

«La lógica de TikTok retroalimenta que las mujeres se presenten mucho más estereotipadas»

Por: Nobbot. 27/03/2022

La exhibición en redes sociales como TikTok no nace de cada persona, sino que está incentivada por la estructura digital, según **Remedios Zafra**, investigadora en el [Instituto de Filosofía del CSIC](#).

«A finales del siglo XX y principios de siglo XXI hay un punto de inflexión relacionado con Internet y nuestras vidas *interfaceadas* por pantallas. La posibilidad de estar permanentemente conectados produce cambios que erosionan clásicas esferas antes diferenciadas, como la pública y la privada, pero que también **contribuyen a naturalizar la pantalla pasando por alto que es un marco de fantasía**. Por otro lado, los logros en igualdad han hecho que quienes vivían de manera privilegiada, sientan que pueden perder algunas de sus prerrogativas, generando inestabilidades que de distintas maneras [favorecen la polarización](#), en los últimos años acentuada por el mundo en red», explica Remedios Zafra, que ha participado en la serie de entrevistas ‘**Científicas y Cambio Global**’, del CSIC.

La filósofa señala que «la manera en la que compartimos nuestra vida en las redes, convertidas en el escaparate de muchas personas, hace pensar que **las formas en las que vivimos la intimidad están cambiando**. Umberto Eco decía que a medida que las distintas culturas se han caracterizado por proteger lo más valioso, la intimidad, la cultura contemporánea se caracteriza por no protegerla y por incentivar que sea expuesta. **Esa tendencia del sujeto a exhibirse en las redes no nace de manera natural por su parte, sino que es incentivada por la estructura digital de las redes sociales**. Por tanto, hay que intervenir, señalar y denunciar porque pone en riesgo ese gran valor del sujeto».

REDES SOCIALES Y FEMINISMO

Sin embargo, Zafra apunta que hay también lecturas políticas interesantes cuando vemos cómo determinadas comunidades pueden apropiarse de esa posibilidad de hacer público lo íntimo cuando la intimidad ha sido opresiva. «Es el caso concreto de

las mujeres: apoyadas en una creciente sororidad, han ido compartiendo aquella violencia explícita o simbólica que vivían en la intimidad y que se había invisibilizado o derivado como aquello de lo que no se habla. Compartirla contribuyó a hacerla pública y política. Movimientos como ‘**Ni una menos**’, ‘[Me too](#)’ o multitud de campañas que denuncian la situación de invisibilización de muchas formas de violencia sobre la mujer, a través de Internet, han generado una **grandísima potencia que permite contagiar lo que comienza siendo íntimo y se convierte en algo de lo que se tiene que hablar**».

Para evitar lo riesgos que plantean las redes sociales en cuanto a pérdida de intimidad, Remedios Zafra, considera clave identificar cuándo las fuerzas que movilizan esa exposición de la intimidad nacen de una misma y cuándo son incentivadas por parte del mercado y de las industrias digitales. «Se comparte la vida privada pero también lo que el mercado proyecta sobre qué tiene que identificar a las mujeres. **En el caso de Tik Tok es muy llamativo cómo su lógica retroalimenta que las mujeres se presenten mucho más estereotipadas**, animando (y premiando con *likes* y dinero) su objetualización y estetización a través de exhibiciones de bailes y cuerpos semidesnudos, mientras que **los chicos siguen apropiándose del discurso en medios como Youtube o Twitch**. En tanto logran mucha más audiencia se reafirman y el bucle se retroalimenta. Esto les alienta a seguir haciéndolo y parece que quita la responsabilidad a quien los ve, cuando **la mirada tiene responsabilidad en una época en la que los ojos son una nueva moneda**».

POLARIZACIÓN Y SIMPLIFICACIÓN

Zafra cree, no obstante, que la intimidad compartida por decisión propia tiene otros matices. «Recuerdo unas palabras de la filósofa francesa Simone Weil, al diferenciar (desde un punto de vista moral) cómo **una organización es buena cuando atenúa las desigualdades**; es negativa cuando las amplifica, **polarizando o generando más estereotipos**; y es perversa cuando encasilla, acota a las personas y dificulta la posibilidad de cambiar».

«La mirada tiene responsabilidad en una época en la que los ojos son una nueva moneda»

Las nuevas identidades compartidas en las redes sociales han ocasionado una

revalorización del yo, sujetado en sus imágenes reales, al que se le penaliza por utilizar la máscara, que permite ser otros. **El yo se convierte en el centro y es producto de las redes sociales.** «Las identidades colectivas se construyen apoyadas en afinidades o una edad determinada, pero no tanto por compartir un ideario. La ideología no nos vincula demasiado y nos permite descartar al que no piensa como nosotros. Vivimos en un escenario en el que determinadas redes se apoyan en la impresión».

«Esa forma de hablar nos ha hecho perder el valor de profundizar y el pensamiento lento de las humanidades. Esa celeridad y ese **exceso de ruido favorece la polarización y la simplificación de posturas**, que es uno de los grandes riesgos a los que nos enfrentamos», concluye Remedios Zafra.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Nobbot

Fecha de creación

2022/03/27