



SOCIAL MEDIA ARE OURS

LAS REDES SON NUESTRAS

Ana Doria y José Fernández-Ardáiz

Resumen

Las mujeres podemos hoy recuperar el espíritu 2.0 de internet: el de una web participativa, social y transformadora, individual y colectivamente.

Palabras clave: Internet; género; comunicación política.

Abstract

Women today can recover the 2.0 Internet spirit: a participative web, transforming and social, individual and collectively.

Keywords: Internet; gender; political communication.

“Nosotras, las mujeres sufragistas, tenemos la misión más grande que el mundo haya conocido: liberar a la mitad de la raza humana y, a través de esa libertad, salvar al resto”. Emmeline Pankhurst (1858-1928). Activista política británica y líder del movimiento sufragista.

Que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) e internet son parte intrínseca de nuestras vidas, a estas alturas, resulta una obviedad. Sin embargo, estas frases comúnmente quedan en lo discursivo sin hacerse real hincapié en su sentido social y político. Las redes sociales han cambiado nuestras formas de vincularnos. Internet nos permite transformar las relaciones de poder, cuestionar el sistema –patriarcal– y replantear los lazos sociales. Y las mujeres políticas son protagonistas de ello.

El espíritu inicial de internet en esta sociedad digital es aquel referido al diálogo, la horizontalidad y el acceso al libre conocimiento. La posibilidad de llevar a cabo políticas de abajo hacia arriba y de romper las barreras de tiempo y espacio y


jerarquías; el trabajo en red, la difusión masiva y las movilizaciones colectivas. Frente a estas posibilidades aparecen los mercados, las restricciones, la censura, el control y las brechas digitales, de género, uso y acceso, y esta esencia se ha tergiversado.


Las mujeres hoy podemos recuperar el espíritu 2.0 de internet: el de una web participativa, social y transformadora, individual y colectivamente. Internet y las redes sociales pueden ser nuestras, siendo mujeres políticas, con incidencia en la agenda y en las políticas públicas, esto significa mucho. Ya no necesitamos de los medios de comunicación tradicionales, y la imposición de sus agendas (patriarcales) que nos ubican en los lugares de desigualdad de género cuestionando nuestro tono de voz, cómo estamos vestidas, nuestra intimidad y nuestras vidas personales.

En internet podemos ser nosotras mismas, y esta desigualdad de género se acaba. Ya no necesitamos de nadie ni nada para expresar nuestros mensajes, ni para contar nuestros programas, propuestas e ideas.


Las redes nos permiten promover una comunicación de iguales y de mujeres, que implica más vínculos, cercanía, diálogo y una construcción colectiva. Ser quienes queremos ser.

Es necesario plantear una estrategia que defina nuestros objetivos para decidir luego qué herramientas digitales usaremos y con qué fines. Resulta preciso saber que cada red social tiene su público, su lenguaje y sus lógicas de uso y consumo.

 En **Facebook** hay más diálogo, construcción de relato, vínculo con la gente a través de formatos multimedia, y textos. La segmentación es una de sus principales características: a quién le hablamos, sobre qué temas y cuándo. Facebook es la plaza pública donde todos y todas tenemos voz y voto. Pensemos en utilizar posteos dirigidos, claros, con contenido, lenguaje inclusivo y cercano. Aprovechemos para dialogar con la gente. Saber qué quieren, quiénes son, qué tienen para aportarnos para construir en conjunto. Grandes convocatorias pueden surgir desde Facebook, mensajes masivos, con mucha llegada. En el mundo hay más de 2.167 millones de usuarios activos en un mes. Y las mujeres podemos contar nuestros mensajes y dialogar con ell@s.

 Por otro lado tenemos a **Twitter**. Una red social más unidireccional: 140 ó 280 caracteres de mensajes concisos, simples y direccionados. Con los *hashtag* y las etiquetas como claves. Siguiendo el minuto a minuto de la agenda pública y creando nuestra propia agenda. Aquí estamos las políticas, los medios,

la opinión pública, etc. La red social del pajarito se caracteriza por ser la más violenta, con altos niveles de agresión. Los *trolls* y *fakes* se llevan el protagonismo y en estos espacios las mujeres solemos ser blanco de ataques. Esta herramienta digital, como todas, la podemos hacer nuestra e invertir este mal uso de Twitter: no entrar en el juego de los falsos tuits, denunciar en caso de amenazas y abusos, y siempre ser convincentes con nuestros mensajes hará que triunfe nuestra estrategia.

 **Instagram**, la nueva estrella de las redes sociales. Fotos, vídeos e historias en vivo. La imagen es todo, e Instagram lo demuestra día a día. Aquí podemos contar nuestra visión del mundo desde nuestros ojos a partir de imágenes y las fotos publicadas. Nuestro día a día, espacios y actividades, con las historias y transmisiones en vivo. Nuestras declaraciones en primera persona con videos cortos. Instagram es imagen, creatividad e informalidad. Un lenguaje joven, fresco.

Las redes sociales no tienen género, en la nube e internet somos todos y todas iguales. Este espacio lo podemos ocupar nosotras, mujeres políticas, sin que nos impongan, exijan ni manden. A través de la creatividad y de mensajes claros y concisos. Contando con voz propia nuestras experiencias, propuestas e ideas. Generando y compartiendo conocimiento. Movilizando. Podemos ser ante todo nosotras mismas, despojadas de la carga y las presiones del sistema patriarcal. Ser libres.

Aprovechemos las TIC e internet y sus posibilidades, para hacer un mundo mejor y gobiernos más horizontales, inclusivos e igualitarios. Tenemos la oportunidad de acceder a la esfera pública, actuar y transformar la sociedad, crear nuevos imaginarios, romper las brechas y barreras, derribar los estereotipos, el lenguaje sexista, la objetivación de las mujeres y a contraposición promover una sociedad de iguales.

Las redes sociales son nuestras y con ellas podemos motivar una transformación en el poder, real. Las redes son nuestras, nuestro espacio para ser y estar.



Ana Doria
Especialista en estrategias de comunicación digital y redes sociales, y en comunicación con perspectiva de género.
[@AnitaDoria](#)



José Fernández-Ardáiz
Especialista en comunicación política 2.0 y acciones digitales. Asesor en campañas de comunicación e innovación en gobierno en internet.
[@JFArdaiz](#)