



Ciberviolencias machistas en Instagram: Relación entre la violencia recibida y el contenido compartido

MALE CHAUVINISM CYBER-VIOLENCE: RELATIONSHIP BETWEEN
THE VIOLENCE RECEIVED AND THE CONTENT SHARED

Irene Bajo-Pérez

Universidad de Salamanca


ybajo@usal.es

 0000-0001-6643-933X

Begoña Gutiérrez San Miguel

Universidad de Salamanca

bgs@usal.es

 0000-0003-1254-258X

Resumen

Diferenciando entre dos tipos de perfiles, uno que hace una continua exposición del cuerpo y otro una continua exposición de contenido feminista, se analizan qué tipos de ciberviolencias machistas reciben las mujeres en los comentarios de sus publicaciones de Instagram. Siguiendo la teoría del sexismo ambivalente de Glick y Fiske (1996), los resultados muestran dos formas de ejercer violencia; una ligada a un machismo benevolente y otra a un machismo misógino.

Palabras clave

Ciberviolencias machistas; Instagram; cosificación; discurso antifeminista; empoderamiento

Abstract

Differentiating between two types of profiles, one that continuously exhibit the body and the other a continuous exhibit of feminist content, have been analyzed what types of male chauvinism cyber-violence women receive in the comments of their Instagram posts. Following the ambivalent sexism theory of Glick and Fiske (1996), the results show two ways of exercising violence; one bound to benevolent chauvinism and other bound to misogynistic chauvinism.

Keywords

Male chauvinism cyber-violence; Instagram; objetificación; anti-feminist speech; empowerment

Sumario/ Summary

1. Introducción/ *Introduction*
2. Estado de la cuestión/ *State of the question*
 - 2.1. Instagram como plataforma de empoderamiento femenino/ *Instagram as a female empowerment platform*
3. Propuesta metodológica/ *Methodological proposal*
4. Resultados, análisis y discusión/ *Results, analysis and discussion*
 - 4.1. Análisis de la violencia en el perfil 1/ *Analysis of violence in profile 1*
 - 4.2. Análisis de la violencia en el perfil 2/ *Analysis of violence in profile 2*
5. Conclusiones/ *Conclusions*
6. Referencias/ *References*

1. Introducción

En la actualidad, la sociedad está inmersa en la era de la información y la comunicación. Con la creación de World Wide Web en 1990 se desarrollaron nuevas tecnologías que han modificado la forma en la que las personas interactúan socialmente (Castells, 2001). La utilización constante de estos dispositivos ha creado nuevos paradigmas de relación y comunicación entre iguales, convirtiéndose su uso en una necesidad fundamental (Cobo, 2009).

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación e internet han posibilitado la creación de plataformas de comunicación de masas: las redes sociales (Torres Albero, 2013). Así, se ha generado un nuevo tipo de sociabilidad sustentada en la inmediatez, la digitalización, la voluntariedad y la constante conexión donde cada persona puede construir su propia identidad siendo selectiva con los contenidos que muestra al mundo (Castells, 2009b).

Uno de los logros más importantes de las redes sociales es la creación de nuevas oportunidades para superar algunas desigualdades, entre ellas las existentes entre mujeres y hombres, ampliado las formas comunicativas y de rela-

ción de las primeras y fortaleciendo el debate democrático de las sociedades contemporáneas respecto a este tema (Herrera, 2013). No obstante, debido a la digitalización que la sociedad ha experimentado a lo largo de los últimos años, las redes sociales y todo lo que acontece en el ciberespacio son un fiel reflejo lo que también sucede en la realidad offline. De esta manera, el sistema patriarcal y el machismo se han introducido en los espacios digitales adaptando sus formas de ejercer violencia hacia las mujeres a las nuevas herramientas disponibles, permitiendo que esta desigualdad se siga perpetuando y reproduciendo.

En otro orden de las cosas, Instagram es una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial al contar con más de mil millones de usuarios activos (Comscore y Shareablee, 2019). Por ello, son numerosos los estudios que han profundizado en el funcionamiento, usos y apropiaciones que las personas le dan, existiendo una predominancia por la imagen (Bard y Magallanes, 2021), lo que ofrece la posibilidad de elaborar análisis sociales y culturales con el contenido que allí se expone (Manovich, 2017). Esta plataforma ofrece la oportunidad a las usuarias y los usuarios de expresarse a través del contenido fotográfico y videográfico. Además, para algunas mujeres también ha sido una herramienta determinante para empoderarse (Muñoz Santamaría, 2010).

En este sentido se destacan dos perfiles en Instagram que, si bien poseen características diferentes, tienen el mismo fin: El primer perfil corresponde a cuentas donde las mujeres se empoderan a través de la exposición de su cuerpo (Baumgardner y Richards, 2004) y el segundo, a través de la lucha feminista (de Miguel, 2008). No obstante, este hecho en ningún caso impide que sufran violencia machista por la misma vía, sino todo lo contrario, ya que podrían ejercerse como reacción a la búsqueda y consecución del poder, la independencia y libertad de las mujeres.

Por este motivo, el objetivo principal de esta investigación es identificar los tipos de ciberviolencia machista que reciben las mujeres en Instagram que, a través de la exposición de su contenido, experimentan un empoderamiento. Para ello, se han establecido dos objetivos más específicos: por un lado, estudiar cuáles son los argumentos narrativos más utilizados por los hombres para ejercer violencia machista contra las mujeres en Instagram, y por otro, analizar si estos se ven influenciados por el tipo de contenido que exponen las mujeres, realizando una comparación entre los dos perfiles seleccionados: el de aquellas mujeres que comparten contenido donde exponen aspecto físico y el de aquellas que comparten contenido feminista.

2. Estado de la cuestión

La violencia contra las mujeres supone una violación de los Derechos Humanos, siendo una realidad en todas las culturas y adquiriendo manifestaciones diferentes según la sociedad y su contexto (Varela, 2005).

A nivel nacional, la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género reduce este tipo de violencia al contexto de la pareja o expareja. Sin embargo, en La Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer aprobada por Naciones Unidas en 1993, se aborda el concepto de violencia contra la mujer de la siguiente forma:

Todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada.

Así, este último se caracteriza principalmente por su amplitud, puesto que entiende la violencia de género y la violencia contra la mujer como sinónimos, esto es, que no se circunscribe a un ámbito determinado donde pueda producirse, sino que reconoce esta violencia como toda aquella que se ejerce sobre las mujeres por el único hecho de serlo (Yugueros, 2014).

El origen de esta violencia se encuentra en el sistema patriarcal instaurado en la sociedad a través del cual las mujeres están en una posición de desventaja social, política y económica respecto a los hombres (Lerner, 1986). El término fue acuñado por el feminismo radical tras buscar una explicación a las estructuras de dominación a las que estaban sometidas las mujeres (de Miguel, 2008), no obstante, su origen se remonta al estado arcaico (Lerner, 1986).

Este sistema es un modo de organización social donde la dominación masculina es la base de las relaciones de poder asimétricas y jerárquicas (de Alencar-Rodrigues y Cantera, 2012). De esta manera, basándose en el sistema sexo-género, presenta formas de opresión propias relacionadas con la desigualdad en el ámbito público y, muy especialmente, en el ámbito privado, ya que su organización básica es la familia, a través de la cual se atribuye en función de su sexo a cada integrante de la unidad funciones y conductas que están legitimadas por los valores y papeles sociales (Amorós y de Miguel, 2005; Lerner, 1986).

Debido a la sociedad red en la que actualmente el mundo está sumergido (Castells, 2001), la realidad offline y la online están interconectadas, mezclándose entre sí y formando un conjunto. Por esta razón, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en general e internet y las redes sociales en

particular, han propiciado que las fronteras entre las dos realidades sean difusas e incluso, en algunas ocasiones, inexistentes (Blanco Ruíz, 2014). Así, las estructuras, los sistemas y actividades que tenían lugar en la realidad offline han sido trasladadas también a la realidad online.

En este contexto, el sistema patriarcal no ha escapado de esta digitalización, adecuando sus estructuras asimétricas y su manera de ejecutar la violencia contra las mujeres a las nuevas herramientas disponibles (Flores y Browne, 2017). No obstante, las violencias que tienen lugar en el ciberespacio se asemejan bastante y tienen las mismas pretensiones que las que suceden en la realidad offline, pese a desarrollarse con otros procedimientos distintos y siendo en ocasiones mucho más eficaces debido a su doble sentido: “por un lado, por su capacidad de controlar, y por otro, por sus posibilidades de camuflarse y diluirse como parte de un ambiente de «normalidad»” (Lorente, 2018, p.8).

En este ambiente de normalidad hay bastantes violencias que quedan justificadas por las creencias machistas existentes en la sociedad. De esta manera, se legitiman ataques a mujeres que son ejecutados bajo el mandado del orden social y, por tanto, patriarcal (Donoso-Vázquez, 2018). Esta misma autora enumera diferentes ejes a través de los cuales se ejerce la violencia machista online. Entre ellos, los más destacados son los siguientes:

Por un lado, los ataques a mujeres cuando no cumplen con las expectativas impuestas de cómo una mujer debe contemplar su sexualidad. De esta manera, reciben violencia cuando muestran en redes que lo hacen de forma libre, ya que el constructo patriarcal determina que estas deben ser objetos de deseo para los hombres, no sujetos con deseo.

Por otro lado, en el contexto del ciberespacio se utiliza frecuentemente el cuerpo de las mujeres para ejercer violencia contra ellas. Estos ataques son producto de la cosificación que se hace hacia su aspecto físico y están estrechamente ligados a los cánones de belleza impuestos socialmente. En estos términos, o bien se acosa e insulta a las mujeres por no poseer un aspecto normativo, o bien se las hipersexualiza y se las muestra como un objeto sexual.

Los ataques machistas destinados a establecer y recordar a las mujeres cuáles son los roles de género también tienen una gran prevalencia en el espacio virtual. Así, se emiten insultos e imposiciones vinculadas a cómo las mujeres deben comportarse en la sociedad, siendo el ámbito doméstico el lugar predilecto para que desarrollen sus tareas y poder seguir manteniendo el orden social.

Por último, también cita los ataques a las mujeres feministas, ya que se emite violencia indiscriminada hacia ellas cuando estas hacen activismo a través de las redes sociales. La motivación principal es reprender a todas aquellas que luchan contra la asimetría entre mujeres y hombres y despreciar y minusvalorar todos los logros a favor de la igualdad que han ido consiguiendo.

2.1. Instagram como plataforma de empoderamiento femenino

Instagram es una de las redes sociales virtuales más usadas en España (IAB Spain, 2019). Fue creada en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger con la intención de compartir, a través de fotografías, aspectos personales de la vida de usuarias y usuarios. Así, buscando la representación de lo inmediato, querían incentivar la creación, edición y publicación de las fotografías en un espacio propio utilizando como herramienta principal los smartphones (Casado-Riera y Carbonell, 2018; Prades y Carbonell, 2016; Villarreal, 2019).

El crecimiento exponencial de Instagram ha residido en tres características concretas: Por un lado, la inmediatez para compartir el momento. Por otro, la utilización de la imagen y lo visual como forma de darse a conocer, permitiendo la construcción de una identidad digital basada en lo exterior. Y por último, el hecho de que esta presentación personal pueda ser manipulada y editada a través de los filtros disponibles (Casale Gómez, 2017; De-Casas-Moreno et al., 2018; Prades y Carbonell, 2016). Así, esta plataforma ha creado una nueva forma de comunicación y expresión sustentada en la imagen.

Instagram, así como otras muchas redes sociales, ha convertido a sus usuarios y usuarias en prosumers, esto es, ser a la vez productores y consumidores de contenido, ofreciendo un abanico de posibilidades para su empoderamiento y para que desarrollen su compromiso individual y/o colectivo (Castells, 2009a).

En este contexto, las mujeres han encontrado en Instagram una herramienta muy importante para empoderarse a través de la producción de contenido. Entre los diversos tipos de contenido que se comparten para este fin, destacan dos: La exposición del cuerpo y la exposición de contenido feminista.

Respecto a las primeras, determinadas perspectivas teóricas indican que la exposición del aspecto físico en Instagram por parte de mujeres, que además por lo general poseen un cuerpo normativo, es una forma de empoderamiento. Se entiende que la sexualización que hacen de sus cuerpos es una forma de asumir el control que tienen sobre estos, sintiéndose libres y con el poder de experimentar y mostrar lo que consideran oportuno (Baumgardner y Richards, 2004).

En cuanto a las segundas, la llegada de la cuarta ola del feminismo, caracterizada por el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Varela, 2019), ha permitido que la denuncia contra la desigualdad entre mujeres y hombres y el activismo para conseguir los derechos de las primeras se vuelva viral. Así, las redes sociales en general e Instagram en particular han aportado al movimiento un espacio que facilita la difusión y comprensión de sus intereses, permitiendo que tenga una mayor repercusión y alcance (Chávez et al., 2022).

Sin embargo, este empoderamiento no impide en ningún caso que se ejecuten violencias machistas contra estas mujeres, sufriendolas en ocasiones precisamente como reacción a esta condición (Rivas Venegas, 2021; Sáez et al., 2012).

3. Propuesta metodológica

La metodología planteada en este trabajo es de corte cualitativo, ya que se caracteriza por utilizar herramientas de trabajo de corte discursivo. Según Rodríguez et al. (1996), con la técnica cualitativa se observa la realidad a partir de estrategias que permiten la interpretación de los hechos, significados y funciones de las actuaciones humanas, analizando y sacando unas conclusiones que permitan entender mejor el fenómeno estudiado.

Así, para la recogida de datos se llevó a cabo el análisis de publicaciones de diferentes perfiles de Instagram titularizadas por mujeres residentes en España. Se escogieron 12 cuentas, y de cada una de estas se seleccionaron las últimas 5 publicaciones compartidas, de tal manera que se analizaron un total de 60 publicaciones.

En cada una de las publicaciones, se tuvieron en cuenta los siguientes ítems:

Tabla 1.

Ítems

Ítem	Descripción
Ítem 1	Fecha de publicación
Ítem 2	Contenido de la publicación
Ítem 3	N.º de me gusta en la publicación
Ítem 4	N.º de comentarios en la publicación
Ítem 5	Comentarios de la publicación

Fuente: Elaboración propia.

Las fechas en las que se recabó esta información oscila entre el 1 de septiembre de 2021 y el 17 de septiembre de 2021. En cuanto a las fechas de las publicaciones analizadas, la más antigua corresponde al 29 de noviembre de 2020, y la más reciente al 16 de septiembre de 2021. Asimismo, el número de comentarios analizados asciende a 8805.

La selección de la muestra responde a variables de análisis como el lugar de residencia de las mujeres, la modalidad de la cuenta de Instagram, esto es, si es pública o privada, el número de seguidores/as y el tipo de contenido compartido de forma frecuente en estas. El requisito principal, por motivos logísticos, era que las cuentas fueran públicas para poder acceder a las publicaciones realizadas en las mismas.

Atendiendo al número de seguidores/as de las cuentas de Instagram, se establecieron 6 grupos diferentes, pudiéndose observar en la siguiente tabla cuál es la distribución.

Tabla 2.

Distribución por número de seguidores y seguidoras

Grupo	N.º de seguidores/as
Grupo 1	Menos de 1000
Grupo 2	De 1001 a 5000
Grupo 3	De 5001 a 50000
Grupo 4	De 50001 a 100000
Grupo 5	De 100001 a 1000000
Grupo 6	Más de 1000000

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, atendiendo al tipo de contenido principal que comparten en las publicaciones de Instagram, se estudiaron cuentas con dos perfiles concretos, uno cuyo contenido principal es la exposición del cuerpo (perfil 1) y otro contenido principal es la exposición de contenido feminista (perfil 2).

La motivación para escoger estos dos perfiles se encuentra en que, aunque de diferente manera, las mujeres que comparten este tipo de contenido en sus cuentas están experimentando un empoderamiento. Por tanto, resulta de interés saber si precisamente la diferencias entre el modo de hacerlo condiciona las violencias que sufren en los comentarios surgidos de este contenido.

Las cuentas que pertenecen al perfil 1 se caracterizan por compartir contenido en el que se muestra su aspecto físico. A través de las fotos que aparecen en sus posts, las mujeres a las que pertenecen las cuentas posan enseñando su rostro, su cuerpo (o parte de este) o ambas cosas. Hay un equilibrio entre la cantidad de fotos que están hechas por ellas mismas y las que están hechas por otras personas. En cuanto a las prendas que llevan, generalmente la ropa interior

o el bikini son las predominantes. En lo que a localización se refiere, las fotos están realizadas mayoritariamente en piscinas, playas o diferentes espacios de las casas de las mujeres, sobre todo en habitaciones o baños frente al espejo. Por último, en la descripción de la foto no suelen poner textos muy complejos, sino iconos y en algunos casos, aunque pocos, reflexiones propias o realizadas por otras personas.

En cuanto a las cuentas pertenecientes al perfil 2, estas se caracterizan por compartir contenido feminista. Las fotos que se encuentran en este contexto son diversas: algunas denuncian realidades de situaciones propiciadas por la desigualdad entre mujeres y hombres; otras exponen imágenes de los logros conseguidos y las movilizaciones del movimiento feminista, como las manifestaciones del 8 de marzo; y otras, a través de dibujos y viñetas explican diversos aspectos feministas y denuncian situaciones patriarcales y machistas. En este sentido se apuesta por lo colectivo, y cuando aparecen fotos en los que salen mujeres solas, estas son o bien para mostrarse en un momento determinado realizando activismo, o bien para reivindicar o denunciar cuestiones relacionadas expresamente con la mujer que aparece en la foto. En referencia a la descripción, en todas las publicaciones se hace activismo acorde a la fotografía compartida, exponiendo información importante sobre asuntos englobados en la agenda feminista y reflexiones propias o hechas por terceras personas.

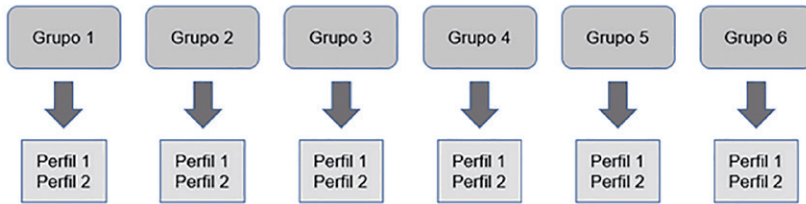
Así, se escogieron cuentas que tuvieran perfiles puros, es decir, que la totalidad del contenido compartido fuera, o bien la exposición de su aspecto físico, o bien la exposición de contenido feminista. Esta decisión se tomó con la pretensión de evitar que se difuminaran las barreras entre ambos perfiles, no existiendo, por tanto, similitudes entre estos para con el contenido compartido. Se seleccionaron, por tanto, 6 cuentas pertenecientes al perfil 1 y otras 6 cuentas pertenecientes al perfil 2, cada una de ellas perteneciente a un grupo concreto.

La selección de la muestra se hizo de la siguiente manera: a través de la función de la lupa en Instagram¹ se seleccionaron las dos primeras cuentas: una correspondiente al perfil 1 y otra al perfil 2. Posteriormente, el resto de las cuentas se seleccionaron de forma aleatoria con la función que Instagram ofrece sobre la recomendación de cuentas similares² a la que se está visualizando en ese momento.

Así, escogiendo la primera cuenta recomendada, se verificaban diversas variables, la primera es que la mujer a la que pertenecía la cuenta residiera en España, por otro lado, que fuera un perfil puro, y por último, que el rango de número

1. La lupa de Instagram sirve para encontrar fotos y videos que posiblemente sean del gusto de quien posee la cuenta y de temas elegidos por la plataforma que puedan agradar a la comunidad de la red social.

2. La similitud que Instagram establece está vinculada al contenido compartido. Es decir, determina como similares a cuentas que exponen el mismo tipo de contenido.

Gráfico 1.*Distribución de grupos de análisis**Fuente:* Elaboración propia.

de seguidores y seguidoras no coincidiera con el de las cuentas ya seleccionadas. En el caso de cumplir los tres requisitos, se seleccionaba la cuenta, y en el caso de que no, se rechazaba y se escogía la segunda cuenta recomendada de la última cuenta seleccionada. El proceso acabó cuando se obtuvieron todas las cuentas necesarias para formar los grupos preestablecidos.

En lo que a la descripción de la muestra se refiere, cada una de las cuentas, como ya se ha explicado, pertenece a un grupo diferente en función del número de seguidores y seguidoras. En la siguiente tabla se describen las características de cada una de ellas (tab. 3).

En primer lugar, se puede apreciar que el número de seguidores y seguidoras de las diferentes cuentas oscila entre 579 (mujer 1) y 2060593 (mujer 11).

Referente a los grupos, se observa que las mujeres 1 y 2 pertenecen al grupo 1; las 3 y 4, al grupo 2; las mujeres 5 y 6, al grupo 3; al grupo 4 corresponden las mujeres 7 y 8; las 9 y 10 al grupo 5 y, al grupo 6, las mujeres 11 y 12.

Por último, aludiendo al perfil de cada una de ellas, todos los grupos se conforman con la suma de cada uno de los perfiles propuestos. De esta manera, el perfil 1 corresponde a las mujeres 1, 3, 5, 7, 9 y 11. Aquellas que comparten de forma frecuente contenido feminista, es decir, las mujeres con el perfil 2, son las mujeres 2, 4, 6, 8, 10 y 12.

Para el análisis de los datos recogidos se ha realizado el análisis de discurso, donde se han seleccionado aquellos comentarios que han sido emitidos por hombres y en los que, por diferentes razones, se ejecuta violencia contra mujeres. En la siguiente tabla se exponen todos aquellos comentarios que han sido interpretados como violencia machista.

Tabla 3.*Descripción de las cuentas de Instagram*

Nombre	Grupo	N.º de seguidores/as	Perfil
Mujer 1	Grupo 1	579	1
Mujer 2	Grupo 1	803	2
Mujer 3	Grupo 2	3511	1
Mujer 4	Grupo 2	4070	2
Mujer 5	Grupo 3	22000	1
Mujer 6	Grupo 3	9919	2
Mujer 7	Grupo 4	74077	1
Mujer 8	Grupo 4	43092	2
Mujer 9	Grupo 5	125827	1
Mujer 10	Grupo 5	254048	2
Mujer 11	Grupo 6	2060593	1
Mujer 12	Grupo 6	1000051	2

Fuente: Elaboración propia**Tabla 4.***Comentarios en los que se ejerce violencia machista*

Comentarios en los que se hace alusión al cuerpo de la mujer
Comentarios en los que se considera que la mujer es propiedad del hombre
Comentarios en los que se muestra deseo sexual hacia la mujer
Comentarios en los que se la incita a desempeñar tareas que históricamente han sido ejecutadas por mujeres
Comentarios en los que se la incita a experimentar sentimientos o comportarse de formas que históricamente han estado ligadas a las mujeres
Comentarios en los que se niega la existencia de la violencia sistemática contra las mujeres
Comentarios en los que se justifica la violencia sistemática contra las mujeres
Comentarios en los que se acusa a las mujeres de haber sido las culpables de recibir violencia machista
Comentarios en los que se trata de forma peyorativa o se menosprecia el movimiento feminista y su papel en la historia
Comentarios despectivos e insultos
Comentarios en los que se nombra algún aspecto de la vida personal de la mujer sin ningún pretexto

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la sistematización de los datos, se ha utilizado el software Atlas. Ti, de forma que en cada documento se pudieron destacar fragmentos de interés con la codificación de diferentes fuentes de datos por medio de citas, pudiendo coexistir diversas en cada documento que posteriormente fueron etiquetadas con la ayuda de códigos; utilizando la visualización inversa del segmento de datos.

Y para su examinación se ha empleado el análisis del discurso, que se caracteriza por ser una técnica de investigación cualitativa e inductiva que estudia los mecanismos que operan en la construcción de la realidad a través de un proceso lingüístico, que interpreta cada una de las variables dentro de un contexto narrativo (Vicente, 2006).

Así, se ha realizado el análisis del discurso con base empírica exploratoria ligada a concepciones simbólicas no aisladas dado que conllevaban mensajes con significados múltiples dirigidos a una misma receptora y datos que no tenían por qué ser necesariamente coincidentes, como herramienta de trabajo. El objetivo final no fue otro que el de identificar los códigos utilizados por los constructores de los comentarios y los contenidos utilizados, para expresar y demostrar los contenidos latentes que puedan condicionar la narración implícitamente. Las variables para contemplar fueron la identificación del objeto de análisis y la determinación del sistema de codificación, con dos codificadores como mínimo que representen de forma independiente un conjunto amplio de componentes de exploración, con la finalidad de dar una fiabilidad a los resultados. De esta forma, se han ido generando categorías de forma interpretativa, inductiva y reflexiva hasta llegar al establecimiento de los temas principales de la investigación.

4. Resultados, análisis y discusión

Tras el análisis en profundidad de los comentarios y habiendo seleccionado aquellos en los que se ejerce algún tipo de ciberviolencia hacia las mujeres, se pueden distinguir dos tipos de violencias: las ligadas a un machismo benevolente y las ligadas a un machismo misógino.

Violencias ligadas a un machismo benevolente: Este tipo de violencias son ejecutadas por hombres que no consideran que estén ejerciendo violencia hacia las mujeres, sino que, a través de los roles tradicionales donde estas son sujetos de deseo, ellos emiten su opinión y sus pensamientos sexuales al respecto, aunque no sean demandados, entendiendo que están haciendo un cumplido al valorar positivamente su aspecto. Se consideran una forma de mostrar afecto e interés hacia las mujeres, y se caracterizan por ser sutiles y por estar normalizados en muchas ocasiones, ya que gozan de una gran aceptación social devenida

de la creencia patriarcal de que a estas les gusta gustar y recibir halagos y piropos. Los tipos de comentarios que se hallan dentro de este tipo de violencias son piropos; comentarios sexuales; comentarios que reproducen los roles y estereotipos de género; e iconos cuyo significado es amoroso y/o sexual.

Violencias ligadas a un machismo misógino: Corresponden a comentarios en los que se muestra un rechazo hacia las mujeres, por el hecho de serlo, y hacia todas las medidas implementadas para eliminar la desigualdad existente entre hombres y mujeres. Los hombres que ejecutan este tipo de violencias son conscientes de que sus comentarios son ofensivos para la mujer o grupo de mujeres al que van destinados. Los tipos de comentarios que se hallan dentro de este tipo de violencias son comentarios que niegan la violencia contra las mujeres; comentarios contra el feminismo; justificación y blanqueamiento de la violencia; culpabilización de las mujeres por sufrir violencia; insultos; opiniones ofensivas sobre su aspecto físico; ataques a su vida personal; e iconos cuyo significado es despectivo.

Gráfico 2.

Tipos de violencias machistas ejercidas en los comentarios de las publicaciones de Instagram



Fuente: Elaboración propia.

En este contexto se reconoce la teoría del sexismo ambivalente de Glick y Fiske (1996) por la cual se diferencian dos formas de sexismo y, por tanto, dos formas de violencia machista. Esta se sustenta en elementos efectivos antagónicos, dando lugar al sexismo benevolente y al sexismo hostil.

El sexismo benevolente se basa en los roles y estereotipos de género e idealiza a las mujeres como parte de estos, es decir, como esposas y madres. El sexismo hostil, por su parte, legitima la asimetría entre hombres y mujeres y ayuda a que siga reproduciéndose el control social de los primeros hacia las segundas. De esta manera, se puede afirmar que “en el sexismo hostil a las mujeres se les atribuyen características por las que son criticadas; en el sexismo benevolente, características por las que son valoradas, especialmente vinculadas a su capacidad reproductiva y maternal” (Lameiras, 2004, p.94).

Si se tiene en cuenta el tipo de violencia recibida en cada uno de los perfiles analizados, se observa que en las cuentas con el perfil 1, el 96% de los comentarios violentos que las mujeres reciben están ligados al machismo benevolente, frente a tan solo un 4% que lo están al machismo misógino. Por el contrario, en las cuentas correspondientes al perfil 2, el 100% de los comentarios a través de los que se ejerce violencia están vinculados a un machismo misógino.

Tabla 5.

Porcentaje de tipos de violencia que reciben los diferentes los perfiles

Perfiles	Violencias ligadas a un machismo benevolente	Violencias ligadas a un machismo misógino
Perfil 1	96%	4%
Perfil 2	0%	100%

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, y atendiendo a la diferenciación realizada por Glick y Fiske (1996), las violencias ligadas al machismo benevolente están presentes en aquellas mujeres que exponen sus cuerpos, normalmente normativos, en Instagram. Motivo por el cual, por lo general, son colocadas en un pedestal e idealizadas como futuras parejas sexo-afectivas, con todos los roles y estereotipos que ello conlleva (Lameiras, 2004).

En cuanto a la presencia de las violencias ligadas a un machismo misógino, están presentes en los dos perfiles analizados, aunque es destacable la asimetría porcentual entre uno y otro. De este modo, en los dos perfiles se atribuyen a las mujeres características antagónicas a aquellas que ayudan a contribuir con el orden social: En el caso del perfil 1, se entiende que la revelación contra el

sistema proviene del hecho de que puedan mostrar y vivir su sexualidad de forma libre (Baumgardner y Richards, 2004); y en el caso del perfil 2, de la lucha contra la desigualdad entre mujeres y hombres (Varela, 2005, 2019).

Se puede afirmar, por tanto, que sí existe una relación entre el contenido compartido y el tipo de violencia recibido.

4.1. Análisis de la violencia en el perfil 1

Las mujeres que tienen cuentas que pertenecen al perfil 1, esto es, mujeres que comparten contenido el que se muestra su aspecto corporal, reciben un porcentaje muy alto de violencias ligadas a un machismo benevolente, un 96% concretamente. El 4% restante, como ya se ha expuesto, son violencias ligadas a un machismo misógino.

Respecto a las violencias ligadas al machismo benevolente, los hombres las emiten como forma de mostrar aprobación sobre el aspecto que están visualizando, sexualizando así a las mujeres y tratándolas como objetos de deseo. La base de esta idea se remonta a la ilustración, donde se construyó la identidad de los hombres en torno a la razón y la política, en cambio la de las mujeres está vinculada a la sexualidad y el ámbito privado (Amorós, 1990).

En este contexto, los emoticonos son una herramienta recurrente hacerlo. Por un lado, a través de iconos que muestran su agrado por lo que están viendo "👍", "👏"; por otro, con iconos cuyo significado es sexual, incidiendo en lo ardiente que es la mujer a través del fuego "🔥", o utilizando algunos más explícitos en los que se hace referencia al sexo oral y la eyacuación "🍆", "👉", yendo estos dos últimos, por lo general, juntos en los comentarios; por último, con iconos con los que expresan su amor o su encantamiento por las mujeres y sus cuerpos "❤️", "😍".

Los piropos son otra de las formas que adopta la violencia machista benevolente en este perfil, utilizando en la gran mayoría de ocasiones tan solo un adjetivo como "guapa", "preciosa", "bombón", "linda", "pibón", "diosa" o "hermosa", o sus superlativos "guapísima", "preciosísima", "hermosísima" y "bellísima". Estos, por lo general, están acompañados de los iconos anteriormente descritos. Asimismo, también hay frases más elaboradas cuya línea argumental se basa en hacer alusión al aspecto físico de la mujer: "mami, qué preciosa, me encantas", "olé ese cuerpazo", "ufff, qué curvas", "qué buena estás", "madre mía, cuánta perfección, por favor", "sencillamente espectacular de guapa".

En esta línea, los comentarios sexuales también adquieren una importancia relevante, de tal forma que algunos aluden a su atractivo sexual: "qué sexy y guapa que estás", "ya eras sexy y guapa, pero con gafas y en blanco y negro te con-

viertes en hermosa, seductora, mágica y puro fuego”, “impresionante, atractiva, guapa y muy sexy”; otros focalizan su discurso en sexualizar partes del cuerpo de las mujeres: “qué tetas”, “¿por qué no le tomas fotos a tus tetas y vagina?”, “enseñanos el orto, te lo pido por dios”, “muéstrame las tetas”; y en otros se ponen de manifiesto las prácticas sexuales que les gustaría llevar a cabo con las mujeres a las que pertenece la cuenta: “me gustaría comerte”, “te haría maravillas”, “ese culo natural, no plástico, para comérselo”, “así como estás, te corro la tanga y te doy flor de culiada por el bello orto que tienes”.

Por último, en cuanto a este tipo de violencia se refiere, las mujeres también tienen que enfrentarse a comentarios en los que se reproducen los estereotipos de género existentes, a través de los cuales se mantiene una relación de dominación y subordinación de hombres a mujeres, resaltando y premiando características presupuestas y de obligado cumplimiento social de las segundas a razón de su sexo: “sonrisa preciosa y femenina”, “viva la elegancia y la sencillez”, “en plena forma femenina”. Esta asimetría, por tanto, es el resultado de una diferenciación en la que se establece que las mujeres deben ser femeninas, débiles, sensibles, cariñosas, pacientes y complacientes, y los hombres, por el contrario, masculinos, fuertes, objetivos, racionales e impulsivos. (Briñón García, 2007; Monreal et al., 2019).

Se observa, por tanto, que las violencias ligadas a un machismo benevolente están destinadas a objetivar y sexualizar a las mujeres (Fredrickson y Roberts, 1997), mostrando conformidad con sus cuerpos y su forma de exponerse en Instagram. En este contexto, es necesario aclarar que en la totalidad de las cuentas analizadas en el perfil 1, las mujeres tenían cuerpos normativos, lo que repercute en que la opinión que los hombres tienen y emiten hacia los cuerpos de las mujeres sean, por lo general, positivas. La razón principal se encuentra en que la mayoría de quienes poseen este tipo de perfiles son mujeres que tienen un cuerpo ajustado al canon de belleza impuesto socialmente.

Precisamente las violencias ligadas al machismo benevolente se alimentan de la exposición que las mujeres hacen de sus cuerpos. Ante esta situación se plantea una cuestión: ¿actúan las mujeres en libertad cuando deciden exponerlo?

Algunos estudios defienden que las mujeres son plenamente conscientes del uso que hacen de su cuerpo, ya que experimentan su empoderamiento ejerciendo un control sobre él (Baumgardner y Richards, 2004). Sin embargo, la mayoría de las investigaciones y las teóricas feministas coinciden en que la exposición del cuerpo por parte de las mujeres es una forma de control hacia estas al formar parte de la estructura patriarcal donde son solo valoradas por su aspecto (de Miguel, 2015; Sáez et al., 2012; Varela, 2016). Así, se cataloga el empoderamiento que ellas sienten como un falso empoderamiento, ya que contribuyen a que se

sigan perpetrando diversos elementos cuyo principal objetivo es satisfacer un ideal femenino absolutamente machista (Lerum y Dworkin, 2009).

De esta manera, la objetivación a la que están sometidas las mujeres provoca en ocasiones que ellas tengan la necesidad de gustar y aumentar su autoestima a través de comentarios en los que se emiten valoraciones positivas hacia ellas. Así, esta exposición que las mujeres hacen sobre sus cuerpos, según Varela “se sostiene sobre discursos que presentan las prácticas socializadoras desiguales como producto de una supuesta libre elección” (2016, p.64).

En cuanto a las violencias ligadas al machismo misógino, las mujeres pertenecientes a este perfil han tenido que hacer frente a comentarios en los que se les compara con otras mujeres de forma malintencionada intentando humillarlas, como por ejemplo: “eres más fea que tu hermana” o “no puedes ser como las demás... siempre tienes que destacar, pero para mal”. Esta forma de ejercer violencia se sustenta en la idea de que no hay peor enemigo para una mujer que otra mujer, intentando que aflore la rivalidad y la competencia entre las mismas. Sin embargo, este discurso cada vez va perdiendo más fuerza debido al auge del feminismo en los últimos años y de la sororidad entre las propias mujeres, que buscan a través de la unión desatar las cadenas de opresión que históricamente han arrastrado (Lagarde, 2009).

Los insultos denigrantes también forman parte de este tipo de violencias, en los que se pueden encontrar comentarios como “puta”, “eres una zorra”, “vete a un reality a comerte una buena polla” y en los que, incluso, se ejerce violencia también contra su familia: “tú y tu hermana ya comisteis polla para trabajar en la tele, pero tú con menos caché”.

Finalmente, también son destacables las opiniones negativas sobre el aspecto de las mujeres que aparecen en las publicaciones, siendo la totalidad de este tipo de comentarios, ataques por no mostrarse “naturales”: “sí, muy guapa pero artificial, eso se ve de largo”, “con los Photoshop que te pones, de verdad que pareces de dibujos animados”, “ponte un poco más de filtro anda, directa al museo de cera”; y por haberse hecho, según ellos, retoques estéticos: “operada hasta arriba, niña”, “tetas, nariz, pómulos, labios... y solo tienes 20 años. Habrá que verte con 40”. Estos comentarios están anclados en la creencia de que las mujeres, siguiendo los estereotipos impuestos, deben estar en buena forma y tener un aspecto bonito desde la sencillez, sin que sus rasgos resulten demasiado ostentosos. En este contexto, la pretensión principal de la emisión de este tipo de violencias es mostrarse en desacuerdo con el hecho de que compartan contenido sexual, ya que en el imaginario social, las mujeres no deben ser seres sexuales.

En este sentido, se observa la existencia de una dualidad de opiniones en este perfil entre aquellos que utilizan la exposición del cuerpo de las mujeres

para alabar tal hecho, y aquellos que lo hacen para reprochar su actitud. No obstante, la asimetría de porcentajes deja claro que las reacciones más frecuentes están vinculadas a mostrar su opinión positiva a aquellas mujeres que cumplen con los roles y estereotipos establecidos a través de la cosificación e hipersexualización, donde ellas son utilizadas como artículos de los que sus seguidores pueden disponer, aunque sea de manera virtual (Fredrickson y Roberts, 1997; Urdangarín, 2015).

4.2. Análisis de la violencia en el perfil 2

El 100% de las violencias que reciben las mujeres que pertenecen al perfil 2, esto es, mujeres que comparten con frecuencia contenido feminista, están ligadas a un machismo misógino debido a que los hombres que la ejercen consideran que sus acciones no contribuyen a la reproducción de la desigualdad en la que se sustenta el sistema patriarcal (Glick y Fiske, 1996). Y es que, a la vez que se ha incrementado la importancia de las redes sociales en general y de Instagram en particular para dar visibilidad y crear espacios de defensa del movimiento feminista, también lo ha hecho la creación de los discursos reaccionarios antifeministas que, apoyándose en estas plataformas, han construido un discurso apelando a la posverdad (Bonet-Martí, 2020; Tortajada y Vera, 2021).

Para la ejecución de esta violencia se utilizan iconos con los que se pretende mostrar rechazo a las mujeres y al contenido que comparten. De esta manera, se emplean iconos cuyo significado en este contexto es que el contenido compartido es vomitivo: 🤢 y 🤮; que el contenido es una mierda: 💩; o que la mujer es una payasa o el contenido que está mostrando, una payasada: 🤡.

Los insultos también están muy presentes entre los comentarios de este perfil. Estos se caracterizan por contener una carga importante de violencia y ser muy directos, cuyo único fin es increpar a las mujeres y mostrar su rechazo ante las mismas y lo que defienden: "payasa", "personaje", "petarda", "das mucha pena, chupapijas", "eres una basura humana". Además, con ellos también se pretende callar a las mujeres: "calla perra", o invalidar su opinión dando a entender que no saben lo que dicen, ya sea porque tienen algún problema mental: "menuda enferma", "hija de la gran puta, trastornada mental de mierda"; porque ignoran el tema del que están hablando: "madre mía, cuánta ignorancia", "tremenda idiota", "eres tonta a todas horas", "eres una bocachancla. Infórmate antes de hablar", "qué pena se le dé voz a gente como tú, que no sabes ni de lo que hablas"; o porque consideran que solo quieren llamar la atención: "siempre queriendo llamar la atención, desde pequeña siempre has sido así, eres una frustrada", "qué patética

eres, en serio. Qué triste, lo que se hace por llamar la atención". Estos insultos se emiten, por lo general, acompañados de los iconos anteriormente expuestos.

Por otro lado, a través de los insultos también se muestran pensamientos y clichés pertenecientes al imaginario social de las personas que atacan a estas mujeres por el contenido feminista que comparten. En este caso, se hace contra su higiene personal: "tienes que oler que no veas", "ese jersey debe apestar", "huele a sobaco desde aquí", "¿cómo das tanto asco?", "qué grima das". La cibermisoginia es la virtualización del discurso del odio y los insultos hacia las mujeres por el hecho de serlo. Este tipo de violencia se basa en la emisión de adjetivos ofensivos hacia estas, fomentando así la reproducción de prejuicios (Estébanez Castaño, 2010).

En este contexto, los comentarios contra el feminismo y las mujeres feministas son emitidos con bastante asiduidad. Las acusaciones de ser chiringuitos y recibir por ello dinero de fondos públicos, las acusaciones de exagerar y la preocupación por la situación de las mujeres a nivel internacional, son las tres líneas argumentales de este tipo de violencia.

La primera de ellas corresponde a comentarios en los que se acusa al feminismo de ser un chiringuito: "chiringuito", "vete a la mierda tú y tus chiringuitos", mostrando su deseo de que estos desaparezcan: "tenías que desaparecer tú y toda la mierda de chiringuito", "pronto se cerrará vuestro quiosco".

En cuanto a los comentarios en los que se las culpa de exagerar, destacan aquellos en los que se trata la lucha feminista como una lucha innecesaria: "feminismo es basura", "tu lucha es así de ridícula. Sois pura pantomima"; y aquellos que las acusan de incentivar el odio entre mujeres y hombres: "qué manera de azucar el árbol del odio. Cómo te gusta generar rabia y resquemor entre hombres y mujeres", "el discursito de odio hacia los hombres da un poquito de asco y de pena, la verdad", entendiendo el feminismo como un movimiento adoctrinador, extremo y sectario: "pero qué extremista esta feminista", "qué lamentable que con dinero público de estas charlas hembristas. Eso se llama adoctrinamiento, y encima se paga con los impuestos de todos", "así funciona España. Seguid, seguid con estas femilocas...", "qué miedo da que esta feminazi tenga tanto público", "cuánta feminazi sobra en el mundo vaya telita".

Por último, se encuentran los comentarios que aluden a la preocupación por situación de las mujeres a nivel internacional: "¿dónde están las valientes feminazis ahora? Qué fácil es serlo en un país como España, donde todo se permite", "Afganistán y lo que está pasando. Y tú callada", "ya sabemos que las mujeres afganas te importan 0", "¿para cuándo una manifestación para liberar las mujeres afganas? Sois feministas de pacotilla", entendiendo que estas sí necesitan ayuda y que el movimiento feminista en España no tiene ningún sentido debido a que las mujeres ya están en posición de igualdad respecto a los hombres: "vete

a Afganistán a explicarles a los talibanes el lenguaje inclusivo y todas vuestras patrañas. Cobardes”, “yo la única solución que veo es mandar un buen grupo de progres feminazis de España y que se pongan allí, delante de los talibanes, y tetas para afuera, caras de perras cabreadas, vestidas de morado y a cantarles el “sola y borracha” y el “la culpa no era mía ni donde estaba ni cómo vestía” y con eso les explota la cabeza, fijo”.

La negación de la violencia contra las mujeres es otra de las formas de violencia que más podemos encontrar en las publicaciones de las cuentas pertenecientes a este perfil: “la violencia no tiene género, todas las víctimas merecen el mismo respeto”, “por favor hablen de la violencia, no solo de violencia machista y negar lo que sufren los hombres”. Este discurso en España se ha convertido en la piedra angular de partidos políticos conservadores y ultraconservadores que pretenden fomentar la misoginia a través de la victimización, la presunción de culpabilidad y la guerra de sexos (Rivas Venegas, 2021).

Para negar esta violencia se utilizan principalmente dos formas de hacerlo: La primera es equiparando la violencia cometida por hombres y la cometida por mujeres: “aunque cien hombres asesinen, por una mujer que asesine a su marido o hijo, merecen la misma condena, independientemente de su sexo. La violencia no tiene sexo”, “también existen madres, mujeres, que matan o maltratan a hombres y niños, si en el término machista englobas ambos géneros, genial. La realidad es que, si queremos igualdad entre unos y otros hay que tratarlos como asesinos asesinas, psicópatas, pero no utilizar términos que sólo engloba a un género. La violencia es violencia, no entiende de hombres o mujeres”; y la segunda, mencionando crímenes que han sido ejecutados por mujeres: “Cuatro mujeres asesinan presuntamente a sus hijos, parejas o similar en el último mes... ¿Cómo se llama esa violencia? ¿Por qué no dices nada al respecto?”, “ayer una asesina reincidente apuñaló a dos mujeres en un supermercado e intento agredir con un cuchillo a un policía, apúntatelo en la lista de mujeres que también matan para la estadística anual”.

El hecho de equiparar la violencia ejercida por hombres y la ejercida por mujeres induce a descontextualizar este fenómeno y obviar que la primera está sustentada en el sistema patriarcal donde todas las estructuras están confabuladas para reforzar la asimetría de poder entre los primeros y las segundas (Varela, 2016). Además, la prevalencia entre ambos delitos indica que esta equiparación no tiene fundamento, así como los motivos por los que se practica, puesto que la violencia machista se ejerce contra las mujeres por el único hecho de serlo.

Otra línea argumental utilizada por los hombres para ejercer violencia en este perfil es precisamente su justificación, blanqueamiento y culpabilización. Estos comentarios se encuentran en los contenidos en los que se habla y denuncia la violencia machista, ya sea de forma individual o colectiva, donde algunos pare-

cen tener muy claro que son las propias mujeres las causantes del maltrato que reciben. Esta culpabilización se sustenta en la idea patriarcal de que las mujeres son malas por naturaleza (Segura, 1993), y por ello provocan y desquician a sus parejas, a los que no les queda otra opción que ejercer la violencia contra ellas para poder controlarlas: “las zorras, golfas, manipuladoras, provocadoras, neuróticas, histéricas, engreidas, causantes de que el 80% de todos los sintecho seamos hombres y que 3800 se suiciden al año... A esas, ¿qué se les hace?”, “por bestia”, “por zorra”, “a saber qué hicieron para merecerlo...”, acusándolas de no haber salido elegir de forma adecuada a sus parejas: “lo curioso es que a la larga esas mujeres terminan intentando estar en pareja con aquellos quienes las ven como un pedazo de carne, lo he visto tantas veces...”, “pues dicen una cosa, pero sus acciones son muy contradictorias, tienen tantos hombres que son buenos, pero terminan eligiendo al macarra, violento y drogadicto”.

Por último, los ataques a la vida personal de las mujeres poseen una gran importancia en el porcentaje de comentarios machistas recibidos en las cuentas analizadas del perfil 2. En ellos se enumeran diferentes ámbitos de esta, aludiendo a sus relaciones sentimentales sin ningún pretexto: “la verdad que comprendo a su marido cambiando de domicilio, está tía es inaguantable”, “¿y tu marido?, ¿con su nueva conquista?”, utilizando su vida personal para desprestigiarla y situarla como un adyacente de su pareja, despojándola de su yo personal y de su independencia como persona; culpabilizándolas también de los actos y el rendimiento profesional de sus parejas, entendiéndolo que ellas son el motivo principal del fracaso que han experimentado sus parejas: “yo demonizo a quien hace que un hombre que era un icono y se le aplaudía en todos los campos de España, termine arrastrándose por ellos como si tomara el pelo a los que le pagan... Será que tanto feminismo hay a quien no le sienta bien”, “desde estás con tu novio, él es un inútil”, “qué pesadita eres la verdad... en lugar de decir algo de lo que no tienes ni idea, deja de arruinar la carrera de tu marido, anda”; mencionando a sus hijas e hijos y su papel como madres, apelando de esta forma a los roles de género y la división sexual del trabajo, gracias a los cuales la mujer ha sido relegada siempre al ámbito privado, obligada a dedicarse a las tareas del hogar, el cuidado y la reproducción (Briñón, 2007): “deja de hacer el tonto y dedícate a cuidar de tus hijos... que es lo que tienes que hacer”, “¿y a ti quién te cuida los niños? Porque tú no haces ni el huevo”, “tus hijos van a salir igual de todos que los padres”; y haciendo referencia a su trabajo y la labor que ellas desempeñan en el mismo, haciendo una campaña de descrédito profesional (González Delgado y Trabadelo Robles, 2020): “dedícate a intentar hacer bien tu trabajo en lugar de hablar de tanto feminismo, porque eres pésima”, “cada vez que alguien se ríe de las grupees, siempre les recuerdo lo lejos que has llegado tú”, “tú eres una inútil y tu trabajo lo es más aún”, haciendo hincapié en que ocupan estos puestos gra-

cias a hombres, y no por sus propios méritos: “no seremos un país democrático mientras existan mujeres como tú que ascienden a los puestos por ser quien es y no por valía personal”, “tristeza, estrés, depresión, jamás lo vas a sentir porque gracias a que eres la mujer de, tienes ese empleo ganando una millonada”.

Como se observa, las mujeres que publican contenido feminista en Instagram y en consecuencia experimentan su empoderamiento, reciben violencias que están vinculadas a un discurso antifeminista que cada día, con el auge de la ultraderecha en España, adquiere un mayor peso e importancia. De esta manera, el movimiento reaccionario utilizado para denostar el feminismo tiene como mito fundacional batallar contra la lucha por la igualdad, generando un discurso a través del cual intenta poner en evidencia todas las conquistas jurídicas y sociales en materia de igualdad y los derechos sociales que legitiman institucional y socialmente la libertad de las mujeres (Álvarez-Benavides y Aguilar, 2021; Rivas Venegas, 2021).

5. Conclusiones

El análisis realizado permite responder a los objetivos planteados. La investigación nos indica la existencia en esta plataforma de, al menos, dos tipos de violencias machistas: las ligadas a un machismo benevolente y las ligadas a un machismo misógino. Siguiendo, por tanto, la teoría de la ambivalencia de Glick y Fiske (1996), se puede afirmar la presencia de esta en Instagram.

Respecto a las violencias ligadas a un machismo benevolente, están sustentadas en los roles y estereotipos de género aceptados históricamente por la sociedad. Así, el epicentro de este tipo de violencias se encuentra en la creencia de que las mujeres son objetos de deseo y consumo para los hombres. Estas han sido identificadas en el perfil 1, y son el resultado de la cosificación e hipersexualización que se hace sobre ellas a través del empoderamiento que pretenden experimentar poseyendo el control de su propia sexualidad. Sin embargo, este empoderamiento se pone en cuestión debido a que la exposición del cuerpo, lejos de ser una acción transgresora, contribuye a que el orden social siga reproduciéndose.

En cuanto a las violencias ligadas a un machismo misógino, están sustentadas en la animadversión hacia las mujeres que no contribuyen a que la asimetría entre sexos siga desarrollándose. En este contexto, se pretende mostrar rechazo tanto hacia las mujeres como al movimiento feminista. Están presentes en los dos perfiles, el 1 y el 2, no obstante, los comentarios empleados en cada uno tienen una motivación y argumentación distinta, no existiendo similitud entre los discursos. En el caso del perfil 1, las violencias están vinculadas a la emisión de

reproches hostiles, mostrándose en desacuerdo con que las mujeres se presenten como seres sexuales; y en el caso del perfil 2, las violencias están vinculadas a denostar el movimiento feminista y todas las acciones englobadas en él.

De esta manera, las violencias ligadas a un machismo benevolente están presentes solo en el perfil 1 y violencias ligadas a un machismo misógino, en los dos. En este sentido, si se realiza una comparación entre los perfiles, se observa que, aunque ambos reciben violencia machista, cada uno lo hace por unos motivos diferentes, no encontrando puntos en común entre ambas. Mientras que el perfil 1 recibe, por lo general, violencia ligada a elementos que aprueban su sexualización y por tanto, su falso empoderamiento a través de Instagram, el perfil 2 la recibe ligada a elementos que reprueban este empoderamiento. Sin embargo, en ambos casos, independientemente de la sutileza de la violencia y el grado de aceptación social, se refuerza la asimetría entre mujeres y hombre existente en la sociedad.

6. Bibliografía

- Álvarez-Benavides, A., & Aguilar, F. J. (2021). La contraprogramación cultural de Vox: secularización, género y antifeminismo, *Política y Sociedad*, 58, 1-12. <https://doi.org/10.5209/POSO.74486>
- Amorós, C. (1990). El feminismo: senda no transitada de la Ilustración. *Isegoría*, 1, 151-160. <https://doi.org/10.3989/isegoria.1990.i1.383>
- Amorós, C., & de Miguel, A. (2014). *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización: Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid. Biblioteca Nueva.
- Bard, G., & Magallanes, M. L. (2021). Instagram: La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, 9, 1-29. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e519e519>
- Baumgardner, J., & Richards, A. (2004). *Feminism and femininity: Or how we learned to stop worrying and love the thong*. Londres: Routledge
- Blanco Ruiz, Á. (2014). Implicaciones del uso de las redes sociales en el aumento de la violencia de género en adolescentes, *Comunicación y Medios*, 30, 124-141. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2015.32375>
- Bonet-Martí, J. (2020). Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales, *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19, 1-12. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue3-fulltext-2040>
- Brión, M. Á. (2007). *Una visión de Género... es de justicia*. Disponible en: <https://bit.ly/3a9XncE>
- Casado-Riera, C., & Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Eduació i de l'Esport*, 36(2), 23-31. <https://bit.ly/32Wd9lu>

- Casale Gómez, D. (2017). *El narcisismo del siglo XXI: El fenómeno de las selfies en las redes sociales*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Castells, M. (2001). *La era de la información*. Barcelona: Alianza Editorial
- Castells, M. (2009). La apropiación de las tecnologías: cultura juvenil en la era digital. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 81, 111-113.
- Castells, M. (2009a). *Comunicación y poder*. Barcelona: Editorial Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya
- Chávez, G., del Pozo, F., & Vargas, L. (2022). Matices del feminismo: Estrategias y colores del discurso feminista en Instagram. *Universidad de Lima*, 14, 203-268.
- Cobo, J. C. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 14, 295-318. <https://doi.org/>. <http://dx.doi.org/10.3916/c39-2012-03-03>
- Comscore, & Shareablee. (2019). *Estrategias de Branded Content e Influencers*. Disponible en: <https://bit.ly/3Rp1vGY>
- de Alencar-Rodríguez, R., & Cantera, L. (2012). Violencia de Género en la Pareja: Una Revisión Teórica. *Psico*, 43, 116-126.
- de Miguel, A. (2008). Feminismo y juventud en las sociedades formalmente igualitarias. *Revista de Estudios de Juventud*, 83, 1-23.
- de Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual: El mito de la libre elección*. Madrid: Cátedra.
- De-Casas-Moreno, P., Tejedor-Calvo, S., & Romero-Rodríguez, L. (2018). La competencia mediática de la ciudadanía en medios digitales emergentes. *Prisma Social*, 20, 40-57.
- Donoso-Vázquez, T. (2018). Las ciberviolencias de género, nuevas manifestaciones de violencia machista. En Donoso-Vázquez, T. & Rebollo-Catalán, A. (coord.), *Violencias de género en entornos virtuales* (pp. 15-29). Barcelona: Octaedro.
- Estébanez Castaño, I. (2010). "I love you... (only for me)": Controlled relationships of teenagers. *Tabanque Revista Pedagógica*, 23, 45-68.
- Flores, P., & Browne, R. (2017). Jóvenes y patriarcado en la sociedad TIC: Una reflexión desde la violencia simbólica de género en redes sociales. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15, 147-160. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1510804082016>
- Fredrickson, B., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: To ward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). Hostile and Benevolent Sexism. *Psychology of Women Quarterly*, 21(1), 119-135. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00104.x>
- González Delgado, A., & Trabadelo Robles, J. (2020). Movimientos reaccionarios en redes sociales. Violencia de género en línea. *Identidad y cultura. Creación de conocimiento*, 59-80.
- Herrera, A. (2013). Redes sociales: ¿el inicio de una revolución democratizadora? *Revista IIDH*, 58, 21-4.
- IAB Spain. (2019). *Estudio anual de Redes Sociales*. Disponible en: <https://bit.ly/3yve7nk>
- Lagarde, M. (2009). La política feminista de la sororidad. *Mujeres en Red, el periódico feminista*, 11, 1-5.

- Lameiras, M. (2004). El sexismo y sus caras: de la hostilidad a la ambivalencia. *Anuario de Sexología*, 8, 91-102.
- Lerner, G. (1986). *The creation of patriarchy*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lerum, K., & Dworkin, S. L. (2009). "Bad girls rule": An interdisciplinary feminist commentary on the report of the APATask Force on the Sexualization of Girls. *Journal of Sex Research*, 46, 250-263.
- Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género. (2004).
- Lorente, M. (2018). Virtualidad ficticia y violencia de género. En Donoso-Vázquez, T. & Rebollo-Catalán, A. (coord.) *Violencias de género en entornos virtuales* (pp. 7-10). Barcelona: Octaedro.
- Manovich, L. (2017). Instagram and contemporary image. *The City University of New York*.
- Muñoz Santamaría, L. (2010). *Internet un espacio de empoderamiento de las mujeres*. Disponible en: <https://bit.ly/3Rrg0Kg>
- Naciones Unidas. (1993). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*.
- Prades, M., & Carbonell, X. (2016). Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram. *Communication Papers*, 5, 27-36. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v5i09.22069
- Rivas Venegas, M. (2021). Contra las mujeres: el discurso misógino de Vox. "Palabras gruñido" del nacional-populismo español, *Investigaciones Feministas*, 12, 67-77. <https://doi.org/10.5209/infe.69585>
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1996). *Tradición y enfoques en la investigación cualitativa*. Metodología de la investigación cualitativa.
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1996). Tradición y enfoques en la investigación cualitativa. *Metología de la investigación cualitativa*, 23-36.
- Sáez, G., Valor-Segura, I., & Expósito, F. (2012). ¿Empoderamiento o subyugación de la mujer? Experiencias de Cosificación Sexual Interpersonal. *Psychosocial Intervention*, 21, 41-51. <https://doi.org/10.5093/in2012v21n1a9>
- Segura, C. (1993). Mujeres públicas/malas mujeres. En del Moral, C. (coord.) *Arabes, judías y cristianas: Mujeres en la Europa medieval* (pp. 53-62). Granada: Universidad de Granada.
- Torres Albero, C. (2013). *El ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud: un riesgo en la sociedad de la información y del conocimiento*. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. <https://doi.org/NIPO:680-13-092-1>
- Tortajada, I., & Vera, T. (2021). Feminismo, misoginia y redes sociales, *Investigaciones Feministas*, 12, 1-4.
- Urdangarin, G. (2015). *Cosificación de las adolescentes en las Redes Sociales Digitales*. Universidad Del País Vasco.
- Varela, N. (2005). *Feminismo para principiantes*. Barcelona: Ediciones B.
- Varela, N. (2016). Barcos y corazones. Las sutilezas del patriarcado en la transmisión de valores que alimentan la violencia de género. *Revista del dentro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud*, 59-73.
- Varela, N. (2019). *Feminismo 4.0. La cuarta ola*. Barcelona: Ediciones B.

- Vicente Mariño, M. (2006). *Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica*. IX Congreso Ibercom, Universidad de Sevilla.
- Villarreal, M. sol. (2019). *Entre el ser y el representar. Sobre la construcción de identidades y el uso de Instagram en los adolescentes*. Universidad Nacional de Rosario.
- Yugeros, A. J. (2014). La violencia contra las mujeres: Conceptos y causas. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 18, 147-159. <https://doi.org/10.4064/sm207-1-3>