

Detrás del #MeTooMX: análisis del discurso digital

MARIA FERNANDA ESPINOSA ROJAS

Resumen— El activismo social ha introducido a su estrategia nuevas herramientas de comunicación para generar mayor impacto y un consecuente cambio en el comportamiento social. En medio de esta transición, el discurso tradicional evolucionó a ser discurso digital. El cual es entendido como el resultado de la colaboración libre entre diferentes y numerosas personas que pueden estar en cualquier parte del mundo y aun así participar en su elaboración.

Cuando el movimiento social internacional #MeTooMX apareció en México, a finales de febrero del 2018, fue una clara oportunidad para analizar como una plataforma digital como Twitter puede permitir o inhibir el discurso digital acerca de esta importante problemática para la sociedad mexicana.

Aplicando el modelo teórico de propiedades del discurso digital, propuesto por las lingüistas Cristina Vela Delfa y Lucia Cantamutto, se analizó el comportamiento presentado en este movimiento.

La metodología consistió en la identificación y clasificación de una muestra de 80 tweets en tres pares de dicotomías teóricas que incluían dentro de sí 19 categorías que podían ser lingüísticas, textuales y visuales.

Los resultados mostraron que las personas, participantes en este discurso, exigieron respeto hacia el derecho de las víctimas a denunciar y a preservar su integridad, destacando el rol determinante del contexto cultural de México sobre el tema y comunicando como prioridad su apoyo hacia las víctimas en este discurso digital.

Palabras clave: activismo social, discurso digital, comunicación, #MeTooMX, Twitter, acoso sexual.

INTRODUCCIÓN

¿Podrá una plataforma digital tener la capacidad de fortalecer un movimiento social?

Esta pregunta surgió a partir de la aparición del fenómeno mundial digital de #MeTooMX en México en el año 2018, el cual derivó del movimiento original #MeToo que nació en Estados Unidos a finales del año 2017. Este tuvo como objetivo principal denunciar el acoso sexual, abuso sexual y violaciones que se dan en silencio dentro de ambientes laborales.

Sus voceras fueron personalidades de la esfera del espectáculo de Hollywood quienes, en conjunto con la sociedad civil, posicionaron el tema en la agenda internacional haciendo visible una problemática social preocupante. Tal fue el impacto que países como Francia, India, Dubái, Malasia, entre otros, se unieron al movimiento.

MARIA FERNANDA ESPINOSA ROJAS pertenece a la carrera CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la FACULTAD MEXICANA DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y COMUNICACIÓN y realizó el proyecto dentro del curso PROYECTO DE INTEGRACIÓN (Email: espinosafernandam@gmail.com)

El proyecto fue asesorado por Mtra. Leonor Cremayer Mejía

La autora agradece a: Mtro. Armando Mata y a la Mtra. Circe Zamorano.

En México este esquema de comunicación se repitió, ya que fueron también actrices y personalidades mexicanas las que introdujeron el tema a la agenda social y digital, al compartir su testimonio en la cadena CNN en español. Ese mismo día surgió el hashtag #MeTooMX y las opiniones empezaron a compartirse desde distintas plataformas digitales, generando polémica en el discurso digital. ¿Cuál fue la trascendencia de este movimiento?

En primera instancia, se consideró que ha sido de las primeras ocasiones en las que un movimiento social internacional tan controversial cómo #MeToo se insertó en un contexto cultural como el de México. En segundo, la nula respuesta que tuvo la industria del entretenimiento mexicano sobre el tema, en comparación con la cantidad de tweets que los y las usuarias compartieron en Twitter brinda un amplio margen de análisis.

Los medios de comunicación fungieron como partícipes esenciales en la comunicación de este discurso, lo que conllevó a una fuerte polarización de posturas, a favor y en contra, de los fines que propone este movimiento.

En la historia del activismo digital, movimientos de denuncia sobre acoso sexual o violencia de género no han sido ajenos a la agenda que se comunica en el ámbito de la opinión pública internacional. Casos como #YesAllWomen en el año 2013 lograron concientizar sobre la existencia de la violencia hacia la mujer en distintos ámbitos sociales.

Debido a la complejidad del caso #MeTooMX y a falta de investigaciones científicas al respecto, es necesario comprender las características que construyeron este discurso y qué le diferencian de otros movimientos sociales que se han replicado en Twitter. Al igual que analizar el contenido compartido dentro de Twitter para visualizar la opinión pública.

El resultado de la indagación que se presenta en este texto y con ello se revelan los significados y símbolos internos que fueron intercambiados durante esta discursiva. La finalidad fue poder comprender de qué manera una plataforma digital como Twitter actúa, influye, posibilita o niega el desarrollo y éxito del activismo social en México.

I. CONCEPTOS BÁSICOS

Los cambios en los canales de comunicación derivados de la aparición de la tecnología digital han permitido la creación de una nueva clase de discurso: el discurso digital. Tomás Albaladejo explica que éste posee un carácter multimedial, que contiene elementos visuales y acústicos, y elementos lingüísticos y no lingüísticos que ha llevado a la creación de un nuevo canal, con un nuevo código complejo. (2011) La

accesibilidad y recepción juegan un papel determinante, ya que posibilitarán la capacidad de este discurso de generar acciones. Es en esta conexión dónde el discurso se encuentra con el activismo social.

Pérez Zúñiga describe al activismo como aquel que “puede ser definido como un conjunto de acciones comunes, efectuadas con la intención de conseguir un cambio, tanto en la sociedad como en economía o política, con la finalidad de implicar a las personas para el logro de metas u objetivos comunes” (Pérez Zúñiga, 2014)

Este debe generar un marco conceptual que permite la comprensión adecuada a cada problemática. Es decir, cada causa social deberá analizarse tomando en cuenta las características históricas, culturales, económicas, tecnológicas y sociales que le envuelven. Por esta constante renovación surge el activismo digital. Aidan Ricketts lo explica: “El activismo digital describe todas las formas en las que los activistas aprovechan las redes digitales. El término se utiliza con la intención de distinguir el activismo digital de otras formas convencionales” (Ricketts, 2012)

El caso de estudio del presente artículo se enfoca en #MeTooMX, (Yo También México) que se deriva del movimiento internacional #MeToo. Este movimiento se viralizó en el 2017 después de que el periódico estadounidense *The New York Times* publicó una investigación sobre las más de 30 denuncias de acoso sexual contra el productor de cine Harvey Weinstein, quién había logrado mantenerlas en silencio por más de dos décadas. (Rutenberg, Rachel, & Melena, 2017).

La actriz estadounidense Alyssa Milano publicó el hashtag #MeToo en Twitter invitando a que más víctimas de violencia sexual pudieran compartirlo, con el fin de visualizar la magnitud de la problemática. La iniciativa logró alcanzar más de 1.7 Millones de tweets en 85 países involucrados, (Park, 2017) Generando de esta manera un discurso digital a nivel internacional.

Es importante mencionar que esta iniciativa inició 11 años antes por la activista estadounidense Tarana Burke. De acuerdo a Linette Lopez y Chris Synder del Business Insider, fue en el 2006 cuando Tarana fundó este movimiento bajo el nombre de Me Too con el objetivo de apoyar a las víctimas de violencia sexual, por medio de la creación de una comunidad que brinde el apoyo y las herramientas necesarias para que las víctimas puedan cerrar el ciclo de violencia y sanar. Al igual que se busca generar soluciones para evitar estos casos. (2017) (Lopez & Synder, 2017)

El referente más reciente a este tipo de movimientos sociales fue #YesAllWomen, movimiento que denunció en el 2014 el acoso y abuso sexual experimentado por mujeres y hombres en distintas esferas de la cotidianidad, como lo son el ambiente laboral y escolar. Este hashtag acumuló más de un millón de tweets. (Weiss, 2014)

El caso de #MeTooMX inició en febrero del 2018 cuando el canal de televisión CNN en español transmitió un programa especial llamado “Mujeres rompen el silencio” conducido por la reportera Carmen Aristegui. Entre las denunciantes, participaron actrices como Paola Núñez, Natalia Córdova, Karla Souza y Stephanie Sigman; también la ex clavadora

Azul Almazán y la standupera Sofía Niño de Rivera. Uno de los testimonios más controversiales fue el de la actriz mexicana Karla Souza, quién denunció haber sido violada por un director con el que laboró previamente, sin mencionar el nombre del victimario. La controversia de ese testimonio surgió después de que la compañía de medios de comunicación Televisa lanzó un comunicado de prensa en el cual expuso su finiquito de relación laboral con el director mexicano Gustavo Loza, argumentando de la siguiente forma la decisión: “Ante las denuncias públicas sobre abuso sexual de la actriz Karla Souza, y después de una investigación preliminar, Televisa ha decidido romper de manera inmediata toda relación con el señor Gustavo Loza” (Grupo Televisa, 2018)

Por medio de Twitter los usuarios defendían, cuestionaban, replicaban y argumentaban sus posturas a favor o en contra del suceso. Por el nivel de amplitud que este discurso digital adquirió, resulta necesario analizar a profundidad los elementos que le integraron y popularizaron.

II. METODOLOGÍA PROPUESTA

El modelo teórico que sirvió de base para el análisis del caso de estudio es el llamado “Propiedades de interfaces del discurso digital”, descrito por las lingüistas Lucía Cantamutto y Cristina Vela Delfa, ya que describe por medio de dicotomías las propiedades presentes dentro del discurso digital comunicado en plataformas digitales. (2016)

El modelo está dividido en 3 módulos: realización, enunciación y relaciones interpersonales.

Para realizar el análisis del estudio de caso se eligieron a los 3 pares de dicotomías más representativas, a las cuales se les otorgó determinados elementos lingüísticos y visuales para identificarlas dentro del discurso digital. Estas dicotomías corresponden cada una a un módulo específico del modelo descrito.

Se eligió una muestra de 80 tweets, relativos a las fechas que datan del 20 de febrero del 2018 al 03 de marzo del mismo año. Para su obtención, se tomó como universo a la página principal de Twitter, delimitándola por medio de la búsqueda del hashtag #MeTooMX. Los tweets elegidos debían contar más de 10 interacciones que podían ser obtenidas por medio de Respuestas, Retweets o Me gusta, para que la muestra contuviera los tweets más representativos y activos dentro de la creación del discurso digital de este caso en específico.

La dicotomía que se presentó casi en la totalidad de la muestra, con un total de 79 tweets, fue la multipersonal por “me gusta”.

Los tweets con mayor número de “me gusta” fueron:

- El tweet con mayor cantidad obtuvo 7900. Fue compartido por la usuaria Lydia Cacho, periodista mexicana reconocida públicamente por su apoyo al feminismo.
- El segundo tweet fue publicado por la usuaria Sofía Niño de Rivera, standupera participante del movimiento. Obtuvo un total de 3400 me gusta.
- El tercer tweet obtuvo 510. Fue publicado por la usuaria Tatiana Clouthier, reconocida en la esfera política de la opinión pública mexicana.

¿Qué contenían los tweets que presentaron estas interacciones?

Se observó que estos tweets fueron emitidos por usuarias que cuentan con una importante cantidad de seguidores, casi más de cien mil en los tres casos, lo que denota una posición influyente en la opinión pública. Cabe destacar que la usuaria Lydia Cacho cuenta con más de un millón de twitter followers. Los tweets demuestran una línea discursiva empática, donde se expresó apoyo a las denuncias, a la víctima y al movimiento. Invitaron a permitir el libre flujo de historias y de voces, ya que afirmaron que existen barreras en la comunicación y que, a pesar de ello, las víctimas deberían seguir alzando la voz. Por lo tanto, es claro que hay consciencia de la existencia de un entorno violento que rodea a las mujeres víctimas de violencia sexual, por el uso de las palabras como: “descalifica”, “desacredita”, “agresiones en todos los ámbitos”.

Tabla 1,2,3: Dicotomías elegidas con sus elementos integradores

Proceso de identificación y clasificación de los tweets

Una vez que fueron definidos estos elementos se analizó, por medio de una tabla clasificadora, los elementos pertenecientes a cada dicotomía y categoría que se encontraron presentes en la muestra. De tal manera que pudieran quedar contabilizadas cada una de las propiedades que se presentaran dentro de este intercambio de discurso digital.

III. RESULTADOS

Dicotomías	categoría	Total
visual	vis.i.	47
	vis.v.	9
verbal	ver.	65
	ver.h.	6
bipersonal	b.e.	69
	b.p.	13
multipersonal	m.r.	1
	m.rt.	1
	m.g.	79
extimidad	e.d.	17
	e.a.	23
	e.v.	14
	e.ab.	14
	e.s	5
intimidad	i.c.	2
	i.y.	9
	i.cr.	2
	i.n.	55
	i.p.	6

Para analizar el porcentaje de la segunda dicotomía más representada, correspondiente al uso de etiquetas, debe recordarse que el recurso de las etiquetas dentro de Twitter cumple la función de realizar un llamado directo a algún usuario. La etiqueta que se presentó en mayor cantidad de ocasiones fue la de @karlasouza, con 18 etiquetas visualizadas dentro de la muestra. Seguida de 7 etiquetas a la usuaria Sofía Niño de Rivera, quién utiliza el usuario @soffiaaaa dentro de Twitter. Ambas usuarias formaron parte del mensaje inicial de denuncia que originó este fenómeno.

Se observó que Karla Souza fue etiquetada en 13 tweets que mantenían un tono positivo y de apoyo moral, ya que hubo repetición de palabras como: “no estás sola”, “Yo te creo”; también se empleó el adjetivo: “es valiente”.

Otras tres etiquetas se presentaron tuvieron tono informativo, porque daban a conocer algún tipo de información sobre el caso. Ejemplo de esto fue un Tweet de la revista de estilo de vida Caras en la que se publicitaba el artículo “La valentía de Karla Souza”. Aquí se vuelve a ver el uso del adjetivo “valiente”.

Dos etiquetas contenían tweets en tono negativo, en los cuales se desacreditó su denuncia por medio de preguntas como “sin afán de ofender eso no es acoso”.

De misma forma, la comedianta Sofía Niño de Rivera fue etiquetada en tweets con un tono semejante. Los tweets

incluían frases como: “No estamos solas”, “Aplausos al valor”, “Gracias”. Sólo uno de estos tweets fue escrito en tono negativo, incluyendo la frase “No es por ofender. Pero eso no es acoso”. Nótese que es el mismo tweet fue incluido en los tweets negativos en los que apareció Karla Souza.

Por lo tanto, puede decirse que el uso de etiquetas adquirió un sentido positivo y de apoyo a la denunciante, ya que él o la usuaria redactaron y dirigieron una respuesta directa a la víctima en un tono positivo. Lo que resultó en un discurso de forma solidaria y receptiva. Por el uso de palabras como “Gracias” “valiente” “valor”.

El tercer porcentaje con mayor número de representación dentro de la muestra le corresponde a la dicotomía de modo de enunciación: verbal. Se presentó un total de 65 ocasiones dentro de la muestra.

El tweet, relativo a la misma, con mayor número de interacciones obtuvo 7900 me gusta. Fue el mismo tweet que se mencionó en la categoría de “multipersonal por me gusta”.

El segundo tweet dentro de este rango de interacciones obtuvo 510 me gusta. La palabra a destacar dentro de este es “solidaridad”. El tercer tweet dentro de este rango emite más un juicio. Con un total de 184 me gusta, se resalta lo siguiente: “con las acusaciones a medias (...) este movimiento nace en nuestro país sin la seriedad y la fuerza que se requiere”.

Esto permitió deducir, en primera instancia, que las usuarias buscaban generar un ambiente de tolerancia y respeto hacia las denuncias de violencia sexual, ya que reconocen que son puestas, a nivel digital y real, a juicio social. Se reafirma con estos resultados que el discurso digital enfatizó las condiciones adversas del diálogo. Por ello se menciona el valor de la “solidaridad”.

De igual forma, se habla de la urgencia de contar con un parámetro de seriedad para que pueda dialogarse de forma respetuosa. Lo que invita a preguntar: ¿De qué manera se denunció esta violencia sexual y por qué no se considera serio?

La cuarta dicotomía más representada corresponde a la dicotomía de intimidad por uso de la palabra “No”.

A primera impresión, se podría concluir que se tuvo una mayoría de usuarios posicionados en contra del movimiento. A caso contrario, en esta muestra se observó que esta negación fue empleada como una declaración de cese a la injusticia y la violencia.

Los tweets que manifestaron esta dicotomía, fueron un total de 34. Los cuales podían contener dentro de sí más de una negación por medio del uso del “no”. Veintitrés de estos utilizaron al negativo como signo de protesta en contra del acoso sexual en medio laboral, expresándolo para posicionar su postura en contra de los abusos sexuales, y del acto de desestimación a las víctimas que denuncian en público.

Ejemplo de esta postura son las siguientes frases encontradas dentro de los tweets:

- “(...) siempre culpabilizan a las víctimas de acoso sexual/ violación (por lo que hizo o no antes o después del acto)”
- “No es fácil denunciar ni buscar justicia”

- “(...) Puedes o no denunciarlo. Puedes o no decir su nombre. Puede él parecer un hombre decente. Eso no significa que no te violó”

También, desde este sentido discursivo, fue utilizado para responder a una de las preguntas más controversiales que generó el movimiento tanto en plataformas digitales, como en otros medios: ¿Por qué no denunciaron antes? ¿Por qué guardaron silencio?

Fueron las y los usuarios quiénes respondieron al cuestionamiento dentro del discurso. Por medio de los tweets, aclararon que algunos de los factores que intervienen en este proceso, en los cuales incluyen un “sistema que ataca a la víctima” y la incredulidad que se le otorga a la denunciante.

El tweet, dentro de esta muestra, con mayor número de interacciones obtuvo un total de 517 me gusta. Algo interesante a resaltar en este tweet es que contuvo un llamado a “No más silencio”. Esto quiere decir que fue una invitación en primera instancia a respetar a las víctimas y a empezar a hablar sobre esta violencia sexual. Al ser el tweet con mayor interacción, es decir, marcó en determinado momento la creación del discurso digital, lo que expresa que existe una postura de tolerancia hacia el fenómeno. Los usuarios quieren abrir un espacio de diálogo libre de juicios en el que se respete a la víctima. Esto se alinea con los objetivos que el activismo social mantiene como base y estructura, ya que se busca movilizar acciones o pensamientos hacia el cambio.

La quinta dicotomía más representada le corresponde a la dicotomía por modo de enunciación visual por imágenes, la cual se presentó dentro de la muestra un total de 47 ocasiones.

El tweet con mayor interacción, 3400 me gusta, proviene de la cuenta de Sofía Niño de Rivera, en el cual se pudo observar que es la publicación de una nota escrita en la cual se lee “Me siento orgullosa” “Quien se quiera unir siempre será bienvenido”. Y más importante aún, la frase: “Cualquier movimiento que trate de destapar un hábito social que tiene que cambiar por el bien de todos, es un movimiento al que me voy a unir”.

El segundo tweet con mayor interacción, 226 me gusta, contuvo una imagen con distintas frases en las que se lee hasta el final del mismo: “Eso no significa que no te violó”.

El tercer tweet obtuvo 184 me gusta. Esta muestra la frase “I will not stay silent so that you can stay comfortable” precedida por el siguiente texto: “Levantemos la voz, seamos el cambio (...)”.

Aquí se mezclan distintos elementos del discurso digital. Se hace evidente la contraposición del silencio con la voz. Las usuarias puntualizaron sobre la necesidad de discutir un tema que se mantiene en secreto ante la sociedad para mantener seguros/seguras a las víctimas. A la vez se observa que existen dudas por parte de los usuarios sobre cuándo puede un victimario ser o no un violador.

Algo interesante a puntualizar es que, a través de las imágenes, estas usuarias vieron un modo mucho más efectivo de sintetizar su mensaje y de hacerlo más impactante para los

usuarios. La tendencia general de las imágenes utilizadas en los tweets difiere sobre este último punto. Son escritos, a modo de nota, que se comparten y suplen la función escrita. También se utilizaron con popularidad frases o citas que acompañan y refuerzan esta postura de apoyo a la víctima. En algunas ocasiones se utilizaron gifs o imágenes de provenientes de las voceras de este movimiento social. Destacable es el uso de imágenes que sólo contienen texto. Así como funcionan los archivos adjuntos en un mail. Lo que lleva a pensar que el discurso adopta una forma visual, pero sigue estructurándose por medio de texto.

Antes de puntualizar sobre lo que se puede concluir de las demás dicotomías, es necesario resaltar aquellos tweets que presentaron la mayor mezcla de estas. Se pudo observar que dos tweets presentaron de forma simultánea las 9 categorías de dicotomías.

Con un total de 9 manifestaciones, el primer tweet fue compartido por la cuenta @aristeguicnn, que corresponde a la cuenta del programa que dio a conocer este fenómeno. Mezcla tanto etiquetas, como visual y video. El segundo tweet fue compartido por una usuaria que compartió un artículo de opinión del medio periodístico “El Universal” el cual fue titulado “Ellas no denuncian”.

Esto quiere decir que los medios, televisivos y periodísticos, contienen en la redacción de su discurso las nociones y propiedades básicas que se debe contener para generar un mensaje con mayor impacto. Por ello no resulta una casualidad que hayan mezclado diversas propiedades. Saben que los usuarios se ven mucho más influidos por la mezcla de estos elementos en un tweet.

Por otra parte, los tres tweets que tuvieron un mayor número de interacciones coincidieron en el uso del video que presentaba un fragmento de las denuncias que se expusieron en el programa “Mujeres rompiendo el silencio”. Esto lleva a deducir que los usuarios consideraron de vital importancia visualizar y escuchar lo que las participantes compartieron en vivo. Esto se relaciona con la capacidad que tienen las plataformas de conectarse unas con otras, como Twitter y YouTube, y también la relevancia que se otorgó a escuchar de la voz de las denunciantes su historia.

La dicotomía por uso de hilo se utilizó con dos fines: para darle seguimiento a una idea y para contestar otro tweet inicial. A esto se une el resultado de la dicotomía bipersonal por uso de preguntas, la cual mostró una tendencia predominante en la cual los participantes otorgaron al uso del cuestionamiento dentro del discurso digital. Las preguntas eran respondidas por ellos mismos, no dejando sólo un cuestionamiento al aire. Es decir, se establecía una relación de causa-efecto.

Cada uno de estos tweets obtuvieron respuestas por parte de los usuarios. Lo que permite comprender que es un recurso efectivo para incentivar el discurso digital.

Las categorías pertenecientes a la dicotomía multipersonal para este análisis fueron excluidas, debido a que sólo se

presentaron 1 vez dentro de toda la muestra y obtuvieron el mismo número de interacciones en el mismo tweet.

La manifestación de la dicotomía extimidad-intimidación permitió comprender al uso del lenguaje como elemento esencial utilizado por los emisores de este discurso digital.

Es necesario puntualizar el hecho de que ambas dicotomías se presentaron casi en el mismo número. La extimidad, de todo el conjunto de sus categorías, se presentó 73 veces. Mientras que la intimidación, de misma forma, un total de 74 ocasiones.

A la palabra “denunciar” se le otorgó un uso aclarativo. Los tweets que incluían esta palabra estaban acompañados de una contextualización que permitiera comprender una cuestión específica: ¿Qué sucede cuando se decide denunciar o no denunciar?

Se encontraron en estos tweets palabras como “valor” “valiente” “tenía más miedo que información” “Lo cansado que es defenderse y explicar”

Al igual que se incluyó en preguntas como: ¿No eres apta para denunciar el acoso?, ¿A qué atribuyes que una víctima de acoso sexual no denuncie su caso?

Se puede deducir que existe este cuestionamiento sobre el acto de la denuncia, que está ligado directamente con el contexto social y cultural que rodea a México. En el cual, denunciar un acto de violencia es considerado un acto de valor.

Prosigue la categoría del uso de la palabra “acoso” la cual siguió la tendencia de afirmación. Es decir, de resaltar que el acoso sexual existe dentro de la sociedad y que es un acto violento que rodea a las mujeres. Al igual que se denota que se reconoce dentro de la sociedad mexicana que cualquier individuo que denuncie algún tipo de acoso experimentado, será puesto al escrutinio de la sociedad.

Se reconoce en este discurso de igual forma que existe el abuso sexual dentro de distintos contextos. Se emplearon frases como: “el abuso sexual, laboral y económico hacia las mujeres debe parar en este país” “(...) nadie, entiende lo que nos sucede cuando sufrimos acoso o abuso.

Por último, la categoría del uso del afirmativo “sí” dentro de la muestra se empleó con dos tipos de fines, dentro del discurso digital:

- Para afirmar una postura: Una frase ejemplo de esta “No, no necesitan que estés de acuerdo y sí, los violadores y acosadores son amigos y familiares”

- Para explicar situaciones hipotéticas: cuando camino por la calle sola, si veo más de dos hombres juntos me cambió de banqueta por miedo. (...)” “¿Si un tipo desconocido te toma una foto y la pública sin tu consentimiento, le aplaudes?

Al analizar esto, se puede deducir que hay una apertura afirmativa a hablar sobre esta problemática. Al igual que de preguntar a los demás participantes de twitter que harían en caso de. Un modo de buscar introducir la empatía al discurso.

Siguiendo a la dicotomía de intimidación, la primera categoría “por uso del verbo callar” se centró en explicar la pregunta ¿Por qué callan?, respondiendo a esto por el complicado

contexto cultural de México y el proceso psicológico que atraviesan las víctimas de abuso o acoso sexual.

Una de las frases a destacar de los tweets que argumentan esta deducción es: “Que triste que la gente cuestione, señale y pida respuestas cuando una mujer denuncia cualquier tipo de agresión (...) Y luego se preguntan, ¿el por qué prefieren callar?”

Siguiendo a la categoría de intimidación por uso del pronombre personal YO en primera persona “Yo” se pudo observar que fue utilizado por los usuarios para expresar una postura específica. Ejemplo de esto:

- “Yo mañana espero un comunicado de Karla Souza aclarando si fue ella la que acusó a Gustavo Loza”
- “Yo le creo a Karla”

Esta categoría se liga directamente a la de “uso del verbo creer” ya que, de la misma manera, el verbo era empleado para expresar un posicionamiento. En este se comparten frases como: “Creo que estas acciones son inaceptables en cualquier ámbito laboral” y también la frase mencionada anteriormente “Yo le creo a Karla”.

Por último, la categoría de intimidación “por uso de posesivos” demuestra una conexión discursiva con la postura de apoyo. Se observó el uso de frases como: “Comparto con ustedes mi posicionamiento” “Mi apoyo total”. Por lo tanto, si se conectan entre sí cada una de las categorías, presentes en la dicotomía, se puede observar el seguimiento de una línea de respeto y tolerancia. Aunque podría argumentarse que la intimidación debería conllevar silencio, en esta muestra se observó que desde la postura individual se apoyó a este movimiento.

REFLEXIONES FINALES

El activismo digital tiene un pasado relativamente reciente. Casos como #BringBackOurGirls o #BlackLivesMatter fueron un ejemplo de una estrategia digital exitosa que cumplió con los fines últimos del activismo: generar cambios positivos en la sociedad. En el caso del #MeToo, fenómeno que nace de la mano de personalidades importantes de la esfera del espectáculo estadounidense, su inserción como tema a discusión dentro de la opinión pública de México denotó distintas áreas de oportunidad comunicacionales.

Una de ellas es la necesidad de aumentar el uso del lenguaje incluyente para poder integrar a los usuarios hombres a la discusión. Esto permitirá que el discurso digital genere mayor consciencia y trascendencia. De igual forma, habrá mayor intercambio de opiniones que posibiliten un diálogo más equilibrado. El área de oportunidad que muestra el uso de visuales como aspecto tendencial popular entre los usuarios brinda un nuevo espectro de acción que los activistas sociales podrían utilizar como herramienta efectiva. Así como lo reflejaron los resultados, son las imágenes las que demuestran mayor respuesta e interacciones dentro de la plataforma. Una campaña social que base su estrategia en su uso podrá beneficiar a distintas causas sociales.

Contrario a la idea colectiva de que fue un esfuerzo poco efectivo, en el cual sus participantes fueron descalificadas en

cuanto a credibilidad de testimonios, el presente estudio de caso permitió develar las características que adoptó este discurso digital. Las cuales denotan una actitud de tolerancia, respeto y apertura. Los resultados analizados permiten argumentar que sí bien en México no se dispuso de una mesa de diálogo más amplia y adecuada, con mayores voceros y voceras sobre el tema, en Twitter existe un intercambio de opiniones orientado a hacer visible el acoso y hostigamiento sexual, así como las violaciones a mujeres en el ámbito laboral.

La metodología aplicada permitió enriquecer el análisis de cada tweet y comprobar que es en las plataformas digitales donde se está construyendo y revolucionando la forma de elaborar un discurso. Twitter se ha convertido en una herramienta esencial para grupos de activistas que deseen alcanzar nuevos seguidores y dar a conocer a nivel más amplio la causa por la que luchan.

El área de oportunidad que se encontró a partir de esta investigación es poder aplicar un modelo teórico como el de Lucia Cantamutto y Cristina Vela Delfa para el estudio de distintos fenómenos desarrollados en plataformas digitales. Tomando en cuenta que sólo se analizó el caso por medio de tres de los quince pares de dicotomías propuestas en el modelo queda más claro que puede afinarse el estudio para encontrar muchos más significados intrínsecos en este tema.

Al mismo tiempo, esta investigación brinda bases teóricas y prácticas para aquellos investigadores que estén interesados en el análisis de temáticas del discurso digital. Esto permitirá ampliar el campo de estudio y generar mayores avances en cuanto al conocimiento de su elaboración e impacto en la sociedad.

REFERENCIAS

- [1] Albaladejo, T. (2011). Accesibilidad y recepción en el discurso digital. En *Un nuevo léxico en la red* (pág. 71). Madrid: Dykinson.
- [2] Cantamutto, L., & Delfa, C. V. (2016). *El Discurso Digital como objeto de Estudio*. Aposta, 29.
- [3] Gobato, F. (2013). La interacción social en la comunicación contemporánea. *Revista de Ciencias Sociales*, 213.
- [4] Lopez, L., & Synder, C. (13 de Diciembre de 2017). *Business Insider*. Obtenido de *Business Insider*: <http://www.businessinsider.com/how-the-metoo-movement-started-where-its-headed-tarana-burke-time-person-of-year-women-2017-12>
- [5] Martínez, F., & Lorenzo, F. C. (2010). Interactividad: Revisión conceptual y contextual. *Icono* 14, 09-21.
- [6] Megele, C. (2014). Theorizing Twitter Chat. *Journal of Perspectives in Applied Academic Practice*, 46-51.
- [7] Park, A. (24 de Octubre de 2017). *CBS News*. Obtenido de <https://www.cbsnews.com/news/metoo-reaches-85-countries-with-1-7-million-tweets/>
- [8] Ricketts, A. (2012). *The activist's handbook*. New York: Zed Books.
- [9] Rutenberg, J., R. A., & M. R. (18 de octubre de 2017). *The New York Times ES*. Obtenido de https://www.nytimes.com/es/2017/10/18/la-tormenta-que-ha-desatado-la-caida-de-harvey-weinstein/?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fnytes&action=click&contentCollection=harvey-weinstein®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=5
- [10] Weiss, S. (2014). The Power of #YesAllWomen. *The New Yorker*, 2.
- [11] Yano, N. (008 de febrero de 2018). En México no tendremos una versión del movimiento #MeToo y es por estas razones. *Huffinton Post*.