



Reseña

Torres Guijarro, Soledad (coord.). (2024). *Hackeamos o patriarcado. Unha análise do machismo dixital.*

Vigo: Galaxia

Torres Guijarro, Soledad (coord.). (2024). *'We hack patriarchy': the proof that gender bias can disappear from the network.*

Vigo: Galaxia

Ana González Liste

Periodista. @BelaMistura. Artigo publicado en "Praza Pública" 08/11/2024.

Cátedra de Feminismos 4.0 DEPO-UVigo



Contacto:

Ana González Liste
ana@praza.gal

Cátedra de Feminismos 4.0

DEPO - UVigo



Universidade de Vigo

Resumen

Hackeamos o patriarcado. Unha análise do machismo dixital reúne a máis de vinte investigadoras e investigadores e está coordinado por Soledad Torres Guijarro, profesora na Escola de Enxeñaría de Telecomunicación da Universidade de Vigo. O volume, publicado na colección Feminismos da Editorial Galaxia, recompila sete traballos de investigación relacionados co machismo na rede, catro dos cales foron desenvolvidos pola Cátedra de Feminismos 4.0 da Uvigo, co-financiada pola Deputación de Pontevedra sobre os modos en que se opera o machismo dixital na actualidade.

Palabras clave

Nesgos de xénero, sexismo dixital, internet, patriarcado, machismo dixital

Abstract

We hack the patriarchy: an analysis of digital machismo brings together more than twenty researchers and is coordinated by Soledad Torres Guijarro, professor at the Higher Technical School of Telecommunications Engineering at the University of Vigo. The volume, published in the

Feminismos collection of Editorial Galaxia, compiles seven investigations on machismo on the Internet, four of them developed by the Feminismos 4.0 Chair of the University of Vigo, co-financed by the Provincial Council of Pontevedra, which explore the mechanisms of machismo digital today.

Keywords

Gender bias, digital sexism, internet, patriarchy, digital machismo

COMENTARIO CRÍTICO

“Oe Siri, es unha puta”. “Ruborizaríame se puidese”. Esta interacción real coa asistente dixital de conversa de Apple protagonizou en 2019 un informe da UNESCO que colleu como título a resposta orixinal de Siri (en inglés): I’d blush if I could. Unha aproximación desde a ollada feminista a chatbots en castelán –no momento da investigación non había ningún funcionando en galego– centra o primeiro capítulo do libro *Hackeamos o patriarcado*, que se presenta na librería Cartabón de Vigo o mércores 20 de novembro ás oito da tarde.

Hackeamos o patriarcado. Unha análise do machismo dixital reúne a máis de vinte investigadoras e investigadores e está coordinado por Soledad Torres Guijarro, profesora na Escola de Enxeñaría de Telecomunicación da Universidade de Vigo. O volume, publicado na colección *Feminismos* da Editorial Galaxia, recompila sete traballos de investigación relacionados co machismo na rede, catro dos cales foron desenvolvidos pola Cátedra de Feminismos 4.0 da Uvigo, co-financiada pola Deputación de Pontevedra.

“As desigualdades de xénero amplifícanse no mundo dixital, onde non hai barreiras temporais e xeográficas, nin, por tanto, refuxio”, destacan as autoras deste volume. A propia Soledad Torres Guijarro asina xunto a Iria Vázquez Silva e Mercedes Rodríguez García o traballo co que abre o libro, no que demostran os nesgos machistas das asistentes dixitais de conversa en funcionamento e como é posible crear unha ferramenta que foxa das lóxicas patriarcais.

“A investigación xorde da preocupación que nos causan os resultados de estudos previos que analizan a asistencia dixital en inglés, decidimos analizar como reaccionan os sistemas en castelán e collemos exemplos xeneralistas como Siri ou o asistente de Google ata sistemas especializados de determinadas empresas como asistentes de venda de billetes de tren.

Estudamos desde a súa imaxe e voz ata as respostas que dan fronte a un cuestionario que elaboramos intentando buscar eses nesgos machistas que se estudaran en inglés”, explica Torres Guijarro.

“Quen as deseñou envorcou nelas todos os seus nesgos de xénero no sentido de que son servís, tolerantes ao acoso e ao maltrato, empregan unha linguaxe pouco inclusiva e non son nada feministas”, di a investigadora sobre as asistentes dixitais de conversa.

A maioría das ferramentas de asistencia de voz son femininas, no sentido de que teñen unha voz e unha aparencia con trazos femininos, cunha imaxe hipersexualizada. “Quen as deseñou envorcou nelas todos os seus nesgos de xénero –incide a investigadora– no sentido de que son servís, tolerantes ao acoso e ao maltrato, empregan unha linguaxe pouco inclusiva e non son nada feministas, non están abertas á diversidade en ningún aspecto. É dicir, que teñen uns nesgos moi pouco desexables no seu deseño, non van contribuír a mellorar a relación tan estereotipada que temos ás veces co xénero feminino”.

Margarita é a asistente dixital de conversa creada por estas investigadoras, que demostra que todos estes nesgos de xénero son impostos deliberadamente por quen diseña estas ferramentas, pois neste caso non están presentes. Chámase Margarita en homenaxe á bioquímica Margarita Salas e proporciona información sobre mulleres científicas de todo o mundo de forma non nesgada e non machista. “As nosas achegas empregáronse para desenvolver a asistente dixital da UVigo, que está dispoñible no seu sitio web”, celebra Soledad Torres Guijarro.

Conforme nos últimos anos foron saíndo á luz estas anomalías, as empresas foron eliminando os nesgos dos seus chatbots. “Pode e débese corrixir, o problema é que se non analizamos e denunciemos a mala praxe no desenvolvemento destes sistemas atopamos funcionamentos que non son axeitados”, critica a enxeñeira de Telecomunicación.

Varios dos estudos que se detallan no libro están centrados na análise das redes sociais desde diferentes prismas, un está enfocado nas violencias de xénero dixitais, reflexionando sobre as causas da súa proliferación, entre as que se detecta a falta de consecuencias para quen agride e mais o desinterese de quen xestiona as redes; outro traballo demostra que a tecnoloxía para detección de violencia de xénero dixital está dispoñible e funciona, co que pode servir para moderar comentarios violentos ou discriminatorios.

Neste sentido, Soledad Torres Guijarro salienta que queda demostrado que a propia configuración das redes sociais premia os comentarios que provocan polémicas e polarizacións, entre os que destacan os comentarios machistas. Ademais, a enxeñeira certifica que é algo “totalmente intencionado” por parte dos creadores destas plataformas. “Da mesma maneira que deseñas un sistema que favoreza eses contidos, podes deseñar outro que os detecte e os penalice”, argumenta.

Soledad Torres Guijarro salienta que queda demostrado que a propia configuración das redes sociais premia os comentarios que provocan polémicas e polarizacións, entre os que destacan os comentarios machistas.

Este libro colabora a que as cousas se saiban mentres chegan as medidas correctoras para as redes sociais. “O feito de que as redes sociais fomenten unha expresión de xénero e de identidade sexual tan encadrada e normativa, e o efecto que isto ten sobre a saúde emocional da xente que se sae desa norma e que se atopa coartada na súa liberdade de expresión, son evidentes e están demostrados. Isto está a ter un efecto sobre o benestar emocional das persoas máis novas que tamén está demostrado xa. Porén, que se pode facer? É difícil”, debulla a investigadora, que aposta por forzar os cambios como persoas usuarias das redes, pois ve difícil que acaben chegando esas medidas legais polas que se segue a agardar.

As investigadoras Lorena Arévalo Iglesias e Rut Martínez López de Castro asinan o capítulo titulado Instagram e os perigos sexistas para a mocidade, no que explican que “o peso da imaxe nunha plataforma como Instagram fai dela un espazo no que aqueles atributos de carácter aspiracional ou desexable son transmitidos mediante categorías de asimilación instantánea, que permiten a rápida identificación con modelos ou padróns recoñecibles do imaxinario colectivo (que nalgúns casos están vencellados a prexuízos). Aspectos como a aparencia física (delgadez, musculatura, estilo, presenza ou ausencia de pelo corporal), a actitude (triunfo, submisión, rebeldía), a identidade e orientación sexual (masculinidades e feminidades normativas) ou o status social (viaxes, experiencias, compañías) son a base dos discursos visuais construídos pola mocidade nesta rede social”.

A interacción en Instagram convértese, no fondo, nun “proceso inconsciente de xestión reputacional” onde, segundo destaca Torres Guijarro, “a violencia se exerce desde o momento no que aqueles perfís que se saen do ‘bonito’ son silenciados”. “Obríganche a encaixar dentro do estándar do aceptable, o normativo e o ‘bonito’ porque doutra maneira bótate fóra”, agrega. O gran

problema, como se destaca neste traballo, é que hai toda unha xeración que aprendeu a socializarse aí e o seu comportamento está completamente nesgado polo comportamento desta rede social.

A interacción en Instagram convértese, no fondo, nun “proceso inconsciente de xestión reputacional” onde, segundo destaca Torres Guijarro, “a violencia se exerce desde o momento no que aqueles perfís que se saen do ‘bonito’ son silenciados”

Tanto en Instagram como en TikTok os rapaces ensinan o que fan e as rapazas ensinan o seu corpo, como evidencian as estatísticas. “Todo aquel que saia do ideal perfecto cisheteronormativo non ten cabida aí”, critica a profesora da UVigo, que tamén pon o foco en que nestas redes non se establece un diálogo, non se produce unha discusión que poida axudar a construír as relacións de xénero. “Ti publicas e hai contidos que van arriba e outros que non, quen ve que os seus contidos non van arriba o que recibe desa interacción é rexeitamento: non vales. Logo veñen as feridas e a enfermidade que produce esa sensación de rexeitamento”, asevera.

O poder da imaxe a súa influencia na maneira na que nos relacionamos neste século é fundamental. “E lexitimar os discursos minoritarios, non normativos, contrahexemónicos, disidentes ou alternativos é un dos grandes poderes da fotografía, e mesmo das redes sociais como plataformas de uso público”. “Non é que nas redes sociais se fomente o machismo máis que outras formas de violencia –destaca a investigadora– pero, ao final, o que se fomentan son os comentarios que xeran polarización, que se difunden un montón de veces e producen moito tráfico na rede, que é o que lles interesa desde o punto de vista do negocio”.

