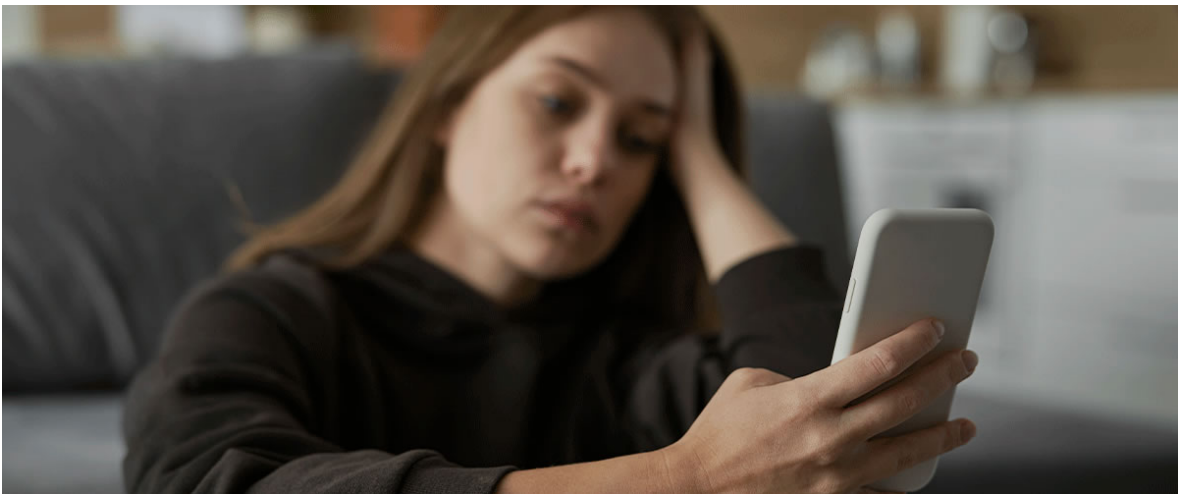


Misoginia y odio en redes sociales: Experto en Comunicación analiza cómo combatir el machismo digital conocido como «manósfera»

El Ciudadano · 29 de agosto de 2025

Académico de la U. de La Serena, Dr. Pablo Andrada, explicó que la manósfera aún no es un término validado académicamente, pero es un concepto que tomó fuerza globalmente con la serie de Netflix 'Adolescencia'. A su juicio, esta producción dio cuenta "de algo que ya existía y que tiene que ver con un lugar de resguardo de un machismo que se siente acorralado, en sus términos, por el avance del feminismo entendido como la igualdad de derechos entre hombres y mujeres".



En los años recientes muchos expertos y organizaciones han alertado sobre el surgimiento de un fenómeno que amenaza la seguridad de las personas y la igualdad de género, y que tiene que ver con una creciente red de comunidades en línea que difunde mensajes de misoginia y

odio, conocida como «la manósfera», que según Naciones Unidas está migrando desde los espacios digitales al mundo real.

Teniendo en cuenta que hay más de 5.500 millones de personas conectadas, se podría decir que las plataformas digitales son un elemento central en la forma en que interactúan y se informan las personas, lo que sumado a la amplificación que ofrecen los algoritmos, podría convertirse en una señal de alerta.

Respecto a esto, el académico de la Escuela de Periodismo de la Universidad de La Serena, Dr. Pablo Andrada Sola, quien se especializa en líneas de investigación sobre educación, cultura, comunicación y estudios de audiencias y medios, explicó que la manósfera «aún no es un término validado académicamente, pero es un concepto que tomó fuerza globalmente con la serie de Netflix ‘Adolescencia’, lo que amplió el debate».

Para el académico, esta serie dio cuenta «de algo que ya existía y que tiene que ver con un lugar de resguardo de un machismo que se siente acorralado, en sus términos, por el avance del feminismo entendido como la igualdad de derechos entre hombres y mujeres».

«Con el avance de la tecnología, la manósfera es la antítesis al avance de la perspectiva feminista en distintos espacios, sobre todo institucionales, como una reacción que va muy de la mano de gobiernos de ultraderecha, que están en auge en el último tiempo y que plantean miradas conservadoras», agregó el Dr. Andrada.

El experto detalló que «los ingenieros científicos de Facebook se dieron cuenta que las noticias de odio, daño y burla, que suelen ser falsas, se propagan 6 veces más que las verdaderas, porque impactan más al cerebro humano y por ende uno quiere compartirlas».

«En cambio, con una noticia positiva, esto se da mucho menos. A partir de esto podríamos intuir por qué algunos programas tienen más rating en la televisión, pero se hace mucho más evidente con el contenido popular en las redes sociales», planteó el investigador.

El Dr. Andrada resaltó que «al auge de redes sociales diversas y personalizadas que generan el fenómeno de las cámaras de eco, donde solo se reproduce lo que nos gusta escuchar, hay que sumarle los efectos del encierro durante la pandemia que incrementaron estas burbujas confortables, pero que no admiten el debate respetuoso».

En ese sentido, destacó que «la adolescencia hasta alrededor de los 22 años es una etapa muy vulnerable, porque se está formando la personalidad, entonces si la persona se siente atacada, puede ver en las redes sociales una salida fácil para canalizar sus inseguridades, lo que permite que se formen grupos que van construyendo un correlato político».

En relación a esto, el Doctor en Comunicación afirmó que «actualmente existen reivindicaciones para que los lugares de decisión tengan una presencia relevante de mujeres, lo que en general no ocurre. Eso muchas veces se traduce en las redes sociales como pérdida de los privilegios del poder masculino ante los ojos de hombres más jóvenes, sin tener en cuenta de que pese a los avances del feminismo, seguimos viviendo en un régimen patriarcal, que se ve evidenciado en las organizaciones, pero también en lo doméstico, como hacer el aseo y cuidar a los mayores o a los hijos, etcétera».

El periodista también señaló que «hay estudiantes que tenían 12 o 13 años entre 2017-2018, que no saben quiénes eran el colectivo feminista Las Tesis, y eso no es su culpa, porque hay

que ver cómo vivieron ellos y sus familias la revolución feminista de ese entonces, e internalizar que no podemos dar por hecho que algo que marcó a una generación, solo por eso se va a perpetuar».

«Alcanzar la equidad de género es un proceso de cambio complejo, que no necesariamente está asegurado, lo mismo sucede con el movimiento LGTBI, temas raciales y culturales. Son terrenos en disputa que requieren de una enseñanza continua, por eso es importante preguntarnos cómo podemos educar a estos jóvenes que se sienten discriminados, porque si no, los vamos a perder». advirtió el académico de la U. de La Serena.

En línea con esto, recalcó que en el libro *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*, de José van Dijck, se ve que hasta el 2006 las redes sociales eran muy colaborativas, pero después se transformaron en un negocio.

«Cuando internet se popularizó, se conectó más gente y con eso creció el negocio, incorporándose el deseo de utilizar los datos de las personas. El gran cambio fue cuando establecieron el botón de *Me gusta* y el de *Compartir*, ya que se puede ver a lo que le dan like, si juegan Candy Crush, si tienen Tinder, y hasta a qué hora se duermen, porque además están geolocalizados», recordó el profesor Pablo Andrada.

«Con ello, las grandes empresas tecnológicas comienzan a alimentar las cuentas con información personalizada o entretención de impacto, generando cámaras de eco y filtros burbujas, incentivando el aislamiento social y la consolidación de estereotipos que responden a las lógicas de cada grupo», añadió.

En cuanto a las posibles formas de afrontar esta situación, el investigador insistió en que lo importante, por un lado, «es hacer educación mediática en escuelas y en universidades para las audiencias, y por otro lado, regular el negocio, que es lo que han intentado varios países. Por ejemplo, la Unión Europea tiene una protección de datos sofisticada. Dentro de ella, en Dinamarca acaban de aprobar que la gente tiene derecho a su imagen y a judicializar su uso».

El Dr. Andrada dijo por último que incluso «cuando estamos viendo algo para relajarnos, aparecen imágenes de McDonald's y después queremos comer una hamburguesa, y eso no es casual, porque las grandes empresas aplican conocimientos de la neurociencia, por eso,

necesitamos aprender cómo funciona el cerebro, los efectos de la dopamina, lo que nos genera ansiedad, de manera de reconocerlo y manejarlo para poder tener la libertad de tomar una decisión consciente».

«Es importante que empecemos a preguntarnos por qué nos evadimos en las redes sociales y ahí empiezan otras preguntas claves, como por ejemplo, por qué no sé hablar con mis padres o por qué no puedo disfrutar el momento sin tener que mirar el celular». cerró el profesional.

Sigue leyendo sobre este tema:

Proyecto que prohíbe uso de celulares en escuelas y liceos avanzó en el Senado

«Usan ejércitos de bots y cuentas falsas para manipular a los chilenos desde su celular»: Fiscalía investigará denuncia contra Partido Republicano de José Antonio Kast

EEUU: Padres demandan a OpenAI y su director ejecutivo Sam Altman acusando que ChatGPT ayudó a suicidarse a su hijo

Demencia digital: El nuevo riesgo neurológico que amenaza a niños y jóvenes
El Ciudadano

Fuente: El Ciudadano