho las cosas (...) sobre todo cuando unas son muy crueles y las otras son sexistas.

Mª Teresa (E15): como lanzar un mensaje a las mujeres que siguen hoy en día fomentando también eso de que las mujeres son inferiores, ¡que despierten ya! Que a estas alturas esto no (...) que eso ya no (...) no sé, que si los hombres están haciendo eso pues que las mujeres intentemos que esto no sea así, no vamos a darle más apoyo a ellos, que lo están haciendo mal que (...) yo creo que a estas alturas ya deberíamos intentar quitarlo, lo antes posible.

Las entrevistadas animan a todas las personas a seguir con la lucha, a no desistir ante los ataques que se realizan contra las mujeres, a ser conscientes de la importancia de aunar fuerzas para conseguir mayores logros, para reconocer a la mujer el espacio que merece y que aún no se le ha proporcionado.

También expresan que, a pesar de las deficiencias que pueda presentar WhatsApp, esta herramienta ha servido como instrumento de empoderamiento para las mujeres que no habían tenido nunca contacto con las nuevas tecnologías, nueva manera de superar la brecha digital de género, permitiendo a estas mujeres *emigradas digitales* actualizarse y poder

comunicarse de una forma sencilla haciendo ver que es posible un cambio y haciendo ver la autentica capacidad de las mujeres:

Amalia (E13): en parte sí por las imágenes que se envían y eso pero (...) hombre, también, mi madre ahora tiene WhatsApp que antes no sabía usar ni un móvil y tal y ahora está más avanzada y actualizada en los temas de la tecnología y eso, por lo que puede ser una forma de que las mujeres se intenten adentrar en la tecnología y no como se piensan los hombres que estamos ahí (...).

4. CONCLUSIONES Y REFLEXIÓN FINAL

Los cambios que hemos vivido y continuamos viviendo con la evolución tecnológica y las modificaciones en la manera de comunicarnos transforman nuestra realidad, la opinión de las personas y la manera en la que expresamos nuestros sentimientos y vivencias. La tecnología ayuda a nuestra evolución, sí, pero no debemos olvidar que es un fuerte y potente instrumento que puede echar por tierra los logros conseguidos por las mujeres.

Debemos contemplar el trasfondo de los datos que hablan de la brecha digital de género sobre el acceso, uso y habilidades de las mujeres con las nuevas tecnologías, aprender y recapacitar sobre qué y cómo utilizan la tecnología las mujeres y hasta dónde les permiten que accedan con ellas.

Los planes de igualdad deberán ir encaminados a cumplir los objetivos propuestos, en especial aquellos que se dirijan a crear conocimiento sobre las desigualdades de género y las actitudes sexistas que hemos remarcado en esta investigación, para poder detectarlas y poder prevenirlas. La universidad, por ejemplo, institución en la que ha sido centrado nuestro estudio, debemos concebirla como un espacio de conocimiento muy importante para el futuro de la igualdad entre mujeres y hombres, al igual que en otros ámbitos y espacios del conocimiento. Un conocimiento y una perspectiva de género transversal en toda la población, de todas las edades, desde aquellas personas nativas digitales a aquellas que con más edad se inician

en el manejo de nuevos instrumentos. Así mismo, la legislación referente a la igualdad que hemos señalado en nuestro marco teórico no puede quedar solamente plasmadas en un papel, sino que debemos procurar que se implementen por completo.

Las alternativas que surgen del movimiento feminista con relación a las nuevas tecnologías son una manera clara de superar la brecha digital de género, es un avance en el movimiento necesario, pero estas bifurcaciones del movimiento social no deben olvidar la realidad que aún viven muchas mujeres, la realidad de no sentirse empoderadas para utilizar una tecnología, ya que creen es un invento por y para los hombres. No deben olvidar que el avance en nuevas teorías y prácticas es necesario, pero también es necesaria la unión de las diferentes posturas de las mujeres para conseguir erradicar las desigualdades de género con respecto a estos nuevos mecanismos.

Tampoco podemos dejar pasar la importancia de las redes sociales para la lucha de las mujeres. Estar interconectadas para aprender de otras victorias en otros lugares del mundo, aunque estas redes sociales puedan, en ciertas ocasiones, aislar más al individuo, fomentar una sociedad individualista preocupada de sus propios intereses sin tener en cuenta a las demás personas.

Como hemos comentado, surgen nuevas formas de violencia de género, ahora a través de una pantalla, de un teléfono o de una llamada telefónica. Se ha de concienciar a toda la población de los peligros que supone la instantaneidad de aplicaciones móviles como WhatsApp en situaciones como estas. Las nuevas herramientas tienen que servir para aprender y para prevenir, y para que las cifras de víctimas no crezcan sino que disminuyan hasta desaparecer.

Para poder trabajar en la prevención de las actitudes sexistas y en lo que venimos diciendo como ciberacoso, surge la necesidad de implementar, en todos los ámbitos del conocimiento, una perspectiva de género sobre

éstas y muchas herramientas que nos son tan cotidianas, tan útiles pero a la vez tan peligrosas porque pueden mantener el sistema patriarcal.

No podemos caer en la trampa de pensar que el acceso de las mujeres a la tecnología será el que las empodere, debemos analizar qué es lo que se transfiere en esas nuevas tecnologías y redes sociales y si realmente esos contenidos empoderan a la mujer, o. por el contrario, la mantienen en una posición en la que se ha encontrado durante toda la historia, bajo el estatus masculino y la supremacía del hombre.

Debemos cuestionarnos también la imagen que se mantiene de las mujeres: la mujer ama de casa, la suegra peligrosa, la amante o la sumisa, todo el elenco de tipos de mujer que ahora encuentran una manera sencilla, rápida y eficaz de reproducción, WhatsApp. Muchas de las mujeres entrevistadas, como hemos visto, comprenden que enviar imágenes o chistes con connotación sexista forma parte de una realidad visible y así, lo más peligroso, se presenta como inocuo, como normalizado y además como algo que según dicen, no tiene por qué degradar la imagen de la mujer.

Pero sí la degrada, arrebatada y tira por tierra los logros de las mujeres. Los estereotipos se mantienen, encuentran una senda sin obstáculos para continuar con el ideario patriarcal, que ahora, como repetimos, encuentra la facilidad de esta red social para perpetuarse y para llegar ipso facto a nuevas generaciones que viven y se manifiestan a través de su teléfono móvil, de su ordenador, etc.

Así, la eliminación y erradicación de estereotipos y roles de género deben también ser objetivos fundamentales en las agendas políticas y ciudadanas, el cuestionamiento de lo que vemos y de lo que nos envían junto con la irrupción involuntaria en la vida de las mujeres que aparecen en fotografías y vídeos que se transfieren en la aplicación móvil. Como hemos ido comprobando en el análisis de las entrevistas, las jóvenes se muestran preocupadas por esta violación de la intimidad que sufren muchas mujeres de todas las edades además, de todos los problemas que está ocasionando la red social entre las parejas.

Contemplamos, como hemos señalado en los hallazgos, que muchas de las jóvenes entrevistadas detectan un sexismo muy directo pero se le escapa la idea de que existe un nuevo sexismo benévolo igualmente peligroso. Estas apariciones de nuevas formas de sexismo propician, como reiteramos, el mantenimiento del sistema patriarcal. Aún así, a pesar de que muchas de las jóvenes no tienen suficientes conocimientos para detectar todas las actitudes sexistas, reconocen rápidamente que no sólo WhatsApp favorece a este sistema desigual, sino que la gran mayoría de los medios de comunicación (televisión, publicidad, radio, etc.) también se encargan de reproducir actitudes sexistas.

La toma de la palabra y la toma del espacio virtual también es una cuestión por conseguir. La desigual participación de las mujeres en grupos de conversación mixtos fomentan las relaciones verticales donde ellas se ven relegadas a un puesto inferior. Es necesario para superar este problema el empoderamiento de las mujeres dirigido a la toma del poder y de los espacios públicos y virtuales, donde se sientan cómodas y les hagan sentir cómodas con su palabra. Igualmente educación en materia de género dirigida a los hombres, para que comprendan también que la igualdad es un derecho de ambos géneros y que la realidad aún existente no es otra cosa que una injusticia social que experimenta la mitad de la población (las mujeres).

Las imágenes muestran un reflejo como todo lo anterior que hemos analizado, de una sociedad que sigue estando estancada y que necesita un empuje fuerte para conseguir igualdad entre mujeres y hombres. Fomentar el papel del ama de casa no es otra cosa que mantener el estatus superior del hombre, mantener a la mujer como dependiente económica de él e incapaz de realizar otras actividades que no sean complacer a estos.

Las entrevistadas en gran cantidad de ocasiones se aferran a pensar que el humor es algo muy subjetivo, que el humor sexista y machista puede ser legítimo y que debemos ser tolerantes con las imágenes y archivos que nos llegan a nuestros terminales. Este tipo de expresiones son causa de un

mal conocimiento de lo que es humor y del arma tan potente socializadora que es éste.

El camino es intenso, como hemos repetido a lo largo del estudio, pero es fundamental recorrerlo, el camino parte de lo más básico, lo que está al alcance de nuestra mano, lo que parece ser inofensivo, lo que parece ser inocuo. Un camino hacia la igualdad entre mujeres y hombres que debe ir adaptándose a los nuevos cambios, a las nuevas estrategias que se imponen para seguir fomentando la desigualdad. Sin lugar a duda, como ya hemos apuntado, se requieren de nuevos estudios, nuevas teorías y por supuesto nuevas prácticas que, con perspectiva de género, consigan acercarse a una población que parece haberse adaptado, a pesar de los logros conseguidos, a actitudes sexistas con naturalidad y “sentido del humor”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baéz y Pérez de Tudela, Juan. *Investigación cualitativa*. Madrid: ESIC Editorial. Rescatado de. <http://books.google.es/books?id=Xmv-PJ9Ktzc&lpg=PA2&dq=inauthor%3A%22Juan%20B%3%A1ez%20y%20P%3A9rez%20de%20Tudela%22&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q&f=false> [Fecha de consulta: 10/09/2014].
- Bernárdez, Asunción (2005). “Humor y Ciberfeminismo: ¿Qué hay de original?” En Caballero, Juncal., García, Begoña. y Giménez, Ana. *Humor y mujeres: ¿lo pillas?* (pp. 47-61). Castellón: Seminario de Investigación Feminista. Universidad Jaume I.
- Buelga, Sofia., Cava, María Jesús., y Musitu, Gonzalo (2010). Cyberbullying: victimización entre adolescentes a través del teléfono móvil y de Internet. *Piscothema*. Vol.22, nº 4, pp. 784-789. Rescatado de: <http://psicothema.com/pdf/3802.pdf> [Fecha de consulta: 18/07/2014].
- Comisión Asesora de Presidencia Mujeres y Ciencia (2013). *Informe Mujeres Investigadoras 2013*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Rescatado de: http://genet.csic.es/sites/default/files/documentos/historico/Informe_MUJ_2013.pdf [Fecha de consulta: 01/09/2014].
- Castaño, Cecilia., et al. (2011). *La brecha digital de género en España: análisis multi-nivel*. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Castaño, Cecilia (2008). *La segunda brecha digital*. Valencia: Cátedra.
- Castells, Manuel (2000). *Internet y la sociedad red*. Llicó inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement. Barcelona:

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Rescatado de: <http://instituto162.com.ar/wp-content/uploads/2014/06/INTERNET-Y-LA-SOCIEDAD-RED-Castells.pdf> [Fecha de consulta: 02/07/2014].

- Castells, Manuel (2001). *La era de la Información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- Cameron, C. (1977). “Sex-role attitudes”. En S. Oskamp (Ed.). *Attitudes and opinions* (pp. 339-359). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. [Traducción propia].
- Espinar, Eva. y González, María José (2009). “Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género”. En Espina, E., *Género y nuevas tecnologías de la información y la comunicación* (pp. 81-107). Alicante: Centro de Estudios sobre la Mujer. Universidad de Alicante.
- Flick, Uwe (2004). “Preguntas de investigación”. En *Introducción a la investigación cualitativa* (pp. 61-67). Madrid: Morata.
- García Calvente, M^a del Mar y Marcos Marcos, Jorge (2011). Construir salud, construir género: ¿Por qué la investigación cualitativa es una metodología sensible al género? *Feminismo/s*, 18, (pp. 271-280). Rescatado de: http://rua.ua.es/dspace/bistream/10045/25504/1/Feminismos_18_14.pdf [Fecha de consulta: 01/09/2014].
- Gil-Juárez, Adriana., et al. (2011). “Brecha digital de género: Una revisión y una propuesta. *Revista Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 12, n^o 2, (pp. 25-53). Universidad de Salamanca. Rescatado de: http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/revistatesi/article/view/8272/8276 [Fecha de consulta: 30/08/2014].
- Glick, Peter., y Fiske, Susan (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: *Differentiating hostile and benevolent sexism*. *Journal of personality and social psychology*, 70, (3), p. 491. [Traducción propia].
- Harding, Sandra (1996). *Ciencia y feminismo*. Madrid: Ediciones Morata. Rescatado de: <http://books.google.es/books?id=4p7XzP7l0ngC&lpg=PP1&vq=ciencia%20y%20feminismo%20harding&dq=ciencia%20y%20feminismo%20harding&hl=es&pg=PP1#v=snippet&q=ciencia%20y%20feminismo%20harding&f=false> [Fecha de consulta: 10/09/2014].
- Haraway, Donna, J. (1991). *Ciencia, Cyborg y mujeres: la reinención de la naturaleza*. Valencia: Cátedra.

- Infante, Vicente (2004). “La masculinidad desde la perspectiva de género”. En Chávez, Julia del Carmen (2004). *Perspectiva de género*. México: Plaza y Valdés.
- Instituto de la Mujer (2008). “Nuevas tecnologías y sociedad de la información”. En Instituto de la Mujer (2008). *Mujeres y nuevas tecnologías de la información y la comunicación* (pp. 16-33). Madrid: Instituto de la Mujer.
- Irigaray, Luce (1985). “Ètigue de la differènce sexuelle”. En Rivera, María Milagros (1998). *Nombrar el mundo en femenino*. Barcelona: Icaria.
- Kvale, Steinar (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Ley Orgánica para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres. Ley 3/2007 de 22 de Marzo (B.O.E., nº 71, de 23 de Marzo de 2007).
- Ley para la promoción de la igualdad de género en Andalucía. Ley 12/2007 de 26 de Noviembre (B.O.J.A. nº 247 de 2007).
- Loscertales, Felicidad (2008). “Mujer, mujeres y medios de comunicación. Interacciones y consecuencias”. En Loscertales, Felicidad y Nuñez, Trinidad (Ed.) *Medios de comunicación con mirada de género*. Instituto Andaluz de la Mujer.
- Martínez, Isabel., Navarro, Raúl., y Yubero, Santiago (2009). Estereotipos de género entre los adolescentes españoles: imagen prototípica de hombres y mujeres e imagen de uno mismo. *Información Psicológica*, (95). Rescatado de: http://ruidera.uclm.es:8080/xmlui/bitstream/handle/10578/1957/fi_1331640284-10.%20informacio%20psicologica.pdf?sequence=1%22 [Fecha de consulta: 10/06/2014].
- Martínez, Inmaculada J., Aguado, Juan Miguel., y Tortajada, Iolanda (2009). “Movilizado@s: mujer y comunicaciones móviles en España”. En Espinar, Eva., *Género y nuevas tecnologías de la información y la comunicación* (pp. 15-35). Alicante: Centro de Estudios de la Mujer. Universidad de Alicante.
- Martínez-Salgado, Carolina (2012). El muestro en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias. *Cièn. Saúde coletiva* [online]. 17(3), (pp. 613-619). Rescatado de: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v17n3/v17n3a06.pdf> [Fecha de consulta: 03/09/2014].
- Mesía, Rubén (2007). *Contexto ético de la investigación social*. Investigación Educativa. Vol. 11, nº 19, (pp. 137-151). Rescatado de: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2007_n19/a11.pdf [Fecha de consulta: 15/06/2014].

- Ministerio de Ciencia e Innovación (2011). *Manual. El género en la investigación*. Madrid: Unidad de Mujeres y Ciencia. Ministerio de Ciencia e Innovación. Rescatado de: http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/El_genero_en_la_investigacion.pdf [Fecha de consulta: 04/09/2014].
- Ministerio de Economía y Competitividad (2014). *Científicas en cifras 2013: estadísticas e indicadores de la (des)igualdad de género en la formación y profesión científica*. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2014). *Datos básicos del Sistema Universitario Español curso 2013-2014*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Montenegro, Sofía (2013). *Coeducación: del ideal del amor romántico a la violencia de género*. Universidad de la Rioja.
- Morales, Elena. M. (2007). *El poder en las relaciones de género*. Centro de Estudios Andaluces.
- Morales, Jose Francisco., Reboloso, Enrique., y Moya, Miguel (1994). “Actitudes”. En Morales, J.F. y otros: *Psicología Social* (pp. 495-524). Madrid: McGraw Hill.
- Moya, Miguel (2003). “El análisis psicosocial del género”. En Morales, J.F., y Huici, C. *Estudios de Psicología Social* (pp. 175-221). Madrid: UNED.
- Moya, Miguel (2004). “Actitudes sexistas y nuevas formas de sexismo”. En Barberá, E., y Martínez, I. *Psicología y Género* (pp. 271-294). Madrid: Pearson.
- Requena, Felix (1989). El concepto de red social. *Reis*, 48/49, (pp. 137-152). Rescatado de: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/249260.pdf> [Fecha de consulta: 10/06/2014].
- Rogers, E.M. (2010). *Diffusion of innovations*. Simon and Schuster. [Traducción propia].
- Ruiz, José Ignacio (2012). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Rodríguez, Mercedes., Vilà, Ruth., y Freixa, Montse (2008). Barreras de género y actitudes hacia las redes sociales en alumnado universitario de las facultades de educación. *Revista de Investigación Educativa*, 2008, vol. 26, núm. 1, págs. 45-72.

- Plant, Sadie (1998). *Ceros + unos*. Barcelona: Destino.
- Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco (2013). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Rescatado de: http://www.euskadi.net/contenidos/noticia/liburua_sexismoa_gazteak_7/es_def/adjuntos/sexismo_gizarte_sareetan_c.pdf [Fecha de consulta: 02/06/2014].
- Taylor, Steve, y Bogdan, Robert (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós. Rescatado de: <http://books.google.es/books?id=EQanW4hLHQgC&pg=PP1&dq=inauthor%3A%22S.%20J.%20Taylor%22&hl=es&pg=PA6#v=onepage&q&f=false> [Fecha de consulta: 02/09/2014].
- Tarrés, María Luisa (2001). *Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: FLACSO.
- Vázquez Recio, Rosa (2014). Investigación, género y ética: una triada necesaria para el cambio. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 15(2), Art. 10. Rescatado de: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/2150/3666> [Fecha de consulta: 02/09/2014].
- Vergés, Nuria., Cruells, Eva., y Hache, Alex (2009). “Retos y potencialidades para las mujeres en la participación del desarrollo de la sociedad de la información”. En Espinar, E. *Género y nuevas tecnologías de la información y la comunicación* (pp. 163-183). Alicante: Centro de Estudios sobre la Mujer. Universidad de Alicante.
- Wajcman, Judy (2006). *El Tecnofeminismo*. Madrid: Cátedra.

ÍNDICE

PRÓLOGO	9
INTRODUCCIÓN	13
1. MARCO TEÓRICO	17
1.1. Divisiones digitales de género en la Sociedad de la Información y la Comunicación	17
1.1.1. Ciberfeminismo y Tecnofeminismo	23
1.2. NTICs, mujeres y redes sociales. Nuevas formas de expresión y comunicación	28
1.3. Nuevas formas de sexismo: entre la benevolencia y la hostilidad hacia las mujeres	38
1.4. Estereotipos de género: reacciones y actitudes por y para las mujeres	44
2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	51
2.1. Objetivos y cuestiones de investigación	51
Objetivo General	51
Objetivos Específicos	51

Sexismo en línea
WhatsApp,
nuevo mecanismo
de reproducción del
sexismo

Cuestiones de Investigación	52
2.2. Tipo de estudio	53
2.3. Estrategias de recogida de información	56
2.3.1. Entrevistas semi estructuradas	56
2.3.2. ¿Una imagen vale más que mil palabras?	60
2.4. El proceso de análisis	61
3. ADENTRÁNDONOS EN EL MUNDO VIRTUAL DE WHATSAPP: LOS HALLAZGOS	65
¿Qué nos aportan las entrevistas?	65
3.1. Ejes diferenciadores de las usuarias de WhatsApp	66
3.2. WhatsApp: entre la instantaneidad, la utilidad y la depen- dencia	67
3.2.1. Opiniones y adversidades sobre la aplicación móvil. .	68
3.2.2. Privacidad frente a Extimidad en WhatsApp. ¿Qué es de quién?	71
3.3. Conversaciones virtuales: el universo paralelo de los grupos de WhatsApp	77
3.3.1. Diversificación de las conversaciones, diversificación de los intereses	78
3.3.2. Las desigualdades de género en los grupos de WhatsApp.	80
3.4. Última hora de conexión del sexismo en WhatsApp	84
3.4.1. Sexismo, dicotomía entre la normalización y la concienciación	84

3.4.1. Motivos de la perpetuación del Sexismo: WhatsApp y otras redes sociales	90
¿Qué nos aportan las imágenes y las fotografías?	93
3.5. (Re)visando lo (Re)enviado: las imágenes transferidas en WhatsApp.	93
3.5.1. Frustración, abnegación y resentimiento ante el humor sexista.	94
3.5.2. Imágenes, chistes y fotomontajes en WhatsApp	98
a) Estereotipos y roles de género.	99
b) Sexo y sexualidad	106
c) Discapacidad y diversidad funcional	115
d) La mujer en el mundo laboral.	119
3.6. Una llamada a la acción. Mejorando lo negativo	122
4. CONCLUSIONES Y REFLEXIÓN FINAL	125
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	131

El presente libro:

Sexismo en línea. WhatsApp, nuevo mecanismo de reproducción del sexismo, de Margarita Ruiz Fernández, se terminó de imprimir durante el mes de febrero de 2016.

