



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

The influence of instagramers on traditional roles changes through case studies of Feminista Ilustrada and Towanda Rebels.

Pilar Roldán Domínguez.

Dra. María Begoña Gutiérrez San Miguel.

Salamanca- Julio, 2021.

Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género.

AGRADECIMIENTOS.

En primer lugar, me gustaría agradecer a mi tutora, Begoña Gutiérrez San Miguel por haber sido mi guía durante la elaboración de este Trabajo Fin de Máster.

A todas y todos los profesores del Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género de la Universidad de Salamanca. Gracias por brindarnos vuestros conocimientos y hacernos crecer como profesionales.

A mis padres, por apoyarme siempre en todas mis metas y objetivos. Gracias por todos los esfuerzos que habéis hecho por mi durante todos estos años. Os quiero.

A mis compañeras del Máster. Ruth, Mai, Sara, sin vosotras nada de esto hubiera sido lo mismo. Gracias por tanto apoyo incondicional y tantos momentos de felicidad.

A Ludovica, por ser la mejor compañera de piso que jamás pude imaginar. Ci vediamo presto.

En último lugar, gracias por tus palabras de aliento, por tus ánimos, tu apoyo y tu infinita paciencia. Te quiero Pablo.

RESUMEN

El presente Trabajo Fin de Máster tiene como objetivo fundamental el análisis del discurso feminista en la red social Instagram, así como el papel fundamental de las *influencers* feministas a la hora de promover el feminismo. Al comenzar este trabajo de investigación se consideró necesario conocer la historia del feminismo y las diferentes olas que lo componen, además de conocer a mujeres influyentes en las distintas etapas, hasta llegar a la actual, donde el feminismo ha crecido más que nunca, gracias en gran parte al uso de las redes sociales.

Para cumplir con los objetivos y las hipótesis planteadas, se llevará a cabo metodología cualitativa. Se realizarán entrevistas a dos conocidas *influencers* feministas de nuestro país, como son @Feministallustrada y @TowandaRebels. Con estas entrevistas podremos analizar sus experiencias vividas en las redes sociales en referencia al acoso, a la violencia virtual recibida y a los estereotipos que pululan por Instagram.

Palabras clave: ciberactivismo, feminismo, Instagram, estereotipos de género, ciberacoso.

ABSTRACT

The main objective of this Master's thesis is to analyse the feminist discourse on the social network Instagram, as well as the fundamental role of feminist influencers in promoting feminism. At the beginning of this research work, it was considered necessary to know the history of feminism and the different waves that make it up, as well as to know influential women in the different stages, until reaching the current stage, where feminism has grown more than ever, thanks in large part to the use of social networks.

In order to meet the objectives and hypotheses set out, qualitative methodology will be used. Interviews will be conducted with two well-known feminist influencers in our country, such as @FeministaIlustrada and @TowandaRebels. With these interviews we will be able to analyse their experiences on social networks in reference to harassment, virtual violence received and the stereotypes that swarm Instagram.

Keywords: cyberactivism, feminism, Instagram, gender stereotypes, cyberbullying.

ÍNDICE.

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y OBJETO DE ESTUDIO.	3
1.2 NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN.	6
1.3 OBJETIVOS.	7
1.4 HIPÓTESIS.	8
2. BREVE HISTORIA DEL FEMINISMO.	9
2.1 ANTECEDENTES DEL FEMINISMO.	9
2.1.1 Christine de Pizan.	9
2.1.2 Poullain de la Barre	10
2.2 LA PRIMERA OLA DEL FEMINISMO.	12
2.3 LA SEGUNDA OLA DEL FEMINISMO.	14
2.3.1 Sufragismo en Estados Unidos.	14
2.3.2 Sufragismo en Inglaterra.	14
2.3.3 Aportaciones del sufragismo.	15
2.4 LA TERCERA OLA DEL FEMINISMO.	17
3. FEMINISMO 4.0	21
3.1 EL FEMINISMO EN HASHTAGS.	23
3.1.1 Hashtags de origen español.	27
3.2 INICIATIVAS FEMINISTAS EN INSTAGRAM: 8M 2021 Y “¿VAS SOLA?”	30
3.2.1 Huelga feminista 8M 2021.	30
3.2.2 “¿Vas sola?”	33
4. SEXISMO Y MACHISMO OCULTO EN LA RED.	34
4.1 LOS COMENTARIOS SEXISTAS EN INSTAGRAM, ¿PUEDEN DETENERSE?	36
5. METODOLOGÍA.	41
5.1 EL DISEÑO DE LA ENTREVISTA.	42
5.1.1 La selección del contexto.	44
5.1.2 La selección de los casos individuales.	44

5.1.3	La selección definitiva de la muestra. _____	45
5.1.4	Otros aspectos metodológicos. _____	46
5.1.5	La ejecución de la entrevista. _____	46
6.	@FEMINISTAILUSTRADA Y @TOWANDAREBELS. ANÁLISIS DE RESULTADOS. _____	50
6.1	RAZÓN DEL FEMINISMO. _____	51
6.2	INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES. _____	53
6.3	MACHISMO Y ENFRENTAMIENTOS EN INSTAGRAM. _____	56
7.	DISCUSIÓN. _____	63
7.1	REPRODUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS Y DESIGUALDADES EN INSTAGRAM. _____	63
7.2	POSICIONAMIENTOS VIOLENTOS CONTRA LAS ACTIVISTAS FEMINISTAS EN INSTAGRAM. _____	65
7.3	EXPANSIÓN DE TEORÍAS FEMINISTAS EN LA RED. _____	66
8.	CONCLUSIONES. _____	68
9.	BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA. _____	71

1. INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y OBJETO DE ESTUDIO.

“Para las mujeres el acto de escribir es un acto de rebeldía ante el silencio impuesto”.

Luisa Velázquez Herrera.

“La influencia de las *instagramers* en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de “Feminista Ilustrada y Towanda Rebels” es el título de este Trabajo Fin de Máster, que se plantea con el propósito de profundizar sobre el papel de las activistas feministas en Instagram, su trayectoria en esta red social y las aportaciones al discurso feminista.

La historia ha sido construida señalando al hombre como el sexo fuerte y a las mujeres como el sexo débil, menos capaces o incluso menos inteligentes. Esta desigualdad entre hombres y mujeres se ha hecho pasar como algo natural. Así pues, el hombre, basándose en esta “superioridad natural”, ha sido el protagonista de las decisiones políticas, sociales y culturales a lo largo de la historia, mientras que a las mujeres se les ha otorgado las funciones de crianza de los hijos, el cuidado del hogar y las funciones reproductivas. Este silencio forzoso que han sufrido las mujeres durante siglos ha provocado que comiencen a alzarse voces a través de las redes sociales. Voces que han utilizado estas redes sociales como una herramienta de denuncia y lucha frente a la desigualdad y los distintos tipos de violencia de los que somos objeto las mujeres. Fernández Quesada (2020) afirma: “teniendo en cuenta la falta de acceso a las tecnologías de comunicación e información (TIC) que las mujeres han tenido durante toda la historia, no es de extrañar que las redes sociales se hayan convertido en parte indispensable del día a día de muchas”.

Este trabajo completa un campo de estudio que aún es escaso debido principalmente a que la red social Instagram tiene poco más de diez años, por lo que su uso es bastante reciente y, por tanto, el estudio de temas relacionados con esta y el género son bastante escasos. Instagram es una red social creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en el año 2010, que nació con la idea de poder compartir fotografías y

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

videos con amigos y seguidores. Actualmente, la red social cuenta con más de mil millones de usuarios registrados alrededor de todo el mundo, y en España cuenta con unos dieciséis millones de consumidores. Ha conseguido desbancar a la red social Facebook, convirtiéndose en la tercera red social más usada en nuestro país, detrás de Whatsapp y Youtube respectivamente. El 55% de los perfiles pertenecen a mujeres frente al 45% de perfiles masculinos, lo cual demuestra que, en España, Instagram es una red social dominada por las mujeres. Además, es la red social favorita de los *millennials*¹, ya que el 61% de los perfiles pertenecen a usuarios entre 18 y 39 años (The Social Media Family, 2020).

El presente trabajo de investigación tiene como objeto de estudio la influencia de las *instagramers*² en los cambios de roles tradicionales, centrándose en los casos de “Feminista Ilustrada y Towanda Rebels”. La elección del tema se debe a varios motivos: el primero de ellos es aportar información a un campo que aún está en proceso de ser estudiado debido a su reciente actualidad. El segundo motivo es conocer de primera mano el papel tan importante que desempeñan las activistas feministas a través de la red.

Con la creación de Instagram y el resto de las redes sociales, han surgido ciertos términos que ya forman parte del vocabulario habitual de los jóvenes. Un ejemplo de estos es el término *influencer*. Un *influencer* es, según el diccionario Oxford, “una persona que destaca en una red social u otro canal de comunicación y expresa opiniones sobre un tema concreto que ejercen una gran influencia sobre muchas personas que la conocen”. Es así como cientos de mujeres activistas influyentes usan Instagram para dar a conocer el feminismo, las desigualdades y demás temas relacionados con el género.

Pero, algo que se debe tener en cuenta es que, Instagram al ser una comunidad con un número tan alto de consumidores, es una representación de la sociedad actual en la que conviven personas con ideología muy dispares. Este hecho provoca que, al igual que ha ocurrido en los siglos pasados, el discurso feminista sea perseguido y vilipendiado y las mujeres que luchan por él sean acosadas e insultadas, buscando desacreditar su lucha una vez más. No olvidemos que, aunque la sociedad en la que

¹ Aquellos nacidos en las últimas dos décadas del siglo XX, los cuales están familiarizados con el uso de la tecnología digital. (Strauss; Howe; Neil, 2000).

² “Usuario de la red social Instagram, que ha logrado cautivar a una gran cantidad de seguidores, en los que ejerce cierta influencia a través del contenido que suele publicar.” (Neo Attack, 2020).

vivimos tenga el convencimiento de que es una sociedad moderna e igualitaria la cual ha avanzado, en ella siguen quedando muchos rescoldos de ese pensamiento tradicional.

Otro hecho que se debe tener en cuenta es que, ahora el discurso feminista tiene más adeptos que nunca, en gran parte gracias a la difusión en redes sociales la cual provoca que este mensaje llegue a un mayor número de personas. Este hecho ha ocasionado que en la red se encuentren distintos tipos de feminismos³ y de feministas, los cuales se han enfrentado en diversas ocasiones a la hora de defender su discurso y sus creencias.

En definitiva, a pesar de los enfrentamientos que puedan surgir tanto dentro como fuera de su mensaje, el feminismo ha encontrado en las redes sociales una nueva forma de movilizar a sus seguidores. Barrachina (2019) afirma que “estas prácticas de comunicación están empoderando a la comunidad involucrada hasta el punto de que transformaciones y cambios se hacen posibles.” Se planteará el estudio de las redes sociales como un poderoso medio de comunicación, capaz de influir en el público usuario de estas. Las redes sociales forman parte del sistema de comunicación y suponen una representación de la realidad social.

En el desarrollo de este trabajo y, en primer lugar, se presentará la necesidad de indagar para dar respuesta a las cuestiones planteadas, la naturaleza de la investigación y la motivación que ha llevado a elegir este tema. De esta forma, se analizará la importancia del trabajo, el contexto donde se ha desarrollado, los objetivos concretos que se han propuesto y las hipótesis a responder.

Seguidamente, se señalarán los instrumentos utilizados para la recogida de datos y las técnicas para el análisis de la información que se han elegido, justificando porqué son las más adecuadas para el desarrollo de este estudio y se detallarán los resultados obtenidos. La investigación finalizará con las conclusiones generales.

En el marco teórico se comenzará analizando el discurso feminista, para ello se realizará un estudio sobre su nacimiento y las diferentes olas feministas que han surgido a lo largo de la historia. Asimismo, se describirán qué son los roles y estereotipos tradicionales de género y cómo día de hoy estos siguen estando presentes en la sociedad

³ Estos distintos tipos de feminismos serán presentados y desarrollados más adelante.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

actual y, por tanto, en las redes sociales. Así también, se estudiará el feminismo en la red, revisando los conceptos de ciberfeminismo y feminismo digital.

En segundo lugar y delimitando el objeto de estudio, se tomará en consideración para la elaboración de este trabajo, el papel que llevan a cabo distintas *instagramers* españolas en la propagación del discurso feminista y en la erradicación de los roles y estereotipos de género en la sociedad actual a través de su influencia en redes sociales. Por tanto, la base de este trabajo y objeto de estudio serán las activistas feministas “Feminista Ilustrada y Towanda Rebels”.

1.2 NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN.

*“Una feminista es cualquier mujer
que dice la verdad sobre su vida”.*

Virginia Woolf.

Según la Real Academia de la Lengua Española, investigar es el “acto de realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia”. Por tanto, con este trabajo se ha planteado una búsqueda activa ya que tiene como fin constatar una realidad: el mensaje feminista en Instagram con el fin de acabar con los roles y estereotipos de género; y una exploración descriptiva puesto que, se realiza una revisión histórica del discurso feminista para conocer mejor el origen de este.

A grandes rasgos, podría considerarse que la naturaleza de esta investigación es esencialmente de tipo descriptiva y exploratoria. Se trata de una aproximación a la realidad del discurso feminista en redes sociales, que pretende ofrecer una panorámica general del mismo y del papel de las *influencers* dentro de este. Para ello se empleará en el estudio, tanto el método cuantitativo como el cualitativo, intentando unir instrumentos de ambos para obtener la máxima información de la situación estudiada.

Este Trabajo Fin de Máster se dividirá en varios apartados: el objeto de estudio; los objetivos e hipótesis desde la que partimos; la metodología empleada y cómo ésta se aplica para obtener los resultados; el marco teórico, en el que se irá de lo general a lo particular y por último las conclusiones.

El primer paso para comenzar a investigar es elegir el tema sobre el que se va a estudiar, el cual debe ser lo más concreto posible. En este caso, nació de mi inquietud

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

personal por el mismo. Como perteneciente a la generación *millennial*, gran parte del uso que le doy a internet y a las nuevas tecnologías se reduce al uso de las redes sociales, las cuales para mí no solo son una actividad de ocio en la que pasar mis ratos libres, sino que me han servido como una fuente inagotable de información y aprendizaje continuo. Permitiéndome acceder a perfiles de profesionales cuyas inquietudes, curiosidades, formación e ideología se asemejan a la mía.

Para este trabajo se eligió a las *influencers* “Feminista Ilustrada y Towanda Rebels” por haber creado unos perfiles de Instagram destinados a ofrecer información y conocimiento sobre los roles y estereotipos de género tradicionales, la lucha feminista, la violencia machista, las desigualdades y multitud de temas relacionados, convirtiéndose en algunos de los perfiles feministas más reconocidos en nuestro país.

1.3 OBJETIVOS.

Gracias a las características de la plataforma, Instagram se ha convertido en unos de los lugares más idóneos para luchar contra los estereotipos de género. A través de videos, ilustraciones y *hashtags*, las usuarias de la red social buscan promover la igualdad dentro del mundo virtual y conseguir extrapolarlas al mundo real a través de la concienciación de la discriminación sufrida por las mujeres.

En función de lo señalado, el principal objetivo de este Trabajo Fin de Máster es analizar el mensaje feminista mostrado en Instagram, así como los perfiles feministas con más seguidores de España. A continuación, se mostrarán el objetivo general y los objetivos específicos de forma más detallada:

Objetivo general.

- Analizar el discurso feminista en la red social Instagram desde una perspectiva crítica.

Objetivos específicos.

- Indagar en la influencia de algunas activistas feministas en Instagram.
- Comprobar si la creciente presencia de las mujeres en entornos virtuales ha favorecido a la visibilización de desigualdades.
- Observar cómo los mensajes feministas de Instagram ayudan a la erradicación de los roles y estereotipos de género.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

- Analizar cómo el machismo busca silenciar y ridiculizar el discurso feminista en Instagram.

1.4 HIPÓTESIS.

Las hipótesis globales a las que se le trata de dar respuesta en este Trabajo Fin de Máster son las siguientes:

- **Hipótesis 1:** Los estereotipos y desigualdades presentes en la sociedad se reproducen en Instagram.
- **Hipótesis 2:** En Instagram existen posicionamientos violentos explícitos y visibles contra las activistas feministas.
- **Hipótesis 3:** Instagram ha permitido la expansión de las teorías feministas en la red y, con ello, el acceso a unas bases teóricas anteriormente reservadas a personas que pertenecían al ámbito académico. Este libre acceso al conocimiento ha transformado el feminismo.

2. BREVE HISTORIA DEL FEMINISMO.

“Lamentablemente, puedo afirmar que no hay ningún país en el mundo donde todas las mujeres reciban sus derechos con total igualdad. Ninguna nación ha logrado todavía la equidad de género”.

Emma Watson.

2.1 ANTECEDENTES DEL FEMINISMO.

Aunque el feminismo comenzó hace unos trescientos años, algunas mujeres siglos antes comenzaron a pensar y escribir sobre la injusta desigualdad a la que se veían sometidas las mujeres con respecto a los hombres. Muchos de estos textos se extraviaron, ya sabemos que a las mujeres no se nos permitía escribir, incluso no se nos permitía pensar. Sin embargo, los textos de Christine de Pizan y del filósofo Poullain de la Barre se conservaron, dos personas adelantadas a su época que creían en la igualdad de ambos sexos. Estos relatos son considerados antecedentes del movimiento feminista.

2.1.1 Christine de Pizan.

Christine de Pizan nació en Venecia en 1364. Cuando tenía cuatro años, su padre aceptó un trabajo como químico, astrólogo y médico en la corte de Carlos V, hecho que obligó a Christine y a su familia a trasladarse a vivir a Francia. Al llegar a la antigua Galia, Christine se vio rodeada de libros, leyó todo lo que pudo sobre todos los temas y se educó a sí misma (Caso, 2005). Contrajo matrimonio cuando tenía quince años y fue madre de tres hijos. Once años más tarde, su marido murió, este hecho obligó a Christine a cuidar de sus hijos, su madre y una sobrina. Para mantener a su familia comenzó a escribir. Fue una famosa escritora de baladas⁴ y poemas de amor. En once años escribió un total de trescientas baladas y una gran cantidad de poemas cortos (Martínez, 2010).

Gracias a la popularidad que ganó como poetisa, pudo comenzar a escribir sobre la posición de las mujeres en la sociedad, desafiando a los escritores masculinos de la época, los cuales afirmaban que las mujeres no eran inteligentes y tan solo servían como objeto para los hombres. Así fue como nació su libro más famoso: *“La ciudad de las damas”*.

⁴Composición poética provenzal dividida en estrofas de varia rima que terminan en un mismo verso a manera de estribillo. («Balada», s. f.).

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Su obra está dividida en cuatro partes. En la primera, las damas Razón, Derecho y Justicia encomiendan a Pizan a que cree una ciudad la cual estará únicamente habitada por mujeres relevantes de la historia. En el comienzo de la construcción de la ciudad, Pizan charla con la Dama Razón desmontando la misoginia construida a lo largo de la historia y, además, hace una crítica a las autoridades ya que afirma que creer a ciegas a una autoridad intelectual evita que las personas puedan pensar por sí mismas. Es aquí donde alega que la misoginia es una construcción cultural, no algo natural (Pizan, 1999).

En la segunda parte desmonta los prejuicios contra las mujeres. Aquí explica que son los hombres los que proyectan sus vicios en las mujeres.

A continuación, habla de lo que es la igualdad y la diferencia. Defiende que en lo que refiere al alma y al intelecto, mujeres y hombre son iguales. Por último, hace referencia a la educación y es que, basándose en la idea de que mujeres y hombres son iguales en cuanto a alma y a intelecto, ambos pueden aprender las mismas cosas.

Christine escribió sobre la importancia de las mujeres en la sociedad y la forma en la que estas habían contribuido. En sus escritos trató de mostrar la verdadera naturaleza de las mujeres, la cual era muy diferente a la forma en la que la sociedad las consideraba. Sus relatos hablan sobre la vida cotidiana de las mujeres de la época, desde la de la rica dama del castillo hasta la de la campesina, la esposa del comerciante o la sirvienta. Además, escribió consejos a maestras, cuidadoras y viudas. Pizan murió a los sesenta y cinco años, pero sus palabras escritas aún viven hoy (González de Sande, 2012).

2.1.2 Poullain de la Barre

Poullain nació en París en julio de 1647 en el seno de una familia burguesa, murió en Suiza a los setenta y ocho años. Fue pensador y sacerdote.

Llevó una existencia poco corriente. Fue un sacerdote católico que, desde muy pequeño, aborreció la autoridad y la intolerancia. Su espíritu crítico le llevó a enfrentarse con las jerarquías y a sufrir las consecuencias, hasta finalmente convertirse al calvinismo en 1688. Este hecho le costó el repudio familiar y la persecución, por lo cual se vio obligado a emigrar a Ginebra. En la ciudad suiza se casó y fue padre de dos hijos. Allí se dedicó hasta el final de sus días a la enseñanza.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Fue un filósofo y pensador feminista del siglo XVII, y estuvo sumergido en lo que se denominó la *crisis de la conciencia europea*⁵. Una gran cantidad de intelectuales, buscaban superar esta crisis a través de la razón, partiendo de la comprobación de las limitaciones de la ciencia y la inquietud del ser humano frente a la tradición (León, 2011).

El autor defendía que la mente no tiene sexo y que los pensamientos sobre la inferioridad de la mujer son meros prejuicios (Varela, 2014). Para él, ambos sexos deben poseer el mismo conocimiento. Sólo así será posible que la sociedad progrese.

En 1672, cuando apenas tenía veintiún años, escribió “*l’Egalité des deux sexes*”⁶, donde propuso varias leyes que daban ventaja a las féminas. Lo que hoy entendemos como discriminación positiva⁷. Dos años más tarde, en 1674, escribió un tratado sobre la educación de las mujeres llamado “*De l’Education des Dames pour la conduite de l’esprit dans les sciences et dans les moeurs*”⁸. En los últimos libros, Poullain utilizó los principios cartesianos para criticar los supuestos comunes sobre los estereotipos sexuales. Avanzó ideas poco convencionales sobre las mujeres y defendió la aptitud de estas para desempeñar el mismo papel en la sociedad que los hombres. Esperaba que sus libros causaran revuelo, sin embargo, cuando no lo hicieron se sintió abiertamente decepcionado. En 1675 intentó una estrategia. En “*De l’excellence des hommes contre l’egalite des sexes*”⁹, asumió las funciones de abogado del diablo, pero su discusión sobre los argumentos a favor de la supremacía masculina captaron poca atención (Hernández, 2011).

⁵ Término acuñado por Paul Hazard el cual define la crisis ideológica del ambiente intelectual posterior a las guerras de religión (Hazard, 1935).

⁶ “*La igualdad de los dos sexos*”.

⁷ Protección de carácter extraordinario que se da a un grupo social históricamente discriminado («Discriminación positiva», s. f.).

⁸ “*Sobre la educación de las damas para la conducta del espíritu en las ciencias y en la moral*”.

⁹ “*La excelencia de los hombres frente a la igualdad de género*”.

2.2 LA PRIMERA OLA DEL FEMINISMO.

Como se ha comentado anteriormente, el feminismo nació hace unos trescientos años y ha pasado por tres fases, aunque expertos y expertas afirman que nos encontramos en la cuarta fase del feminismo. A cada una de estas fases se les conoce como “olas”.

A pesar de que, como he visto previamente, a lo largo de la historia haya habido mujeres que se han sentido molestas con la situación de desigualdad y discriminación que sufrían, no fue hasta el siglo XVIII cuando hubo una toma de conciencia colectiva de esta situación. Se desarrollará así un movimiento ideológico y social que luchará por acabar con esta realidad. Nace así el movimiento feminista.

Con el surgimiento de la Ilustración, principalmente en Francia. Este movimiento intelectual y cultural defiende, entre otras cosas, la igualdad social de las personas independientemente de la clase social a la que pertenezcan. En estos años se dio la Revolución Francesa cuyos principios eran “*libertad, igualdad y fraternidad*” esta revelación del pueblo contra la aristocracia y su búsqueda de derechos, trajo consigo la “*Declaración de los derechos del Hombre y del Ciudadano*”. Sin embargo, esta Declaración habla exclusivamente de los derechos del hombre sin incluir a las mujeres. Estas no entienden cómo habiendo un cambio cultural e ideológico tan importante que busca la igualdad, la mitad de la población queda excluida.

Como no podían formar parte de la vida política, utilizaban los conocidos “*Cuadernos de quejas*”, donde escribían sus quejas y las enviaban a la Asamblea Nacional. En ellas escribían todas las mujeres, independientemente de su clase social, aunque estas quejas no fueron tenidas en cuenta y la Asamblea publicó la “*Declaración de los derechos del Hombre y del Ciudadano*” en 1789. Una de las quejas más famosas fue (Varela, 2014):

“Un noble no puede representar a un plebeyo porque tienen intereses diferentes. Igual que un hombre no puede representar a una mujer porque tienen intereses diferentes.”

Es entonces cuando aparecen dos mujeres fundamentales dando lugar a la llamada “Primera Ola del Feminismo”. Por un lado, Olympe de Gouges, seudónimo de

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Marie Gouze, una escritora francesa defensora de los derechos de la mujer y de la abolición de la esclavitud. Olympe replicó el texto publicado y lo llamó “*Declaración de los derechos de la Mujer y de la Ciudadana*”, reivindicando todos los derechos civiles para las mujeres. Es uno de los primeros documentos que propugna la igualdad jurídica y legal de las mujeres. Fue considerada como una amenaza, hecho que le llevó a ser juzgada y condenada a la guillotina (Gamba, 2008).

Por otro lado, Mary Wollstonecraft que nació en Inglaterra en 1759. Fue madre de la famosa autora del libro “*Frankenstein*”, Mary Shelley y murió diez días después de dar a luz, a los treinta y ocho años (Taylor, 2003).

Tras arruinarse, comenzó a trabajar como editora y escritora en una editorial. Fue en 1792 cuando publicó “*Vindicación de los Derechos de la Mujer*”, el cual es considerado el libro sobre el que se funda el feminismo, en él defiende que (Wollstonecraft, 1998):

- La diferencia de los sexos no es algo natural sino cultural, algo que se produce a través de la educación, esto le lleva a abogar por una educación igualitaria.
- Mujeres y hombres son iguales.
- Las mujeres deben tener independencia económica.
- Las mujeres deben participar en la política y tener presencia en el Parlamento.
- Las mujeres tienen que ser independientes.

Sin embargo, ante estas primeras reivindicaciones feministas se responde con una dura represión: muchas mujeres fueron encarceladas y guillotinas, se prohibía las reuniones de más de cinco mujeres y se obligó al cierre de los clubes femeninos. A todo esto, se le suma que en 1800 se extiende por toda Europa el conocido “*Código de Napoleón*”¹⁰, el cual exige a las mujeres la obediencia a sus maridos, además de negarles derechos civiles y políticos. La situación en lugar de mejorar empeora, aunque gracias a estos hechos ya nada volvió a ser lo mismo (Varela, 2014).

¹⁰ Nombre por el que se conocía al Código Civil francés.

2.3 LA SEGUNDA OLA DEL FEMINISMO.

La segunda ola del feminismo nace en el siglo XIX en Inglaterra y Estados Unidos, influyendo más tarde en el resto de los países. El objetivo más conocido por el que se lucha en esta ola es el derecho al voto. Esta lucha recibirá el nombre de sufragismo y las mujeres que luchan por él, sufragistas. Otros derechos por los que luchan las sufragistas son (Varela, 2014):

- Derecho a acceder a estudios superiores.
- Derecho a ejercer todas las profesiones.
- Derecho a compartir la patria potestad.
- Derecho a decidir sobre el dinero y los bienes.
- Derecho a la equiparación salarial.

2.3.1 Sufragismo en Estados Unidos.

En Estados Unidos, las mujeres que habían luchado por la independencia de su país se agrupan por la defensa de los derechos de los esclavos. Cuatro de estas mujeres viajan a Londres para acudir al “Congreso antiesclavista”, sin embargo, se les niega la participación por el mero hecho de ser mujeres. Este suceso les hizo tomar conciencia de la desigualdad que sufren las mujeres. Al llegar a su país de origen, dos de ellas, Lucretia Mott y Elisabeth Cady Stanton comienzan su lucha a favor de los derechos de las mujeres (Weber, 2016).

En julio de 1848 se celebra la Convención de Seneca Falls, la primera celebrada en Estados Unidos sobre los derechos de la mujer. En ella, Mott y Cady Stanton, frente a unas trescientas personas expusieron la “*Declaración de Sentimientos*”, donde reivindicaban la recuperación de todos los derechos civiles y el derecho al voto. Comienza así el sufragismo norteamericano (Vetter, 2021). No fue hasta veintiún años después de la “*Declaración de Sentimientos*” cuando un estado legalizó el voto de las mujeres, el estado de Wyoming. Sin embargo, este derecho al voto no se aprobará en todo el país hasta 1920, setenta y ocho años después, aunque solo para las mujeres blancas.

2.3.2 Sufragismo en Inglaterra.

En Inglaterra, las mujeres presentaron al Parlamento Británico dos peticiones de voto. La primera fue en 1832 y la segunda en 1866, la cual fue firmada por casi mil quinientas mujeres. Ambas peticiones fueron rechazadas.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Las mujeres, cansadas de una lucha “pacífica” y “moderada”, pasan a la acción y comienzan a reclamar sus derechos a través de encadenamientos, huelgas de hambre, sabotajes a políticos e incluso bombas e incendios. Al estallar la Primera Guerra Mundial, las mujeres tuvieron que sustituir en los puestos de trabajo a los hombres que marcharon al frente. Concienciadas de sus capacidades, las demandas de derecho al voto aumentaron enormemente. Fue en 1918 cuando las mujeres inglesas mayores de treinta años consiguieron votar por primera vez, diez años más tarde, en 1928, las mujeres británicas pudieron votar en igualdad de condiciones que los hombres (Caffarena, 1952).

2.3.3 Aportaciones del sufragismo.

Nuria Varela, en su libro “*Feminismo para principiantes*” (2014), detalla que las aportaciones más importantes del sufragismo fueron:

- La palabra *sororidad* para explicar la solidaridad entre mujeres.
- Formas de lucha pacíficas.
- Sustituir la palabra fraternidad por solidaridad, ya que la primera solo hace referencia a los hombres y por tanto excluye a las mujeres.

Sin embargo, este sufragismo luchaba por el derecho al voto de las mujeres blancas burguesas, lo que provocó que otras mujeres feministas con otras realidades alzaran la voz en pro de sus derechos. Es el caso, por ejemplo, de Sojourner Truth, una esclava negra la cual habló por primera vez de una doble discriminación, por ser negra y por ser mujer.

Sojourner Truth nació siendo esclava a finales del siglo XVIII en Nueva York. A pesar de que este estado abolió la esclavitud en 1799, el acta de emancipación fue gradual. Los que ya estaban esclavizados fueron obligados a servir hasta pasados los veinte años. Durante este periodo, los esclavistas vendieron varias veces a Truth, separándola de sus seres queridos. Finalmente se casó con Thomas, también esclavo. El amo de Sojourner prometió liberarla en 1826, cuando éste faltó a su palabra, Truth huyó por su seguridad y la de su familia (Murphy, 2011).

Tras establecerse en Kingston se unió a una comunidad metodista que compartía sus puntos de vista políticos. Aunque nunca aprendió ni a leer ni a escribir, Truth se hizo conocida como una increíble oradora y comenzó una gira de conferencias, en las cuales abogaba por la abolición y la igualdad de derechos de las mujeres.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

En 1851 pronunció el discurso “¿Acaso no soy yo una mujer?”, en el que afirman que las mujeres negras sufren una doble exclusión. Se considera que con este discurso nació el feminismo negro (Hooks, 2021).

¡Yo he arado, he sembrado y he cosechado en los graneros sin que ningún hombre pudiera ganarme! ¿Y acaso no soy una mujer? Podía trabajar tanto como un hombre, y comer tanto como él cuando tenía comida. ¡Y también soportar el látigo! ¿Y acaso no soy una mujer? He dado a luz a trece niños y he visto vender la mayoría a la esclavitud. ¡Y cuándo grité con mi dolor de madre, nadie sino Jesús pudo escucharme! ¿Y acaso no soy una mujer?"¹¹

Otras mujeres que protestaron contra las desigualdades sociales fueron las trabajadoras de las fábricas, las obreras. En el siglo XIX con el surgimiento de la Revolución Industrial, y una transformación de la economía más mecanizada e industrializada, se prefería contratar para trabajar en las fábricas a mujeres en lugar de a hombres. Esto se debía a que el salario que percibían las féminas era mucho más bajo que el de los hombres por el mismo trabajo realizado. Estas mujeres trabajaban, cuidaban a sus familias y, además, luchaban por sus derechos (Varela, 2014).

Una de estas mujeres obreras que luchó por la igualdad fue la franco-peruana Flora Tristán. Flora nació en París en 1803. Hija de un aristócrata peruano, nació en el seno de una familia adinerada, sin embargo, la repentina muerte de su padre cuando Flora tenía tan solo cinco años llevó a Tristán y a su madre a la ruina (Sánchez, 1992).

Con dieciséis años comenzó a trabajar en un taller de litografía en París. Un año después y para escapar de la pobreza se casó con el propietario del taller, con quien tuvo tres hijos, uno de los cuales falleció a muy temprana edad. Cinco años después de casarse, Flora se vio obligada a disolver el acuerdo de matrimonio debido a los malos tratos que sufría por parte de su pareja. El acuerdo de separación concedió a Flora el cuidado de su hija, viéndose obligada a renunciar a su hijo, quien sería cuidado por su padre.

Flora, a través de su obra “*Unión obrera*” propone: la construcción de edificios para la educación de niños y niñas y que estos sirvan además para la acogida de obreros y ancianos; el uso de un lenguaje inclusivo en el que se nombre a las mujeres; la unión

¹¹ Fragmento del discurso de Sojourner Truth recogido en el libro “*Mujeres, raza y clase*” de la autora Angela Davis (1981).

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

de los trabajadores de todo el mundo y la defensa de los obreros a las obreras, ya que ambos sufren desigualdad. Tristán explicaba que “*la mujer es la proletaria del proletariado*”, denunciando la doble discriminación que sufrían también las mujeres obreras (Bloch-Dano, 2003).

2.4 LA TERCERA OLA DEL FEMINISMO.

Durante el periodo de entreguerras, y tras haber alcanzado alguno de los objetivos como era el derecho al voto o el acceso de las mujeres a las universidades, el movimiento feminista se paraliza. Parecía que ya el feminismo carecía de sentido. Sin embargo, en 1949, la filósofa y escritora francesa Simone de Beauvoir escribió su libro “*El segundo sexo*” y vuelve a remover conciencias en la sociedad.

Simone nació en París a comienzos de 1908, en una familia católica y burguesa. Su padre, deseoso de tener un hijo varón, trató a Simone en muchas ocasiones como un hombre, incluso solía recalcarle que poseía la inteligencia de un hombre. Esto le llevó a cuestionar los roles asignados a las mujeres. Esta inteligencia que poseía, la llevó a estudiar filosofía en la Universidad de la Sorbona y dedicó buena parte de su vida a la docencia. En 1929 conoció al filósofo Jean-Paul Sartre, con el que decidiría compartir el resto de su vida (Bair, 1991).

Simone participó activamente en los debates ideológicos, adoptando un papel importante de intelectual comprometida con las causas sociales de izquierdas. Simone de Beauvoir se convirtió en un referente del pensamiento francés de la segunda mitad del siglo XX.

En 1949 publicó “*El segundo sexo*”, la cual se convirtió en su obra más conocida. Originalmente iba a ser una autobiografía en la que relataba qué le había supuesto ser mujer. Para ella, el ser mujer no había supuesto ningún tipo de discriminación ya que ella pudo estudiar. Sin embargo, finalmente decidió universalizar la pregunta: “*¿qué supone ser mujer?*” “*¿cómo se educa a la mujer por ser mujer en nuestra sociedad y en distintas sociedades?*”. Beauvoir analizó el género desde diferentes frentes como la historia, el psicoanálisis, la biología o el marxismo. Con su famosa frase “*no se nace mujer, se llega a serlo*”, afirmó que no es cierto que a las mujeres se les defina por su sexo biológico, sino por una serie de roles asociados al mismo los cuales tendrán que cumplir para poder ser consideradas mujeres (López, 2009).

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

En su obra, además, habla del androcentrismo y explica que el hombre es la norma, la medida de todas las cosas y la mujer siempre es “lo otro”. De esta forma se impide que la mujer se asuma así misma como sujeto, haciendo que se identifique con lo que el hombre espera de ella.

Tras la publicación de este libro, Simone recibió multitud de correspondencia de mujeres que se habían sentido identificadas con sus palabras. Así es como Simone de Beauvoir despertó un feminismo que se hallaba adormecido y provocó el comienzo de la tercera ola.

Durante la Segunda Guerra Mundial, las mujeres se vieron obligadas a ocupar los puestos de trabajo que tradicionalmente ocupaban los hombres, mientras ellos se encontraban en el frente. Una vez finalizada la guerra en 1945, estas mujeres tuvieron que volver a sus puestos de amas de casa habituales, condenándolas a desaparecer nuevamente de la vida pública. Este nuevo encierro en la vida privada provocó que miles de mujeres cayeran en depresión, alcoholismo y que sufrieran ataques de ansiedad. Es ahí cuando la socióloga Betty Friedan escribe “*La mística de la feminidad*” donde pone nombre al “problema que no tiene nombre”. Explica que estas mujeres viven insatisfechas en este estilo de vida ya que sienten que están priorizando el cuidado de su hogar y de los suyos a sus propios deseos y a su propia felicidad (Perona, 2007).

La labor de una mujer principalmente debía ser, ser buena esposa y buena madre. Recaía sobre ellas toda la responsabilidad del correcto funcionamiento del matrimonio, además de la responsabilidad de la educación de los hijos. Todas estas cargas que debían soportar las mujeres les hacían cuestionarse quiénes eran ellas como personas. Gracias a Friedan, muchas mujeres comprenden qué es lo que les pasa y comienzan a construir un nuevo estilo de vida.

Betty Friedan nació en el año 1921 en Illinois, Estados Unidos. Hija de judíos, su padre era dueño de una joyería y su madre había sido editora de una página para mujeres en un periódico local, empleo el cual abandonó tras contraer matrimonio con su marido.

Betty estudió psicología social en el Smith College, donde se graduó con notas brillantes. Trabajó como editora en un servicio de noticias y más tarde como reportera. Finalmente se casó y como multitud de mujeres de la época, se convirtió en ama de

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

casa, aunque esto no evitó que dejase de colaborar en diversas revistas (Boucher, 2003). Uno de sus artículos no publicados terminó por convertirse en su gran obra: “*La mística de la feminidad*”. Según las palabras de la autora, había una clara discrepancia entre la realidad de nuestras vidas como mujeres y la imagen a la que intentábamos adaptarnos. Imagen a la que llamó “la mística femenina” (Friedan, 2010).

Friedan pasa a la acción y organiza junto con otras mujeres “NOW” o la “National Organization for Women”, el mayor movimiento de la mujer hasta la época y que ha ido creciendo hasta la actualidad. Este movimiento busca mejorar el estilo de vida de las mujeres centrándose en temas del ámbito personal. Comienza así el feminismo liberal (Friedan, 2008).

El feminismo liberal describe la situación de la mujer como una desigualdad, no como una explotación u opresión. Para el feminismo liberal, estar oprimida es estar sometida, esto es distinto que decir que careces de la misma igualdad de oportunidades. Esta corriente defiende la lucha para conseguir cambios hasta lograr la igualdad entre ambos sexos.

Durante la década de los sesenta del siglo XX, aunque las mujeres hubieran conseguido los derechos fundamentales y comiencen a ocupar puestos de poder, la realidad dentro de los hogares era muy diferente. En su interior siguen dándose casos de malos tratos, desigualdad en el reparto de tareas, explotación económica etc. en definitiva, sigue reproduciéndose la relación de poder del hombre hacia la mujer. Cada vez se genera más conciencia sobre esta problemática, surgiendo así una nueva corriente feminista que busca acabar con esta situación: el feminismo radical.

La palabra “radical” procede del latín *radicalis* y significa “relativo a la raíz” porque para esta nueva corriente feminista es ahí donde se encontraba el problema, en la raíz y es desde ahí donde había que comenzar a resolverlo. Para ellas, la raíz de este problema era el patriarcado. Las representantes de este feminismo radical fueron las mujeres de izquierdas que crearon “El movimiento de liberación de la mujer”.

Varias mujeres se organizaron y llevaron a cabo grandes protestas públicas además de la creación de grandes espacios propios como son: centros de mujeres maltratadas, centros de defensa personal, centros ginecológicos, guarderías. Las radicales hablaron de opresión de nuevo. Pero esta vez hablaban de la opresión del día a día, más que de leyes y normas. Las radicales rompieron el tabú sobre la sexualidad

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

femenina y la separan de la maternidad. Defienden el derecho de las mujeres al placer sexual. Hasta entonces, no tenían ese derecho (Varela, 2014). El feminismo radical consigue que las mujeres del siglo XX vayan cambiando el día a día de sus vidas, hacia la liberación.

Con la llegada de los años noventa se comienza a tomar conciencia de que no existe un solo modelo de mujer, sino multitud de modelos, dependiendo de cuestiones sociales, raciales, religiosas o culturales. Así es como surgen múltiples y nuevos feminismos, teniendo en cuenta las necesidades de cada una de ellas. Ya no existe un feminismo único (Puleo, 2005).

3. FEMINISMO 4.0

*“El feminismo es una forma de pensar individualmente
y de luchar colectivamente”.*

Simone de Beauvoir.

Durante la segunda mitad del siglo pasado, la humanidad se dedicó a hacer que el conocimiento fuera más accesible. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) tuvieron su origen varias décadas atrás, con la aparición del correo electrónico en los años sesenta, el intercambio de ficheros una década más tarde y la creación de protocolos de Internet en la década de los ochenta. Sin embargo, el mayor acontecimiento surgió en la última década del pasado siglo con la aparición de la *world wide web*.

Desde entonces, el manejo de Internet ha ido cambiando, pasando de ser una mera herramienta para la búsqueda de información e intercambio de archivos a ser un utensilio imprescindible para la comunicación, desarrollo de ideas, organización y denuncia. Sin embargo, siguiendo el patrón de control y dominación patriarcal prevalente durante toda la Historia en los ámbitos de investigación, estudios e industria, las mujeres se han visto forzosamente alejadas de las tecnologías de comunicación e información (Fernández Quesada, 2020).

Se ha tendido a creer que las mujeres poseen una fobia hacia las nuevas tecnologías y que los hombres, son mejores usuarios de este tipo de herramientas digitales. La realidad es muy diferente, y es que aún sigue existiendo una brecha digital de género bastante importante. El desigual acceso a las nuevas tecnologías ejerce un resultado directo de condiciones desfavorables respecto al empleo, la educación o la salud entre otros. Siendo las TICs herramientas que pueden mejorar las condiciones de vida.

Navarrete Tudela (2011) crítica la existencia de un declive de mujeres en el sector tecnológico, de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las industrias audiovisuales desde 1997, a pesar de que el uso de las nuevas tecnologías ha ido aumentando. Recalca además que:

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

“Si las mujeres no están presentes ni como productoras, realizadoras, ni como ejecutivas de estas industrias, se produce un efecto inmediato en el tratamiento (o ausencia) de temas y enfoques de la mujer y se reconstruyen y refuerzan los estereotipos de género”.

El uso de internet y las redes sociales ha generado espacios que contribuyen al debate público. Estos espacios favorecen el aumento de la interconectividad y la interacción, permitiendo diversos movimientos como el feminismo o el ecologismo, abriendo canales de comunicación mucho más participativos.

Según Fernández Quesada (2020), la aparición de las redes sociales (y de Internet en general) supuso una revolución en la reinterpretación y propagación de teorías feministas, en el acercamiento a información y en la creación y formación de plataformas de debate, discusión y lucha. Como confirman Díaz Cano y García Manso (2015):

“Internet como medio de comunicación no solo ha ampliado la globalidad de los hechos sociales, provocando nuevas formas y estructuras de agrupación y asociación, sino que ha generado nuevas oportunidades para la creación de identidades y subjetividades. En este entramado de creación y reconstrucción encontramos la forma en la que las identidades de género se han ido cristalizando en la cibernética –resultado social del uso de internet como medio de comunicación interactivo”.

Las feministas online utilizan blogs y redes sociales como medida de movilización política y difusión del conocimiento y la información, cruzando fronteras. Utilizando herramientas digitales, las feministas se han apropiado de la cultura de Internet, esto ha llevado a muchas feministas a considerar que ha comenzado la cuarta ola del feminismo. En palabras de Remedios Zafra y Teresa López-Pellisa (2019):

“El ciberfeminismo convocó en su día a una prodigiosa cantera de autoras en el campo del ciberarte, la teoría feminista de la tercera ola y los medios tecnológicos. Lejos de ser una vía de análisis agotada, se multiplica y prolifera en los albores del siglo XXI”.

A diferencia de anteriores olas, de las cuales eran partícipes mujeres blancas con un notable poder adquisitivo, a medida que las mujeres de distintas razas, clases sociales, religiones, culturas y nacionalidades han ido obteniendo acceso digital al discurso feminista, se ha expandido el feminismo y su mensaje. Se ha reconocido la diversidad del movimiento, permitiendo una reconceptualización del feminismo, basándose en las experiencias y creencias de cada una de las mujeres.

El activismo digital, puede movilizar a un gran número de personas en cuestión de minutos, un claro ejemplo de esta capacidad de movilización fue la manifestación del 8 de marzo de 2019. En el año 2000 apenas acudieron unas mil asistentes a la manifestación en Madrid, en muchas otras grandes ciudades ni llegó a celebrarse. Diecinueve años después, y en gran parte gracias a la difusión masiva que se hizo a través de redes sociales, ocho millones de asistentes acudieron a la manifestación en toda España y hubo una diseminación y explosión del movimiento en casi todo el planeta.

3.1 EL FEMINISMO EN HASHTAGS.

Según las definiciones de Oxford Languages, hashtag es un conjunto de caracteres precedidos por una almohadilla (#) que sirve para etiquetar un mensaje en las webs o blogs. El activismo con hashtags surge cuando un gran número de publicaciones aparecen en las redes sociales bajo una palabra común con hashtags, frase u oración con una reivindicación social o política. Los hashtags sirven para incluir contenido que tienen que ver con la misma temática.

En las redes sociales hay multitud de hashtags diferentes, sin embargo, para el feminismo, uno de los hashtags que lo cambió todo fue el reconocido #Metoo. Aunque la etiqueta comenzó a utilizarse en el año 2006 en la red social MySpace, fue en 2017 cuando se hizo popular en todo el planeta. La actriz estadounidense Alyssa Milano animó a través de su cuenta personal de Twitter a responder con las palabras #MeToo si alguna vez se habían sentido o habían sido acosadas, para así ofrecer a la sociedad una visión sobre la magnitud de la problemática (Hillstrom, 2018).

Milano alentó el uso del hashtag tras las acusaciones de abuso y agresión sexual por parte del magnate de Hollywood Harvey Weinstein. Miles de mujeres comenzaron a usar estas dos palabras en todas las redes sociales para identificarse como supervivientes de abuso, agresión u hostigamiento sexual.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

En las primeras veinticuatro horas el tweet recibió una oleada de respuestas, con más de cincuenta mil contestaciones. Entre estas respuestas se encontraban las de celebridades mundiales como Lady Gaga, Monica Lewinsky, Debra Messing, Gabrielle Union, Angelina Jolie o Jennifer Aniston.

El activismo feminista ha utilizado multitud de hashtags para denunciar una gran cantidad de desigualdades a través de las redes sociales como, por ejemplo, #BringBackOurGirls. El 14 de abril de 2014 un grupo de chicas nigerianas fueron raptadas en su colegio de Chibok (Nigeria). Los autores de estos secuestros fueron miembros del grupo terrorista Boko Haram. Un total de 276 niñas fueron raptadas para ser violadas, esclavizadas y usadas como moneda de cambio. Aunque con el transcurso de los años algunas de estas chicas han sido liberadas, a día de hoy, un total de 112 niñas siguen en paradero desconocido (González Ramos, Revelles Benavente, & Gisbert Gracia, 2020).

Aunque el hashtag nació en Nigeria, esta campaña tenía el objetivo de presionar tanto al gobierno nigeriano como al estadounidense para tomar las medidas y acciones necesarias para traer de vuelta a casa a las niñas de Chibok. Los primeros días siguientes al secuestro, la noticia apenas se escuchó en los medios de comunicación de Nigeria, sin embargo, cuando surgió la etiqueta, la historia obtuvo una repercusión extraordinaria en todo el mundo. Tal fue su apoyo que hasta la ex Primera Dama de los Estados Unidos, Michelle Obama, se unió a la campaña.

En la fotografía subida a todas sus redes sociales, Michelle aparecía sosteniendo un papel con el hashtag escrito en él. La imagen se encontraba acompañada por el siguiente texto:

“Nuestras plegarias están con las niñas nigerianas desaparecidas y con sus familias. Es hora de #TraerDeVueltaANuestrasNiñas. -MO”¹²

¹² Traducción propia.



Captura de Instagram @MichelleObama44.

Una de las campañas más importantes en Irlanda en lo que al feminismo respecta es aquella destinada a abolir la 8ª Enmienda. Aprobada en 1983, la Octava Enmienda ilegaliza el aborto en Irlanda, aunque el embarazo suponga un grave riesgo para la salud de la mujer, así como en casos de violación o cuando es probable que el feto muera poco después del nacimiento. Es considerado como un delito grave que conlleva una pena de hasta catorce años de prisión. En caso de embarazo por violación, la mujer que decidiera abortar podría llegar a cumplir más pena que su agresor.

Asimismo, también se impide que los médicos proporcionen toda la atención médica a las mujeres embarazadas, es decir, si una mujer descubre que tiene cáncer durante el embarazo, queda totalmente prohibido que reciba quimioterapia.

A comienzos de 2018 se inició un debate sobre la derogación de esta Enmienda. El Gobierno Irlandés decidió celebrar un referéndum para abolir la criminalización del aborto. En febrero de ese mismo año, se inició una campaña en redes sociales bajo el hashtag #RepealThe8th (Mullally, 2018). Finalmente, el 25 de mayo de 2018 y gracias a una espectacular campaña a través de redes sociales, se consiguió derogar la Octava Enmienda. Desde entonces, las mujeres irlandesas pueden acceder a la interrupción del embarazo de forma gratuita, segura y legal.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

En ese mismo año, en Argentina, se agudizó la lucha por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito, además de la reclamación de una educación sexual de calidad y el uso de anticonceptivos. En redes sociales los hashtags que recogían esta demanda eran #AbortoLegalYa y #YoVotoAbortoLegal (Laudano, Aracri., Kratje, & Balbuena). Gracias a la incansable lucha de miles de personas tanto en redes como en la calle, el 30 de diciembre del pasado 2020, se estableció el derecho al aborto gratuito y asistido médicamente, considerado como delito cuando la gestación supere la semana catorce salvo en casos de violación o aborto terapéutico.



Captura de Instagram @feministbookclubnyc¹³

De igual forma y con una sororidad envidiable, ambas campañas se estuvieron apoyando unas a otras a través de las redes sociales en pro del aborto legal, seguro y gratuito.

¹³ Celebración tras la legalización del aborto en Irlanda. Descripción de la imagen:

“Irlanda ha votado abrumadoramente a favor de la legalización del aborto con un resultado sorprendente que marca una derrota dramática para la antigua dominación de la República por parte de la Iglesia Católica. Orla O’Connor, codirectora de la campaña Juntos Por El Sí, dijo que era “un día monumental para las mujeres en Irlanda” y calificó el resultado de “un rechazo a una Irlanda que trata a las mujeres como ciudadanas de segunda clase”.

3.1.1 Hashtags de origen español.

No todas las campañas feministas en Instagram son internacionales, pues en España se han creado etiquetas a favor de distintas luchas. La realidad es que en los últimos años ha surgido una conciencia feminista en nuestro país que hasta entonces era prácticamente inexistente. El aumento de abusos y agresiones sexuales tanto individuales como grupales, los secuestros, la violencia de género y demás feminicidios, han hecho que la lucha feminista en España crezca a niveles estratosféricos. A continuación, se revisarán algunos de los hashtags feministas más influyentes en nuestro país.

3.1.1.2 #YoSiTeCreo y #LaManadaSomosNosotras.

En julio de 2016, en plena celebración de los Sanfermines, una joven madrileña de dieciocho años denuncia a la policía, en la madrugada del 7 de julio, haber sido violada por cinco jóvenes andaluces, quienes, además, le han robado el teléfono móvil. Los atacantes, quienes se autodenominaban ‘La Manada’, fueron detenidos horas después por la policía.

Más de un año después, durante la celebración del juicio, la defensa de los acusados decide presentar como prueba un informe de unos investigadores privados. Este informe destaca el comportamiento no traumatizado que tiene la joven los meses siguientes a la agresión sexual, poniendo así en duda el ataque y reiterando que en todo momento fue una relación sexual múltiple consentida por todas las partes (BBC News Mundo, 2018).

Tras poner en duda la palabra de la víctima, las redes sociales se inundan con mensajes de apoyo hacia ella, nace así el hashtag #YoSiTeCreo, el cual se hace viral e inunda todas las plataformas.

En abril de 2018, la Audiencia de Navarra descarta la agresión sexual y los acusados son condenados a nueve años de prisión por haber cometido un delito de abuso sexual (García, 2018). La respuesta no se hace esperar, y miles de personas, convocadas por distintas asociaciones feministas de país, salen a la calle al grito de ‘*Hermana, yo si te creo*’ y ‘*No es abuso, es violación*’.

En junio de ese mismo año, la Audiencia Provincial de Navarra establece la libertad de los miembros de ‘La Manada’ previo pago de 6000€ cada uno (Rincón,

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

2018). Esta nueva decisión genera indignación una vez más y la sociedad reacciona mediante el lema “Si La Manada sale, nosotras ocupamos las calles”.

Finalmente, la sentencia es revisada por el Tribunal Supremo, quien endurece la pena, condenando a los acusados a 15 años de prisión por haber cometido un delito de agresión sexual.

Sin duda esta ha sido una de las acciones feministas en redes sociales y de movilización más importantes de nuestro país, convirtiéndose en uno de los hitos de la reivindicación feminista en España (Vicent y Reverter, 2020). En palabras de Núñez-Puente y Fernández-Romero (2019) el hashtag #YoSiTeCreo consiguió “condensar simbólicamente la confianza en la joven y el hartazgo por la culpabilización de las mujeres que sufren violencias sexuales”.



Captura de Instagram @bridgethegapcom

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

3.1.1.3 #TodasSomosLaura.

Laura Luelmo tenía 26 años cuando se trasladó desde su ciudad, Zamora, a un pueblo de Huelva para trabajar. Con toda la ilusión dentro de sí, al fin iba a trabajar como maestra de plástica en un colegio cercano.

Un día salió a correr sola por su nueva localidad, momento en el cual desapareció. Tras cuatro días de búsqueda, hallaron el cuerpo sin vida de Laura a unos cinco kilómetros de su casa, semidesnudo y con signos de violencia. Horas más tarde se procedió a la detención del vecino de Laura como principal sospechoso de los hechos. Una vez más, a Laura la asesinaron por ser mujer.

Los hechos incendiaron las redes sociales ante la frustración de las mujeres de no poder sentirse seguras ni siquiera a la hora de hacer deporte. A través del hashtag #TodasSomosLaura, las usuarias de las redes expresaron su rechazo ante la agresión sexual y el asesinato de Laura Luelmo (20minutos, 2018).



Captura de Instagram @Sandrasalamandrant.

3.2 INICIATIVAS FEMINISTAS EN INSTAGRAM: 8M 2021 Y “¿VAS SOLA?”

Las redes sociales no solo han servido como como medio de comunicación e información, sino que también tienen un poder de convocatoria inmenso. Se pueden generar y organizar movimientos sociales gracias a las diferentes plataformas digitales, de forma rápida y eficaz. Se han convertido en parte fundamental de distintas marchas, manifestaciones y protestas que han repercutido tanto a nivel nacional como internacional.

En palabras de Ramón Orellana Muñoz (2017), las redes sociales permiten que exista una interacción entre los diferentes sujetos sobre un tema preciso u objetivos comunes, obteniendo un intercambio sin barreras ni complicaciones, siendo directo y sin censura previa. Es por esta razón que no son ocupadas únicamente por individuos, sino por entidades públicas y privadas que ven en estas redes la mejor forma de difusión para sus acciones, productos y servicios.

El movimiento feminista ha encontrado en las distintas redes sociales un espacio donde convocar, proteger, luchar por la igualdad de género y difundir su mensaje. En este punto se desarrollarán dos de las iniciativas creadas por la activista feminista Bebi Fernández.

Bajo el seudónimo de Bebi Fernández y su imagen anónima, se encuentra una alicantina de veintinueve años. Criminóloga, experta en violencia de género, escritora, feminista de raíz e irreverente por naturaleza. Con 539.000 seguidores en Instagram, es una de las voces feministas con más potencia y más influencia entre los jóvenes, a pesar de que nadie fuera de su entorno ha visto su rostro jamás.

Su presencia en redes la ha dedicado a hablar sobre feminismo, criminalidad y trata sexual principalmente, aunque sin dejar al lado el humor y anécdotas de su vida diaria. Durante estos años no solo ha enseñado qué es el feminismo, sino que ha creado una serie de iniciativas las cuales han tenido gran repercusión.

3.2.1 Huelga feminista 8M 2021.

Para este presente año, y ante la imposibilidad de aglomeraciones debido a la pandemia del COVID-19, Bebi Fernández decidió crear una iniciativa que garantizase la seguridad sanitaria, asequible para todas las personas que quisieran participar, sencillo pero potente. Una iniciativa con la potencia suficiente como para crear un movimiento

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

desde casa, al margen de las concentraciones o movilizaciones. Algo que pudiera hacerse no solo desde los hogares sino también en los distintos ayuntamientos, colegios u hospitales (Bebi Fernández, 2021a).

Buscó crear algo conciso pero directo, que lanzase un mensaje de unión y de resistencia aún en la situación sanitaria en la que estamos emergidos. Algo que pudiese fotografiarse y que tuviera una fácil difusión en internet y redes sociales y que pudiese representar a cada mujer del país. Pensó una frase que pudiese ser plasmada en distintos carteles, pancartas y sábanas, en cada balcón y en cada ventana. Una frase que expresara todo, desde cada casa a la calle. Esta frase es “SEGUIMOS AQUÍ”.

Rápidamente ardieron las redes, y esta fue la respuesta de sus seguidoras:



Capturas de Instagram @bebi_fernandez.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.



Capturas de Instagram @bebi_fernandez.

Al finalizar la jornada, Bebi quiso agradecer a todas aquellas que pusieron de su parte para que, a pesar de las circunstancias, la lucha feminista no fuera silenciada (Bebi Fernández, 2021a):

“Muchas gracias por este día a todas las mujeres que se han dejado la piel en la calle, en casa, en su trabajo, en activismo online. Este año las circunstancias han prohibido llenar las calles, pero hemos demostrado que nada, nadie y nunca pararán este movimiento. La lucha feminista es imparable e invencible, y las mujeres de cada país de este mundo lo demostrarán hasta que alguien, dentro de cientos de años, delante de la pizarra de la clase de una escuela cualquiera o en el púlpito de un escenario o en el estrado de un Congreso, hable de todas nosotras y diga:

Continuaron luchando

*Y lo consiguieron”.*¹⁴

¹⁴ Mensaje de agradecimiento de Bebi Fernández publicado en su Instagram.

3.2.2 “¿Vas sola?”

Esta iniciativa surgió después de que una de sus seguidoras le mandara un día un mensaje a su cuenta de Instagram cuando iba sola por la calle. Tras leer el mensaje y ver el vídeo que su seguidora le mandó, decidió crear la iniciativa “¿vas sola?”

Cualquiera de sus seguidoras podrá mandarle un mensaje si van por la calle y sienten miedo. Así, si a alguna mujer le ocurre algo, Bebi puede comprobar si son sus seguidoras y chequear si le envió algún vídeo con la localización exacta o incluso grabando a la persona de la cual sospechan.

Además, Bebi Fernández (2021b) da a sus seguidoras una serie de pautas a cumplir cuando tengan miedo yendo solas por la calle:

1. Compartir la ubicación en tiempo real con los contactos de confianza, especificándoles de dónde vienen, a dónde van y con quien.
2. Si es posible, portar spray de pimienta homologado siempre en la mano y abierto.
3. Escribirle a ella para comentarle todo lo anterior. La activista añade: *“mientras camináis podéis grabaros con el teléfono hablándome, grabar las calles por las que vais o grabar a quién tengáis cerca y os de miedo. Enviádmelo y si os pasa algo, yo me encargo de buscar vuestro usuario, leer el contenido y enviarlo a la policía”*.
4. Por último y no menos importante, la *instagramer* solicita que, una vez que alguien haya utilizado esta iniciativa en una situación de miedo o peligro, le avise al llegar a casa.

Por último, Bebi decidió compartir con sus seguidoras que, tanto Laura Luelmo como Diana Quer¹⁵ eran seguidoras suyas y en palabras de la escritora: *“ojalá hubiesen tenido esta opción”*.

¹⁵ Joven española de dieciocho años víctima de la violencia machista. Fue raptada, violada y asesinada en agosto de 2018 en la localidad coruñesa de A Pobra do Caramiñal. Su paradero fue desconocido durante 497 días.

4. SEXISMO Y MACHISMO OCULTO EN LA RED.

*“El feminismo es la idea radical que sostiene que
Las mujeres somos personas”.*

Angela Davids.

Aunque en sus orígenes, Internet fuera aclamado como un lugar en el que todas las personas, grupos e identidades encontrarían un lugar y que todo el mundo sería tratado por igual, se ha demostrado que muchos espacios en línea perpetúan los prejuicios y las hostilidades del mundo *off line* (Penny, 2014).

Una encuesta realizada por Pew Research Center en septiembre de 2020, señaló que, basándose en la experiencia de personas estadounidenses, el 41% de ellos había sufrido acoso en línea. Además, añadió que, si bien la prevalencia de este tipo de abuso era igual que en 2017, hay evidencias de que el acoso *online* se ha intensificado desde entonces. Finalmente concluyó que, es más probable que las mujeres jóvenes hayan sufrido acoso sexual en línea. El 33% de las mujeres menores de 35 años dicen haber sido acosadas sexualmente en línea, mientras que el 11% de los hombres menores de 35 años dicen lo mismo (Pew Research Center, 2021).

Para Barack (2005) algo tan perjudicial como el acoso directo es la presencia de acoso sexual pasivo o indirecto en Internet. El concepto de sexismo ambiental sugiere que, si las actitudes y el comportamiento sexistas prevalecen en un entorno, esta atmósfera puede tener efectos negativos independientemente de si un individuo es el objetivo directo del sexismo o el acoso sexual, es decir, el simple hecho de estar rodeada de actitudes sexistas puede tener efectos similares en el bienestar de las mujeres a los que tendrían si sufrieran un acoso directo (Glomb et al., 1997).

Es importante comentar que el sexismo no es únicamente aquel que se expresa, es decir, aquel comentario hostil hacia alguien o algo: el mero hecho de defender o bromear cualquier comentario sexista *online* es perjudicial. Este humor sexista refuerza los estereotipos de género tradicionales además de normalizar este tipo de comportamientos (Marwick, 2013). Según Boxer y Ford (2010), en muchos contextos, los chistes y bromas sexistas se experimentan de la misma forma que el acoso sexual, por tanto, estos hombres expuestos a este humor sexista están convencidos de que el

sexismo es más normativo y en consecuencia se culpan menos por este tipo de actitudes y comportamientos.

A los ataques machistas habituales, aquellos que sitúan a las mujeres como seres de segunda, hay que sumarle aquellos que sufren las feministas, no solo por el hecho de ser mujer sino por su ideología y su lucha. Multitud de personas poseen una visión, aparte de equivocada, negativa de la palabra feminismo. Esta visión es compartida tanto por hombres como mujeres de todas las edades. A menudo proviene de una falta de comprensión y de una tremenda ignorancia de lo que realmente significa el feminismo que no es más que la defensa de la igualdad de derechos entre mujeres y hombres.

Según Bridges (2015), existe una noción equivocada de que las feministas son mujeres ruidosas y mandonas que odian a los hombres y todo lo femenino, lo que hace que se cree la imagen de las “feminazi”¹⁶. Las feministas ven una gran necesidad de que se difunda información más precisa sobre el movimiento feminista para que la gente deje de estigmatizar la palabra feminismo y se puedan tener discusiones reales sobre la igualdad.

Una ventaja que Instagram brinda a este tipo de actitudes y comentarios en línea es que no es obligatorio usar ni el nombre real del usuario, ni una fotografía de perfil, ni datos bibliográficos que le identifiquen. Debido a toda esta situación de anonimato, es fácil encontrar actitudes y comportamientos perniciosos.

En 2004, el psicólogo John Suler desarrolló el *efecto de desinhibición online*, donde analizó los elementos que propician este tipo de comportamientos en la red. Llegó a la conclusión de que estos elementos eran:

- 1) **Invisibilidad:** el entorno en línea provoca que los usuarios no puedan observar expresiones, eliminando algunas de las preocupaciones de los individuos por las impresiones que estos puedan causar. Estos individuos son incapaces de observar las reacciones de los demás, por tanto, no pueden ver indicaciones de desaprobación no verbales ante estos comentarios sexistas.
- 2) **Anonimato disociativo:** Suler se refiere a este concepto como la capacidad de diferenciar los comportamientos realizados en línea del *yo físico*. Instagram no requiere la utilización de un nombre real, además los

¹⁶ Término despectivo en contra del feminismo, el cual afirma que el feminismo defiende la superioridad de las mujeres con respecto a los hombres. Se popularizó gracias al locutor de radio estadounidense Rush Limbaugh.

usuarios pueden abstenerse a compartir cualquier información que les identifique. Esto puede propiciar este tipo de comportamientos sexistas en la red, y es que los usuarios pueden llegar a creer que su comportamiento online no representa quiénes son realmente.

- 3) **Solipsismo y proyección:** el hecho de no ver a las personas con las que se interactúa hace que reconstruyamos en nuestra cabeza a esa persona. Esta imagen que nos creamos del personaje tiene más que ver con nosotros mismos que con ellos, es decir, es un personaje basado en el estereotipo el cual dotamos de atribuciones según lo que deseamos, lo que nos aterra o según nuestras expectativas.
- 4) **Asincronismo:** el hecho de que la retroalimentación no sea instantánea puede hacer que se limite aún más el impacto percibido por un mensaje negativo, es decir, si nadie responde inmediatamente para moderar un comentario sexista, puede que este comentario no se perciba como inapropiado. El no recibir comentarios negativos o recibirlos una vez transcurrido un tiempo, hace que ciertos usuarios puedan percibir el sexismo como aceptable.
- 5) **Imaginación disociativa:** debido a que los individuos separan la vida online de la vida offline, les hace pensar que, el sexismo que producen en Instagram se justifica ya que este no va a tener consecuencias en “su mundo real”.

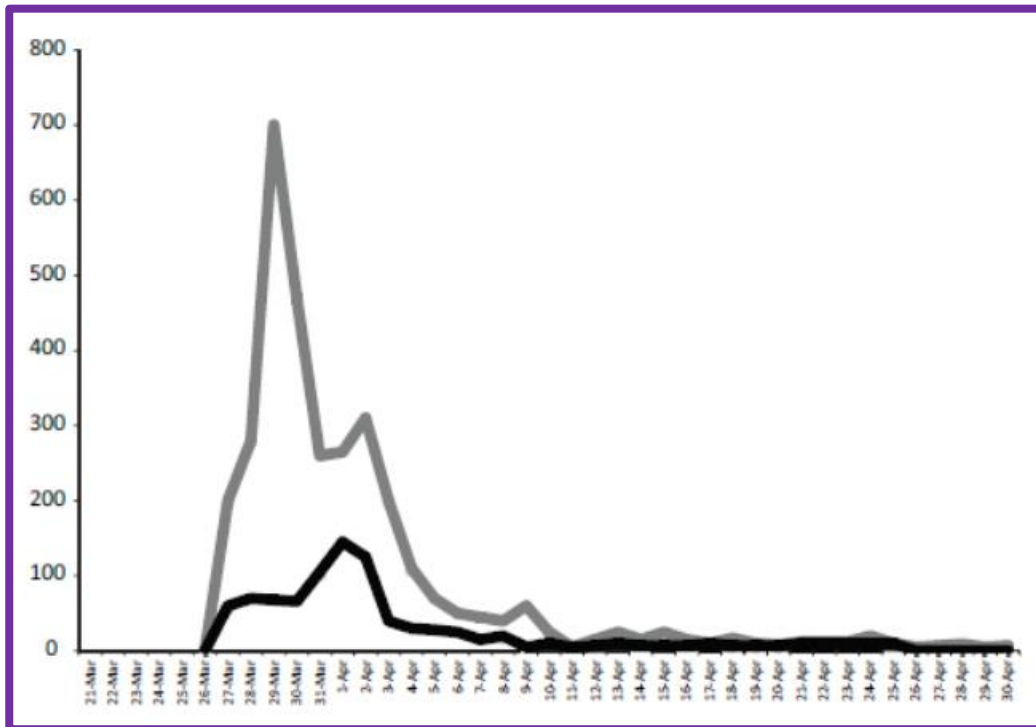
4.1 LOS COMENTARIOS SEXISTAS EN INSTAGRAM, ¿PUEDEN DETENERSE?

Diversos investigadores epidemiólogos de la Universidad de Chicago comprobaron que la violencia tiene mucho que ver con las enfermedades infecciosas. Gary Slutkin presentó en el año 2012 en un foro organizado por el Instituto de Medicina perteneciente a la Academia Nacional de Ciencias de Estados Unidos que la violencia, al igual que las enfermedades infecciosas, se transmite de una persona a otra. Para mostrar dicha afirmación, el investigador mostró la similitud que tiene una curva epidemiológica de un brote de cólera en Somalia con los asesinatos masivos en Ruanda en 1994.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Figura 1

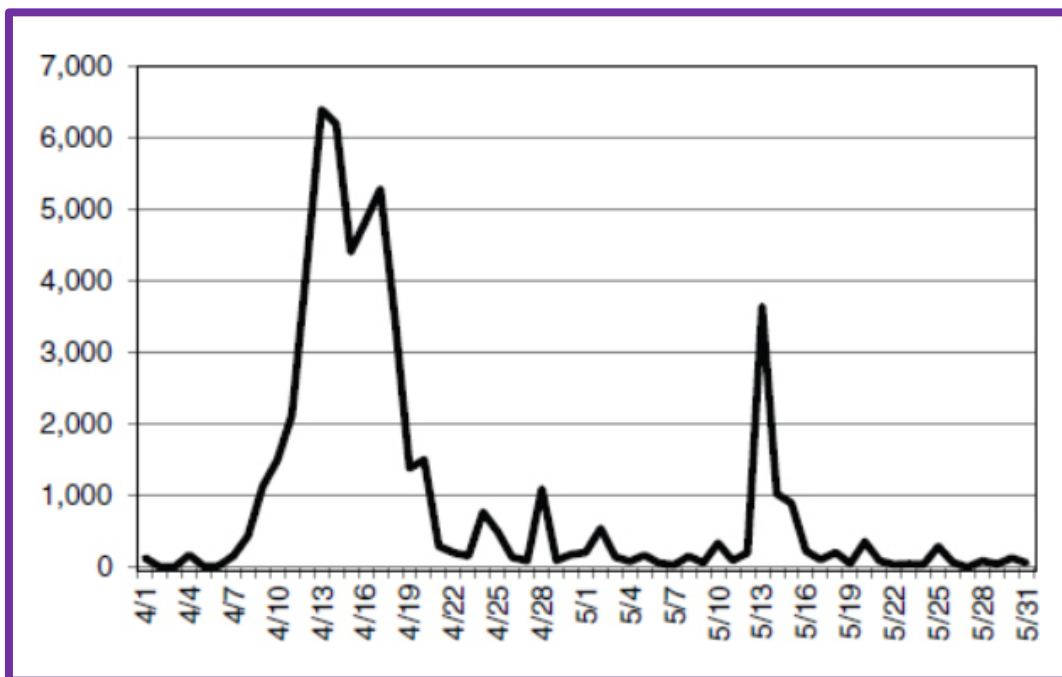
Curva de contagios de cólera en Somalia.



Fuente: Farah (1985).

Figura 2

Curva de asesinatos en Ruanda.



Fuente: Verwimp (2004).

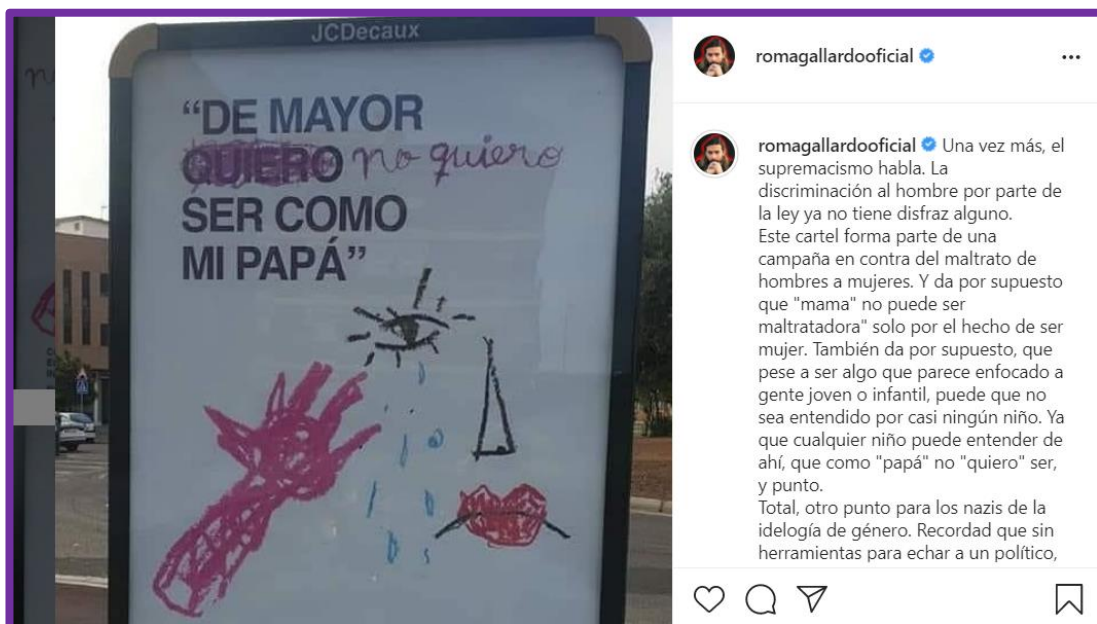
La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Slutkin (2012), señaló que “la violencia tiene las características de una enfermedad infecciosa y que al igual que ésta, se transmite de persona a persona, de barrio a barrio, de comunidad a comunidad y así hasta abarcar a toda la sociedad”.

Si esta violencia puede ser vista como una enfermedad contagiosa, puede ser tratada y prevenida como una enfermedad y no mediante soluciones que han demostrado ser ineficaces como son la penalización o el encarcelamiento de estas personas violentas. Es decir, en este caso, la protección de las mujeres en general y la sociedad en particular en lo que al sexismo en redes sociales se refiere, es más efectiva mediante el silencio que mediante el pánico que aporta el bombardeo de información, aunque la intención de quien lo difunde, obviamente, sea causar un efecto informador positivo.

Las personas que se posicionan en contra de estos discursos y comentarios de odio y los difunden para expresar su rechazo, provocan que, esta difusión genere mayor auge de este tipo de discursos. Por ejemplo:

Roma Gallardo es un instagramer, twittero y youtuber español, que se autoproclama como igualitarista pero antifeminista. Según él, las mujeres no nos encontramos en una situación de desigualdad con respecto a los hombres, sino que son los hombres los que se encuentran en desigualdad debido a la Ley Orgánica 1/2004 o al salario equitativo entre mujeres y hombres en los cuerpos y fuerzas de seguridad cuando ellos tienen unas capacidades físicas mayores.



Captura de Instagram @romagallardooficial

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

En esta publicación, con más de veintiséis mil “me gusta”, el instagramer postea una imagen del cartel del Ayuntamiento de Córdoba de la campaña contra la violencia de género del pasado 2020. El texto que acompaña a la imagen es el siguiente:

“Una vez más, el supremacismo habla. La discriminación al hombre por parte de la ley ya no tiene disfraz alguno. Este cartel forma parte de una campaña en contra del maltrato de hombres a mujeres. Y da por supuesto que “mamá” no puede ser maltratadora solo por el hecho de ser mujer. También da por supuesto que, pese a ser algo que parece enfocado a gente joven o infantil, puede que no sea entendido por casi ningún niño. Ya que cualquier niño puede entender de ahí, que como “papá” no “quiero” se, y punto. Total, otro punto para los nazis de la ideología de género. Recordad que, sin herramientas para echar a un político, esto seguirá pasando. La partidocracia nos lleva a sufrir estos problemas sin tener soluciones directas de decisión. El feminismo en España es cáncer. No ofrece soluciones. No atrae nada más que a gente de bajos recursos intelectuales. No ofrece igualdad. Su definición en el diccionario es otro fraude de la ideología de género impuesta en España. Yo rechazo la ideología de género. Saludo.”

En los comentarios no solo se pueden encontrar respuestas escalofriantes de personas que piensan como él, sino que también se pueden observar algunos comentarios de algunas feministas intentando derrumbar su discurso:

“¿De qué discriminación hablas? ¿Puedes dejar de ser penoso?, discriminación la que hemos sufrido las mujeres históricamente desde el principio de los tiempos no vosotros que por ser hombres no habéis tenido ningún problema ni os han discriminado nunca, dejad de haceros los ofendidos. El opresor no puede ser oprimido es que es un concepto básico”.¹⁷

Pero ¿contestar a este tipo de publicaciones es lo mejor para erradicar el machismo en redes sociales? Basándonos en la teoría de Slutkin (2012), este tipo de respuestas tan solo publicitan a este tipo de publicaciones. La mayor parte de los seguidores que tienen este tipo de cuentas, se lo deben a los detractores que intentan

¹⁷ Comentario de la usuaria de Instagram @marinaibanez__

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

tumbar su discurso, es decir, las personas que se posicionan en contra de estos discursos y los difunden para expresar su repudia, indirectamente terminan siendo la causa del auge del discurso de los mismos. En definitiva, lo mejor sería censurarlos de forma estratégica. Evitar el efecto denominado en psicología social como “bola de nieve”¹⁸. La activista feminista Bebi Fernández (2021c), explicó en sus Instagram las pautas necesarias a seguir para posicionarse en contra de una idea sin publicitar a quienes la lanzan de forma efectiva:

- 1) Definir aquello de lo que se quiere hablar y explicar por qué se está en contra de forma genérica, es decir, si alguien desea posicionarse en contra del fascismo, es necesario dar argumentos en contra de la ideología sin mencionar al partido político. Explicar por qué se está en contra de la ideología hablando únicamente de dicha ideología.
- 2) No realizar asociaciones directas o explícitas. El no dar el nombre de este tipo de personas hace que su mensaje no se extienda. La cuestión es informar sobre el peligro que suponen esas ideas para que, cuando otras personas lo descubran, establezcan asociaciones.
- 3) Aplicar la extinción de conducta. Sin recompensa la conducta se extingue. La recompensa de estas personas no es solo la directa, es también la indirecta (que todo el mundo de voz a sus ideas).

¹⁸ El efecto “bola de nieve” representa lo que sucede cuando algo pequeño o insignificante gana impulso y rápidamente llega a ser grande y más significativo. La analogía más común utilizada en esta situación es cuando una pequeña bola de nieve rueda por una colina, ganando no sólo velocidad, sino también área superficial. Los resultados de este efecto pueden ser positivos o negativos, dependiendo de la naturaleza de la situación en particular (S. Christopher, 2017).

5. METODOLOGÍA.

“Para mantener un flujo de ideas continuo, una polinización cruzada entre análisis y un constante intercambio de descripciones, experiencias y sentimientos, necesitamos palabras”

Angela McRobbie.

Conforme a los objetivos de investigación planteados anteriormente, este estudio se ha efectuado mediante la aplicación de metodología cualitativa, debido a que esta, según Botía Morillas (2013), “permite abordar las interacciones que se establecen en los espacios sociales concretos, atendiendo tanto a las estructuras y a las instituciones como a la percepción de las relaciones en la vida social”. Por tanto, la metodología cualitativa se centra en las distintas experiencias vividas de los individuos, de sus pensamientos, ideas, sentimientos, actitudes y percepciones. Busca desarrollar nuevos conocimientos basados en las creencias y las vivencias de los actores participantes.

Dentro de este tipo de metodología, la entrevista nos permite realizar “un acercamiento a lo social que es imposible de realizar por otras vías” (Benito, 1995), a través de la voz de los participantes. La entrevista, generalmente se realiza de forma conversacional, lo que significa que el investigador utiliza preguntas amplias y abiertas o temas de entrevistas en una guía de entrevistas temáticas. El objetivo es animar al entrevistado a hablar. Según Kvale (1994), una buena entrevista es aquella en la que el entrevistado habla y el investigador escucha en silencio la mayor parte del tiempo.

En esta ocasión, la técnica de investigación utilizada ha sido la entrevista en profundidad, la cual permite recoger información sobre la situación de las activistas feministas en Instagram, la existencia de machismo en la red social o el valor de sus mensajes para la sociedad.

A continuación, se detallarán la técnica de investigación utilizada; la selección del contexto y los casos individuales, así como el guion de la entrevista. Por último, la dinámica consecuencia de la realización de las entrevistas y el análisis de los datos recogidos.

5.1 EL DISEÑO DE LA ENTREVISTA.

En palabras de Taylor y Bogdan (2008), “la problemática de la investigación en ciencias sociales reside en la peculiaridad del objeto de conocimiento: los fenómenos sociales. El carácter subjetivo y complejo de éstos requiere una metodología de investigación que respete su naturaleza”. Por ello, la metodología cualitativa es la más acertada para investigar acerca de estos temas, ya que nos permite comprender la visión que tienen los sujetos sobre sí mismos y sobre el mundo que les rodea. Ortez (2009) define la entrevista en profundidad como:

“Una entrevista personal, directa y no estructurada, en la que el entrevistador hace una indagación exhaustiva para lograr que un encuestado hable libremente y exprese de forma detallada sus motivaciones creencias y sentimientos sobre un tema.”

Es fundamental que el entrevistador cree un entorno familiar donde la persona entrevistada se sienta cómoda para expresar libremente su situación y su punto de vista sobre el tema a investigar.

A pesar de que este tipo de entrevistas no son estructuradas, se realizará un guion orientativo el cual contará con las temáticas que se pretenden tratar. De igual forma, las personas entrevistadas podrán expresarse libremente, detallando la respuesta y tomándose todo el tiempo que necesiten para responder. Asimismo, las preguntas no seguirán un orden específico, sino que se irán realizando en función de cómo vaya transcurriendo la entrevista.

Finalmente, es necesario detallar que, debido a la situación sanitaria actual y aprovechando los recursos tecnológicos que poseemos, estas entrevistas se han llevado a cabo a través de la plataforma digital ‘Zoom’, las cuales serán grabadas previo consentimiento de las personas entrevistadas.

Las primeras preguntas van destinadas a conocer un poco la identidad de las entrevistadas, así como su identidad en la red social Instagram:

- ¿Quién es María Murnau/Quiénes son Teresa Lozano y Zúa Méndez?
- ¿Quién es @feminista ilustrada/Quién es @towandarebels?
- ¿Cómo empezaste en Instagram?
- ¿Qué perfil de Instagram tienes ahora? ¿Te consideras *influencer*?

Por otro lado, las preguntas diseñadas para recabar toda la información posible para el estudio son las siguientes:

- Me gustaría que me comentase por qué decidió comenzar a hablar de feminismo en las redes sociales y en qué momento se dio cuenta o decidió que iba a dedicar su imagen pública/perfil a hablar sobre este tema
- Me gustaría conocer su opinión respecto al aumento de personas seguidoras del movimiento feminista o aliadas al movimiento feminista gracias al uso de las redes sociales y si personalmente ha notado un aumento.
- Desearía que me comentase si cree que, gracias a la aparición de las redes sociales, las relaciones de género hasta ahora conocidas se han visto afectadas y ¿por qué?
- Querría saber su opinión sobre si las redes sociales son o no son, buenas herramientas para educar en igualdad.
- Me gustaría saber cómo ve su perfil/cuenta en un futuro o como le gustaría enfocarlos, ¿cuáles son sus objetivos?
- Querría saber su opinión sobre si cree que hay machismo en las redes sociales y, además, me gustaría conocer su experiencia, ¿ha sufrido acoso o *hate* en Instagram por hablar de feminismo? Cuénteme su experiencia.
- Siguiendo con la pregunta anterior, me gustaría saber su opinión acerca del machismo oculto.
- Hablando nuevamente de los enfrentamientos, me gustaría saber si alguna vez ha tenido algún enfrentamiento en Instagram con algunas personas que sean feministas pero que su corriente de pensamiento sea diferente a la suya.
- Desearía saber si en alguna ocasión ha pensado en abandonar su trabajo en Instagram, y en el caso de que así sea, me gustaría saber por qué ha llegado a pensar esto.
- Querría saber cuáles son las claves que usted considera necesarias para conseguir una sociedad más feminista.
- Por último, me gustaría saber qué es lo que le motiva para seguir con su labor en Instagram.

El diseño de estas entrevistas demanda el tomar una serie de decisiones metodológicas relacionadas con la selección del contexto, la selección de los casos individuales, el contacto con las personas a entrevistar, la situación de la entrevista o el diseño del guion de la entrevista, A continuación, se expondrán todas estas cuestiones.

5.1.1 La selección del contexto.

La investigación se ha desarrollado en el marco de la red social Instagram. La elección de este contexto entre las distintas redes sociales que tenemos a nuestra disposición se debe principalmente a que hay muy pocos estudios e investigaciones que relacionen el género e Instagram. Además, otro de los motivos es que se trata de la red social que más utilizo y con la que más familiaridad tengo, por ello creo que esto podía beneficiarme a la hora de escoger los casos individuales, puesto que tengo conocimiento de multitud de activistas feministas en esta red social.

5.1.2 La selección de los casos individuales.

La selección de estos sujetos de investigación no ha sido de forma casual, sino que, las personas a entrevistar han sido elegidas por cumplir ciertas características, como puede ser: su género, el uso de sus redes sociales, el mensaje que encontramos en sus perfiles etc.

El primer criterio utilizado a la hora de escoger la muestra ha sido el criterio de normalidad, ya que, no se ha buscado intencionadamente a personas que tuvieran discursos sobre la temática previamente elaborados.

Por último, el segundo criterio utilizado ha sido el de accesibilidad. Este criterio hace referencia a que, se han entrevistado a personas que cumpliesen una serie de características y que, además, el contacto con ellas no fuera excesivamente complejo y que, por supuesto, estuvieran dispuestas a participar.

Las características que sirvieron como guía a la hora de encontrar personas a las personas que entrevistar han sido:

El sexo.

Teniendo en cuenta que lo que se pretende con este estudio es analizar el mensaje de activistas feministas en Instagram, es necesario que sean mujeres las entrevistadas ya que, por norma general, son ellas las que más conciencia feminista

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

poseen, además, la mayoría de los perfiles feministas de Instagram, son gestionados por mujeres.

Influencia en redes sociales.

Como sucede con la característica anterior, es necesario que las mujeres entrevistadas tengan una gran influencia en Instagram, es decir, no sólo que tengan multitud de seguidores, sino que, además, su mensaje tenga la repercusión y el calado necesario como para que se considere influyente.

Que sus perfiles de Instagram vayan destinados a hablar de feminismo.

Considerando que el objetivo principal de esta investigación es analizar el discurso feminista en la red social Instagram, esta característica se considera indispensable. Teniendo en cuenta este elemento se podrá observar el mensaje que estas mujeres transmiten, comprobando tal y como se ha hipotetizado, que Instagram ha permitido la expansión de las teorías feministas en la red y con ello, el acceso a unas bases teóricas anteriormente reservadas a personas que pertenecían al ámbito académico.

5.1.3 La selección definitiva de la muestra.

Para llevar a cabo esta investigación, se ha utilizado la técnica de muestreo no probabilística, ello quiere decir que se han seleccionado a los sujetos a entrevistar debido a los criterios mencionados anteriormente. Según Scharager y Reyes (2001), “en esta tipología de muestras, la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de otras condiciones que permitan hacer este muestreo. Son seleccionadas mediante mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población”.

Dentro del muestreo no probabilístico, se ha utilizado más concretamente la “muestra de sujetos tipo”. Este tipo de muestra hace referencia a aquella en la cual lo importante no es poseer una gran cantidad de información, sino la calidad y profundidad de esta.

Teniendo presente los criterios necesarios que debían poseer los sujetos participantes, se han conseguido un total de dos sujetos para llevar a cabo esta investigación. A pesar de que el número de personas entrevistadas es muy escaso, la información obtenida en las entrevistas realizadas cumple los objetivos de la investigación.

5.1.4 Otros aspectos metodológicos.

A lo largo de este apartado se expondrán otros aspectos metodológicos que se seleccionaron durante el desarrollo de este estudio.

En lo que se refiere a la primera toma de contacto con los sujetos de las entrevistas y de acuerdo con el criterio de accesibilidad, se llevó a cabo a través de las direcciones de correo electrónico que se facilitaban en su perfil de Instagram. En esta primera comunicación, me presenté como estudiante del Máster de Estudios Interdisciplinarios de Género y les expuse el motivo por el que me puse en contacto con ellas. Seguidamente les expliqué el tema de la investigación y si deseaban participar en ella a través de una entrevista.

Otro aspecto destacable es la forma en la que se llevaron a cabo las entrevistas. Teniendo en cuenta la situación sanitaria actual con el Covid 19, y debido a las restricciones de movilidad del momento en el que se realizaron, se consideró lo más óptimo efectuarlas a través de la plataforma de videoconferencias “Zoom”. Si bien es cierto que en un primer momento se pensó que hacer las entrevistas de esta forma podría dificultar la creación de un clima de confianza, la lectura del lenguaje no verbal de la persona entrevistada o la fluidez de las respuestas, no influyó de manera negativa en absoluto. Al tratarse de personas familiarizadas con este tipo de recursos electrónicos debido a su profesión se mostraron abiertas a responder las preguntas en todo momento. Así mismo se mostraron de acuerdo en que las entrevistas fueron grabadas en vídeo para facilitar su posterior análisis.

Desde un primer momento se buscó que las personas entrevistadas se sintieran cómodas y pudiesen expresar su relato de forma sincera y sin tabúes, hecho que sin duda se ha visto favorecido dado que las entrevistas las realizaron desde lugares familiares para ellas y no en un lugar ajeno o desconocido.

5.1.5 La ejecución de la entrevista.

Una vez expuesto el diseño metodológico que se ha llevado a cabo en esta investigación, se procederá a explicar a continuación el desarrollo y la aplicación del guion de la entrevista, exponiendo además los temas generales que se han tratado durante las mismas.

Introducción a la entrevista.

Al inicio de la entrevista, para que las mujeres entrevistadas se sintieran más cómodas y crear un clima de confianza decidí hablarles un poco de mí, de la investigación y más concretamente de los objetivos que pretendía conseguir y de la dinámica que había pensado para la realización de la entrevista. Una vez finalizada esta breve presentación, les hice partícipes de las mismas, preguntándoles si estaban de acuerdo con lo establecido. Además, como he mencionado con anterioridad, les pedí permiso para poder grabar la entrevista con el fin de poder estar más atenta a lo expresado por las mujeres y además facilitar el posterior análisis de las entrevistas. Una vez finalizado este proceso se comenzó con la entrevista propiamente dicha.

Presentación e identidad en Instagram.

Las primeras preguntas fueron estructuradas, donde las protagonistas debían responder a cuestiones sobre su perfil en Instagram o preguntas sobre sus estudios y conocimientos. Todos estos interrogantes sirvieron no sólo para conocer un poco más a los sujetos, sino que también fueron de utilidad para comprobar si estas eran aptas para el estudio. Una vez respondidas todas estas cuestiones, se comenzó a preguntar de forma más detallada sobre los siguientes temas.

Razón del feminismo.

A partir de este momento la entrevista empieza a ser abierta ya que, aunque el guion de las preguntas está establecido podrá variar el orden en función de las respuestas y comentarios que haga la entrevistada.

Las primeras cuestiones hacían referencia al por qué las protagonistas decidieron dedicar su perfil en las redes sociales a hablar sobre feminismo y cuál fue el momento donde fueron conscientes o decidieron que iban a dedicar su imagen pública a tratar estos temas. En todo momento se permitió que las entrevistadas desarrollaran su relato de forma libre y sin establecer un tiempo para cada respuesta favoreciendo que se extendiera lo que considerasen necesario. Como se ha comentado previamente, la pregunta que se realizó para conseguir esta respuesta fue: *“me gustaría que me comentase por qué decidió comenzar a hablar de feminismo en las redes sociales y en qué momento se dio cuenta o decidió que iba a dedicar su imagen pública/perfil a hablar sobre este tema”*.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Influencia en las redes sociales.

Las siguientes preguntas fueron encaminadas a tratar la influencia en las redes sociales y cuál era su percepción respecto a ella. Es fundamental tener presente que las redes sociales en la actualidad se han convertido en una gran herramienta para la transmisión y difusión de ideas y por ende para conseguir adeptas al movimiento. Es por ello que también se consideró importante conocer la opinión que tenían las entrevistadas en lo referente a las relaciones de género que observan en la red. En lo que se refiere a esta temática las preguntas que se realizaron fueron: *“me gustaría conocer su opinión respecto al aumento de personas seguidoras del movimiento feminista o aliadas al movimiento feminista gracias al uso de las redes sociales y si personalmente ha notado un aumento”*; *“desearía que me comentase si cree que, gracias a la aparición de las redes sociales, las relaciones de género hasta ahora conocidas se han visto afectadas y ¿por qué?”*; *“querría saber su opinión sobre si las redes sociales son o no son, buenas herramientas para educar en igualdad”*.

Machismo y enfrentamientos en Instagram.

Siguiendo esta misma línea en lo que a temática se refiere se realizaron dos preguntas para conocer si las entrevistadas consideraban que el machismo que se percibe y se siente en la sociedad offline también se ve reflejado en las redes sociales, en concreto en Instagram. Para ello se elaboraron las siguientes cuestiones: *“Querría saber su opinión sobre si cree que hay machismo en las redes sociales y, además, me gustaría conocer su experiencia, ¿ha sufrido acoso o hate en Instagram por hablar de feminismo? Cuénteme su experiencia”* Una vez contestada esta pregunta y con el fin de profundizar un poco más en la percepción de las mujeres entrevistadas, se les pidió su opinión acerca del machismo oculto.

Puntos negativos.

En esta parte de la entrevista se consideró importante que las *influencers* comentaran la parte negativa de tener un perfil público dedicado exclusivamente a la lucha por la igualdad entre mujeres y hombres. Al tratarse de mujeres que cuentan con un gran número de seguidores y, por ende, llegan a muchas personas y además tratar temas que podrían ser considerados como polémicos, tienen una mayor probabilidad de

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

recibir ataques o críticas destructivas que cualquier otro ciudadano con un perfil en Instagram privado y/o con pocos seguidores.

El hecho de estar tan expuestas al mundo y correr el riesgo de ser atacadas con cualquier publicación que hagan en su perfil, hace que, en algún momento, puedan llegar a pensar en querer abandonarlo todo. Para responder a este tema, se expusieron las siguientes preguntas: *“Hablando nuevamente de los enfrentamientos, me gustaría saber si alguna vez ha tenido algún enfrentamiento en Instagram con algunas personas que sean feministas pero que su corriente de pensamiento sea diferente a la suya”*. *“Desearía saber si en alguna ocasión ha pensado en abandonar su trabajo en Instagram, y en el caso de que así sea, me gustaría saber por qué ha llegado a pensar esto”*.

Perspectiva de futuro y opinión.

Este último apartado cierra la entrevista con las protagonistas. Se pretende tratar la perspectiva de futuro y opinión que tienen acerca de su continuidad en redes sociales, así como su punto de vista acerca de cómo crear una sociedad cada vez más feminista. Las cuestiones planteadas en esta ocasión fueron: *“Me gustaría saber cómo ve su perfil/cuenta en un futuro o como le gustaría enfocarlo, ¿cuáles son sus objetivos?”*; *“Querría saber cuáles son las claves que usted considera necesarias para conseguir una sociedad más feminista”*; *“Por último, me gustaría saber qué es lo que le motiva para seguir con su labor en Instagram”*.

Estas últimas cuestiones resultaron de gran importancia y es que, las entrevistadas contestaron de forma visiblemente emocionadas, especialmente a la última cuestión. De igual forma, considero que haber planteado la última cuestión ha contribuido a que se genere un final especial y agradable, ideal para poner el broche final a las entrevistas.

6. @FEMINISTAILUSTRADA Y @TOWANDAREBELS. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

“No vendemos productos, vendemos ideas.

Pero no las vendemos, las compartimos”

Teresa Lozano y Zúa Méndez. Towanda Rebels.

Este trabajo de investigación se centró en los casos de las activistas feministas españolas María Murnau (@feministailustrada) y Teresa Lozano y Zúa Méndez (@towandarebels). A continuación, y antes de comenzar con a analizar los resultados de las entrevistas, se presentará detalladamente a las entrevistadas. Tras esto, se expondrán los resultados obtenidos basándonos en los temas generales tratados en las entrevistas.

María Murnau es una activista feminista nacida en Cádiz en 1991. Es graduada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla. En 2016 finalizó el Máster de Género en la Universidad de Cádiz y, actualmente se encuentra estudiando el Grado de Psicología en la Universidad Nacional de Educación a Distancia.

A finales de 2015 creó Feminista Ilustrada, un proyecto de sensibilización donde a través de sus libros y sus ilustraciones en Instagram busca derribar el machismo y pretende acercar el feminismo al sector más *mainstream* de la población. Surgió por la necesidad de crear un puente entre la academia, la política y los colectivos y la ciudadanía.

Teresa Lozano (periodista y actriz) y Zúa Méndez (humanista y actriz), forman Towanda Rebels. Se conocieron hace unos ocho años en un curso de cámara y desde ese entonces forjaron una fuerte amistad. Poco a poco, esa amistad las fue llevando por el camino del feminismo, sobre todo a través de redes sociales. Este camino era hasta entonces, a pesar de ser mujeres, algo desconocido, y es que, tal y como afirman *“ni en las escuelas ni en las universidades te enseñan la historia del feminismo ni mujeres relevantes de la historia. Es un robo capital”*.

Un día decidieron dejar sus trabajos y comenzar a hablar de feminismo en redes sociales, principalmente en Youtube, a través de distintos vídeos como “Noticias Towanda”, “Yo te creo” un vídeo de apoyo a la víctima de la agresión sexual de *La Manada* el cual se hizo viral, y “Hola putero”, un vídeo defensa de la abolición de la prostitución el cual generó mucha repercusión. Tras estos videos comenzaron a darse a

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

conocer y a crecer, hasta llegar a escribir su propio libro “Hola guerrera” en el año 2018. Sin embargo, no ciñeron su lucha contra el patriarcado y el machismo únicamente a Youtube, sino que crearon perfiles en las demás redes sociales, para que así su voz llegase a más personas.

Lo cierto es que todos estos años de trabajo de las entrevistadas, las ha llevado a tener una gran influencia en lo que respecta al activismo feminista en redes sociales. Sin embargo, cuando se les preguntó si se consideraban *influencers*, todas contestaron de manera muy similar:

“*Influencer* en el sentido estricto de la palabra, que tiene influencia en la sociedad por su número de seguidores sí. Pero en el sentido más coloquial, que nos hace pensar en una persona que usa las redes para promocionarse a ella misma y vivir gracias a la publicidad... ¡¡para nada!! Instagram es solo una de las vías en las que está Feminista Ilustrada, pero genera 0 ingresos.” (María Murnau. @FeministaIlustrada).

“Bueno si entendemos *influencer* como se entendía antes cómo se generaban las corrientes de opinión, pues quizás sí. Por ejemplo: como voces autorizadas que hablan de un tema o que reflexionan sobre algo y lo lanzan al mundo y esa reflexión es recogida y es amplificadas, pues sí. Si lo entendemos como *influencers* en el sentido actual, no. Porque las *influencers* son esas, en su mayoría mujeres, pero también hombres, que lo que hacen es hacer que su canal mediático, que la cantidad de seguidores que tengan, que sus redes, estén al servicio de vender productos, en ese sentido no nos consideramos *influencers*, para nada. Nosotras no vamos para nada por ahí, ninguno de nuestros canales es utilizado para esa idea.” (Zúa Méndez. @TowandaRebels).

6.1 RAZÓN DEL FEMINISMO.

En lo que respecta a las cuestiones tratadas en este tema, vemos cómo hay una similitud en lo que respecta a la creación de perfiles para hablar de feminismo, sin embargo, los motivos de por qué hablar de feminismo son dispares, pero no por ello incompatibles.

“En ese momento, en 2015, no había muchos perfiles visualmente atractivos que hablasen de feminismo. Vi que había un vacío muy importante para llenar, por

ello, cree el perfil porque quería hablar de feminismo” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“Porque necesitábamos hablar. Teníamos una necesidad imperiosa de contar lo que estábamos descubriendo, de sacar hacia fuera la rabia que teníamos de todas las injusticias que estábamos viendo y necesitábamos lanzarlo al mundo y ver si esto les estaba pasando a otras mujeres etc.

Un poco las redes sociales creemos que tienen una importancia no solo como catalizador de un discurso y un mensaje que nunca nos llegaba a través de lo académico, que es de donde nos tenía que haber llegado, sino también porque, las redes sociales en un principio cuando no estaban tan mediatizadas, cuando no había tantos lobbies económicos detrás, eran un espacio libre y a través de un móvil, de repente las mujeres teníamos voz. Podíamos decir lo que nos ocurría y nos dábamos cuenta de que sí que interesaba — que nos decían que no —, sí que era noticia — que nos decían que no— y sí que, además, cambiaba la agenda mediática, conseguimos cosas a fuerza de reivindicaciones. Entonces, realmente lo que nos ocurre a nosotras es que utilizamos nuestras redes, simplemente porque nos sentimos que nuestro papel dentro del feminismo no es el de teóricas, sino el de divulgadoras. Divulgar en el sentido de: voy a coger un discurso académico que es super necesario, que nos da todas las herramientas de análisis para acabar con la violencia contra las mujeres y lo voy a traducir y lo voy a hacer sugerente y lo voy a hacer atractivo para que este discurso llegue a todo el mundo. Nosotras somos comunicadoras.

Al final, se ha convertido, si echamos la vista atrás y vemos movimientos como el #Metoo, el #Cuéntalo, el #MiraComoNosPonemos...movimientos que ¿qué han hecho? Pues poner sobre la mesa el nivel de violencia y de violencia sexual, normalizado y por tanto invisibilizado en la sociedad, pero con el que convivimos tantas y tantas mujeres en silencio. Romper el silencio es el primer paso para tomar cartas en el asunto y, además, no es fruto de decisiones individuales, no es nuestra culpa y hay que poner el foco alejado de la víctima, vamos a situar el foco correctamente—y esa era nuestra intención desde el principio— y vamos a hablar de los victimarios, resituemos el debate. Hay una violencia estructural, pero ¿quién la ejerce y quién la permite? Vamos a hablar

de ellos, y vamos a dejar de cuestionar a las mujeres” (Zúa Méndez, @TowandaRebels).

6.2 INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES.

Como hemos visto con anterioridad, las redes sociales han creado una nueva forma de expresarse y de adquirir información y conocimientos. Han suscitado que la sociedad empiece a coordinarse a través de las plataformas digitales, percibiendo la posibilidad de un cambio, el cual en muchas ocasiones no se lleva a cabo desde las esferas políticas. Según Cortés y Garzón (2017): “el ciberespacio se muestra como una “ventana para la sociedad” que da paso al llamado del cambio social actual enmarcado dentro de parámetros pluriculturales que, incidiendo en la mente de la colectividad, logra que los movimientos ofrezcan posibilidades de crear un entorno diferente”.

Por este motivo, se consideró necesario conocer cuál era la influencia de Instagram en el movimiento feminista y en el discurso feminista, así como en su propagación y en el cambio de roles hasta ahora conocidos.

En lo referente al aumento de personas que se alíen al movimiento feminista, las respuestas de las entrevistadas fueron las siguientes:

“Hay muchísimas personas que se han aliado al movimiento. Las redes sociales han sido un canal de difusión y de creación de redes interpersonales decisivo” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“Es que no es una creencia, es un dato, es decir, lo vemos cada día. A nosotras, hay chicas que nos dicen que han conocido el feminismo gracias a nosotras —que es muy triste, que no digo que tenga que ser así. Tendrían que conocerlo desde pequeñas en el colegio— Y yo creo que lo más importante, es que, a ver, uno de los mayores triunfos del patriarcado, ha sido mantenernos aisladas, mantenernos que no pudiésemos establecer lazos de amistad, lazos de confianza, de unión, de poder hablar, de poder contar lo que nos pasaba. Además, creando esta idea de competencia entre nosotras, competitividad, una enemiga de la otra, la peor enemiga de una mujer es otra mujer. Con todos estos mitos, con todos estos lugares comunes etc. Y no dejarnos hablar entre nosotras, no dejar que realmente pusiéramos sobre la mesa lo que nos unía, la violencia que nos unía y dejándolo todo al margen de la individualidad, de casos puntuales, de casos

aislados. NO ES UN CASO AISLADO, SE LLAMA PATRIARCADO. Y claro, las redes sociales sí que de repente, posibilitan que podamos estar hablando con una compañera en Colombia o que podamos estar enterándonos de qué está pasando en Corea con el movimiento de mujeres en Corea, y que nos demos cuenta además de que, el feminismo es un internacionalismo —que es una característica de esta cuarta ola feminista— que si bien, había habido un movimiento feminista mayoritario en bloque occidental, de repente, esta cuarta ola vemos que en todos los países del mundo —en mayor o menor medida— existe un movimiento feminista, existen mujeres que se alzan contra el poder establecido y que se alzan contra el sistema patriarcal. Entonces, de repente encontrar toda esa potencia, de repente contar otras historias a otras mujeres que desde otros contextos también luchan, pues es lo que hace que el movimiento crezca muchísimo y que nos sintamos acompañadas, porque hemos estado muy solas, relegadas al hogar, relegadas al cuidado, sin poder tener amigas prácticamente. De hecho, si hablas con mujeres mayores y la mayoría no tienen muchas amigas, porque no han podido tener una relación —ni tenían tiempo, ni tenían ocio, ni se les permitía—. Y sí, las redes sociales han catapultado el feminismo y que todo vaya mucho más rápido, porque antes, por ejemplo, durante el feminismo radical de los años 70, aunque era una sociedad avanzada, la manera de comunicarse era mucho más complicada, tenían que hacer convenciones, tenían que juntarse presencialmente, tenían que mandarse cartas. Lo bueno de esta cuarta ola es que estamos utilizando por fin la tecnología a nuestro favor, toda esta inmediatez, nos ha servido para que crezca muy rápido” (Teresa Lozano, @TowandaRebels).

“(…) ahora lo bueno de las redes sociales es que provocan una especie de retroalimentación. Nosotras aquí hemos alcanzado una igualdad medianamente formal, pero luego vemos que todavía en el ámbito privado, sexual etcétera, no hemos alcanzado la igualdad. Pero es que hay mujeres en otros lugares del mundo que nos están contando que viven situaciones muchísimo peores que nosotras y nos lo están contando ellas ¡AHORA! Y están alzando la voz ¡AHORA! Y están usando las redes para denunciar situaciones de gran abuso (...) esto no había pasado antes nunca, siempre teníamos un relato mediatizado por las personas que estaban en el poder. No sabíamos realmente lo que les

ocurría a estas mujeres. Las mujeres no teníamos el uso de la palabra pública, no teníamos el acceso a la política. Entonces ahora es algo que no se nos puede olvidar que, si bien nosotras estamos luchando por la igualdad aquí, en situaciones formalmente igualitarias, tenemos compañeras en todo el mundo luchando por conseguir los derechos básicos más fundamentales —que no los tienen— y esto hace que creemos esta cosa de retroalimentación. Hemos sido referencia España del movimiento durante un par o tres de años a nivel global, las movilizaciones en España, brutales. Pero han tomado el testigo las compañeras de América Latina (...) ellas se han retroalimentado de nuestra energía, han visto a través de las redes sociales lo que estaba ocurriendo en España, se han nutrido del discurso, de las consignas que nosotras hemos lanzado a las redes, han abierto los ojos y ahora son capaces de tener herramientas ellas y son ellas las que ahora llevan la lucha. A su vez, ahora nosotras las vemos a ellas y decimos, seguimos teniendo miles de razones por las que seguir luchando” (Zúa Méndez, @TowandaRebels).

Por otra parte, cuando se les preguntó a las entrevistadas si consideraban que las redes sociales en general e Instagram en particular, habían afectado a las relaciones de género hasta ahora conocidas, las respuestas fueron las siguientes:

“Las redes sociales solo han visibilizado algunas cosas que antes ocurrían en espacios más privados. Todo lo que ocurre ahora ya ocurría antes, solo que ahora lo vemos todos y todas a través de una pantalla y no solo cuando se cruza en nuestro camino” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“A ver, todavía nos queda mucho en cuanto a que los hombres se den cuenta que esto va de ellos. Que esto del machismo no es un problema de las mujeres — como nos quieres hacer pensar— es un problema de los hombres, del comportamiento, de la socialización y de los actos de los hombres, que nos afectan a las mujeres, pero realmente es un problema suyo. No somos nosotras las que estamos matando, no somos nosotras las que estamos violando, no somos nosotras. Ellos son los que tendrían que reeducarse —nosotras también ¿no? Pero todo para aprender a identificarlo, para no aceptar esa violencia, para no aceptar que es nuestra culpa, para muchas razones— lo cierto es que los que tendrían que estar al pie del cañón, los que tendrían que estar escuchando y los que tendrían que estar aprendiendo son ellos. Hay hombres que lo están

haciendo, pero yo creo que sinceramente que está siempre mediado a través de las mujeres, es decir, que somos las mujeres las que nos hemos preparado, somos las mujeres las que hemos aprendido, las que leemos libros, las que dedicamos tiempo nuestro para educarnos y para reeducarnos y luego, además, tenemos que emplear tiempo en educarles a ellos. Esto es una cosa que da un poco de rabia, porque si ellos de verdad, se dieran cuenta de que es un problema de ellos, tendrían que ser ellos los que se preocuparan de leer libros y no pedirnos que continuamente les estemos explicando cosas básicas. Si ellos realmente fueran conscientes de la gravedad del asunto y que, de verdad esto tiene que cambiar, pues tendrían que ser un poco más activos. ¿Están cambiando? Sí. También creo que están cambiando porque no les queda otra” (Teresa Lozano, @TowandaRebels).

“Y han servido para crear redes, nunca mejor dicho. Mujeres que se encontraban solas en localidades pequeñas, en municipios, que no tenían amigas feministas, que es muy importante tener amigas feministas, para precisamente tener relaciones con mujeres libres, o intentarlo al menos” (Zúa Méndez, @TowandaRebels).

6.3 MACHISMO Y ENFRENTAMIENTOS EN INSTAGRAM.

Las redes sociales se han convertido en un espacio imprescindible para la visibilización, el debate y la defensa del feminismo. Pero en los entornos virtuales podemos encontrar desde discursos y producciones profeministas hasta otros de signo más posfeminista o antifeminista (Tortajada y Vera, 2021).

Así pues, aunque el feminismo haya crecido gracias a las redes sociales, también han crecido en estos espacios todas aquellas ideologías que lo cuestionan y lo atacan. Diversidad de grupos se encargan de generar y difundir mensajes misóginos unificando los atractivos de lo popular y lo digital (Tortajada y Vera, 2021; Jouët, 2017; Banet-Weiser y Miltner, 2016; Banet-Weiser, 2018).

A la hora de realizar esta investigación, se consideró importante tener en cuenta la misoginia y el machismo presente en Instagram, por ello, se decidió preguntar a las entrevistadas por el machismo oculto y por el acoso que sufren por hablar de feminismo. Todas ellas refieren haber sufrido multitud de ataques por el mero hecho de reivindicar la igualdad de género en redes sociales:

“Machismo hay en todas partes por desgracia. El machismo oculto, solo está oculto a algunas personas, porque otras ya lo vamos desenmascarando, por eso creo que nunca hay que dejar de leer a las mujeres que llevan toda su vida en esa tarea” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“Todos los días. Nosotras empezamos en septiembre y de repente en diciembre salió ‘Hola Putero’ y sí, habíamos ido creciendo en esos tres meses de manera medianamente paulatina, pero sí que de repente ‘Hola Putero’ es un boom absoluto en el que, además, señalamos a los victimarios que estaban siempre invisibles. Las primeras semanas tras el vídeo a nosotras nos costaba trabajo dormir porque el nivel de violencia era enorme. Pero ¿el nivel de violencia ha bajado? No, realmente no ha bajado, lo que pasa es que nosotras hemos aprendido de alguna manera a relativizarlo y de hecho es que hemos dejado de leer y borrar los comentarios en Youtube, porque la mejor manera de contrarrestar el discurso de que el machismo no existe es dejar visible esos comentarios que nos decían “os voy a violar”, “os voy a matar”, “voy a matar a tu hermana”, “os voy a rajar de arriba abajo”, “puta feminazi”. Los dejamos ahí precisamente como prueba evidente de lo que estábamos diciendo un poquito más arriba en el video era poco. Por otro lado, cuando entramos en Instagram, que fue un poco después, lo que pensamos es que queríamos que, en esa red, las chicas pudieran interactuar con las publicaciones, que pudieran sentirse tranquilas, y en Instagram comenzamos con la política de retirar los comentarios violentos —alguno se nos escapa— pero intentamos que allí la gente sí pueda hablar más tranquilamente. Aun así, nos mandan mensajes directos con contenido sexual, nos insultan, nos censuran uno y todos nuestros contenidos” (Zúa Méndez, @TowandaRebels).

La última pregunta de este apartado trata sobre los posibles enfrentamientos que se pueden generar entre distintas corrientes feministas. La realidad es que, en la actualidad, debemos hablar de feminismos y no de feminismo y es que, cada vez hay una mayor diversidad de mujeres que se alían al movimiento feminista. Esta diversidad trae al movimiento distintos modos de explicar las experiencias de vida y distintas formas de entenderlas. Según Castañeda Salgado (2016), una de las características más notables de los feminismos actuales es su capacidad abarcadora, con la cual se pretende llegar a niveles cada vez más profundos de comprensión de las múltiples formas como

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

el sexo, el género, la clase, la raza, la etnia y otras condiciones/ordenadores sociales que se articulan en formas de organización social, culturas e ideologías ubicadas. Por tanto, no es de extrañar que, aunque el trasfondo del asunto sea conseguir la igualdad real entre mujeres y hombres, al haberse generado multitud de variaciones en el feminismo, en algunos temas haya diversidad de posiciones y opiniones y en ocasiones, enfrentamientos.

Cuando se decidió preguntarles a las entrevistadas por este tema, las respuestas fueron muy dispares:

“Sobre las consecuencias de la propuesta actual de una ley llamada “Ley Trans”. Muchas feministas de renombre, muy sabias y formadas tras décadas de estudio sobre esta materia han advertido que esta ley ni ayuda a las personas trans ni a las mujeres. Al intentar dar altavoz a estas mujeres, como clara defensora de los derechos de las mujeres y LGTB que siempre he sido, hubo una campaña de difamación, contra mí y muchas otras compañeras” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“Con grupos feministas no hemos tenido enfrentamientos. Al vídeo de ‘Hola Putero’ hay más de veinte respuestas en vídeo. La mayoría eran hombres ofendidos, la mayoría eran puteros que no estaban comprando ese discurso, que decían que éramos unas exageradas o que intentaban denigrarnos a nivel personal o que decían que por el hecho de ser actrices lo que estábamos diciendo era mentira. Pero por ejemplo una vídeo respuesta, ‘Hola abolicionista’, el cual está producido, no trata de mujeres feministas, trata de mujeres prostituidas que están dentro del sistema prostitucional. Salían tres o cuatro mujeres que afirmaban que las estábamos victimizando...cosas muy *heavies* que se dijeron como —en el vídeo no, pero en comentarios sí —“tenéis las manos manchadas de sangre, porque si todo es una violación, cuando nos violan la culpa la tenéis vosotras”, “estáis animando a los hombres a tratarnos así”, “estáis denigrando a las mujeres con ese vocabulario”. Bueno lo primero es que nosotras explicamos desde un comienzo toda la manera en la que estamos diciendo o hablando en referencia a lo que ocurre en la prostitución, está extraído de los foros de los puteros, no son palabras nuestras, es la manera en la que ellos hablan de las mujeres que “consumen”. ‘Hola abolicionista’ es un vídeo que viene producido por el lobby proxeneta. ¿Cómo contesta siempre el lobby proxeneta al feminismo? Poniendo

en boca de mujeres, que dicen que son libres y están empoderadas, lo que es el discurso de los proxenetas. Esa es la realidad. Nunca escuchamos a los proxenetas, nunca escuchamos a los puteros. El vídeo se llamaba ‘Hola putero’, ¿por qué nos responden las putas? ¿por qué no podemos hablar de puteros? Entonces, ¿nos hemos encontrado a feministas que están en contra nuestra por la prostitución? No. La gran base feminista es abolicionista, la mayoría de las feministas están en contra de la prostitución, y las que no lo están, no están a favor de ella, lo que pasa es que piensan que hay que regularla de algún modo para que las mujeres que están en prostitución tengan algún tipo de derechos. Nosotras creemos que la abolición también es una regulación, y que implican que tengan, no alguno, sino todos los derechos”. (Zúa Méndez, @TowandaRebels).

6.4 PUNTOS NEGATIVOS.

El ciberacoso es sin duda, una de las principales formas de acoso hoy día, en gran parte debido a la cantidad de personas que tienen uso a las nuevas tecnologías y a internet. El ciberacoso puede generarse de multitud de formas, desde el envío de mensajes groseros o amenazas, la revelación de información personal, a través de la difusión de rumores o la publicación de fotografías de la víctima (Cowie, 2013).

Perren et al. (2012), señalan que en el ciberacoso existen un desequilibrio de poder entre el intimidador y la víctima. Este desequilibrio es mayor que en otros tipos de acoso y se manifiesta a través del anonimato del victimario y por la capacidad limitada que poseen las víctimas para poder defenderse. Además, este acoso puede ser visible por un mayor número de personas, hecho que aumenta el sentimiento de vergüenza que puede sentir la víctima.

Al igual que los demás tipos de acoso, el ciberacoso desemboca en graves efectos de salud para las víctimas, como pueden ser ansiedad, depresión, estrés postraumático etc.

El hecho de poseer un perfil público y dedicado a hablar de temas que pueden ser considerados polémicos, hace que, las activistas feministas reciban un mayor acoso que cualquier otro usuario de Instagram. En esta investigación se consideró necesario conocer si las entrevistadas habían sido víctimas de algunas de estas formas de acoso en línea y si fuera así, si este tipo de actitudes habrían sido perjudiciales para su salud. Además, se les preguntó si en alguna ocasión habrían pensado en abandonar su presencia en Instagram debido a todos estos acosos recibidos.

“He recibido muchísimo acoso, por muchos sectores diferentes. Al final la exposición tan grande que existe en una cuenta con tantos seguidores hace que tus mensajes lleguen a mucha gente, y siempre va a haber personas que no estén de acuerdo. El problema añadido es que las redes son anónimas y anima a muchas personas a acosar sin consecuencia alguna. Alguna vez he pensado en abandonar. Cuanto más he ido conociendo el funcionamiento de las redes e informándome a través de libros o documentales, más rechazo me provocan. Tiene muchas cosas buenas, pero también muchas malas porque no se nos ha educado para hacer un uso responsable. Para la autoestima de las mujeres me parece una trampa mortal. Además, creo que muchas personas se acomodan en compartir algún contenido en redes y creen que con eso ya es suficiente para cambiar el mundo, pero la lucha no se hace desde el sofá” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“No hemos pensado en abandonar Instagram, pero conocemos compañeras que sí lo han hecho. Esto es verdad que hay muchas mujeres que al final ceden a la presión. Es que psicológicamente, parece que se queda en el aire, pero que millones de personas te estén diciendo “ojalá te mueras” pues, en fin, no es gratis” (Zúa Méndez, @TowandaRebels).

“Es muy duro, lo que pasa es que bueno poniéndolo un poco en perspectiva, nosotras lo que pensamos siempre —a ver, que igual mañana estamos hasta las narices y cerramos— también es que somos dos, cuando no puede una pues tira la otra o viceversa, pero, el tema aquí está también en que yo creo que hay que relativizar un poco esta violencia en el sentido de: si es violencia hay que denunciarlo. Tendría que haber legislación suficiente para proteger y entender que una violencia en las redes realmente es ya como una violencia casi en la vida real porque al final nos pasamos más horas en internet que en la calle, y que cuando hay amenazas es una amenaza, da igual que te lo diga un señor caminando por la calle a que te lo diga un señor en Instagram. Creo que debería perseguirse y que, además, el tema del anonimato hay que replanteárselo en las redes sociales. Porque el anonimato no se traduce en un anonimato para las mujeres que están denunciando, sino en un anonimato de los victimarios que es imposible de facto perseguirles, o que cuesta tanto a nivel policial que, a menos que seas el Presidente del Gobierno o el Rey, pues no lo van a perseguir. A lo

que me quería referir, es que creo que hay que relativizar en el sentido de: hay compañeras que las están matando literalmente en sus países de origen, que las están metiendo en la cárcel, que las están de verdad violentando, entonces, sin quitarle importancia a la violencia que nosotras recibimos, creo que nosotras que vivimos en una sociedad en la que por lo menos hemos alcanzado, más o menos, una igualdad formal, en la que no vivimos una violencia explícita por manifestar nuestra opinión etc. pues que es nuestro deber, es nuestro deber denunciar, no solo lo que sufrimos nosotras, sino también lo que sufren ellas. Entonces, eso también a veces te da cierto ánimo, decir “bueno mira, a Marielle Franco la mataron a tiros, quiero pensar que eso a nosotras no nos va a pasar”. Entonces, por lo menos ser valientes en ese sentido, y no dejarnos acallar. El miedo es algo que nos han metido a las mujeres en vena y eso hay que superarlo también y darnos cuenta de que somos muchas, que no estamos solas” (Teresa Lozano, @TowandaRebels).

6.5 PERSPECTIVA DE FUTURO Y OPINIÓN.

No se puede obviar la labor tan importante que realizan las activistas online en pro de la igualdad de género. Como se ha podido comprobar, por ejemplo, con el caso de *La Manada*. La presión llevada a cabo a través de las redes sociales gracias a las activistas y que posteriormente se trasladó a las calles, fue un claro ejemplo de que son una herramienta fundamental en la consecución de la igualdad entre mujeres y hombres. No obstante, como se ha podido comprobar en el punto anterior, no todo es fácil en las redes sociales, por ello, en esta parte final de la entrevista, las preguntas se centraron en qué les motiva a las protagonistas a seguir con su trabajo en Instagram. Además, solo a través de una sociedad más feminista se conseguirá una sociedad más justa, por ese motivo las entrevistadas respondieron acerca de cómo poder conseguir dicha igualdad.

A la pregunta sobre qué consideran necesario para conseguir una sociedad más igualitaria, la respuesta fue unánime y clara:

“Educación y rechazo social, sin duda” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“Es que no hay una, si fuera tan fácil como una cosa...pero si hubiera que decir la clave, o el corazón de todo esto, es la educación, si es que lo que nos falta es educación feminista. No voy a decir educación en igualdad, ni coeducación, no, educación feminista. Desde que somos pequeñas, desde que somos pequeños.

Fíjate que casualidad que cuando empieza también este tema del feminismo, de repente sale el tema del pin parental. Cuando estamos hablando de que en las escuelas es necesario educar a nuestras niñas y nuestros niños —temas básicos como educación sexo afectiva— sale todo esto del pin parental ¿por qué? Porque la gente sabe lo importante que es la educación, lo transformadora que es la educación, sobre todo si se da desde muy pequeño. Pero claro, no se puede todo abandonar a la educación, aquí hay que hacer políticas, porque no sirve de nada que tú a un niño o a una niña la eduques en igualdad y que a la vuelta de la esquina tengan un prostíbulo. O que de repente pongan la tele y todo salgan “mujeres florero”, que no tengan referentes en el cine, que no tengan referentes en la cultura, que vean el machismo en el deporte. Hay que cambiarlo todo” (Teresa Lozano, @TowandaRebels).

“Claro, no vale el discursito si no tiene contenido y si no se trasladan a la vida real. Eso de “no hagas lo que yo hago sino lo que yo te digo” esto no funciona así realmente en el universo de los niños. Los niños hacen lo que ven y lo que les llega. No hagas chistes, no te mofes, no hables de pornografía y prostitución como si fuera lo más normal del universo...y tantas y tantas cosas. Educar” (Zúa Méndez, @TowandaRebels).

Cuando se les preguntó por su motivación para continuar con su labor en Instagram, las protagonistas contestaron de forma visiblemente emocionadas, y es que, sin duda, a pesar de todos los aspectos negativos que pueda tener el ser una activista reconocida, las recompensas que reciben valen mucho más.

“Los mensajes que veo de muchas mujeres que me dan las gracias por lo que han aprendido con el contenido de Feminista ilustrada. Ese es el mejor premio” (María Murnau, @FeministaIlustrada).

“Que solo una chica salga de una relación tóxica, por ejemplo, porque dice que gracias a nuestro contenido ha aprendido lo que es y el tipo de relación que tenía, ya vale la pena. La razón para seguir es dar a conocer el feminismo” (Zúa Méndez y Teresa Lozano, @TowandaRebels).

7. DISCUSIÓN.

*"No hay barrera, cerradura ni cerrojo
que puedas imponer a la libertad
de mi mente".*

Virginia Woolf.

Este epígrafe se estructura en tres subapartados, uno por cada hipótesis planteada al comienzo del trabajo que a su vez se crearon relacionadas estrechamente con los objetivos de la investigación. En cada uno de ellos se realiza una síntesis de los principales resultados obtenidos, poniéndolos en relación con los hallazgos obtenidos en investigaciones científicas previas en relación con el objeto de estudio.

7.1 REPRODUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS Y DESIGUALDADES EN INSTAGRAM.

Tras el análisis de las entrevistas se puede confirmar la primera hipótesis planteada en este trabajo de investigación la cual afirma que *los estereotipos y desigualdades presentes en la sociedad, se reproducen en Instagram*. En función de los resultados obtenidos, se confirma que los estereotipos y desigualdades además de reproducirse de la misma forma que sucede en la sociedad, se agravan debido a factores como el anonimato. Esto se traduce en un aumento de las amenazas, intimidaciones, extorsiones o acosos a las mujeres en esta red social debido a la sensación de impunidad que tienen estas personas ya que en muchas ocasiones es muy difícil averiguar quiénes son. Las investigaciones que se han desarrollado sobre esta hipótesis trabajan en dos líneas generales.

En lo que se refiere al uso de Instagram para denigrar y agredir a las mujeres, autores como Tortajada & Vera (2021) afirman que se trata de una práctica globalizada además de una estrategia como escena alternativa para intentar frenar los avances y logros de las prácticas feministas. Lo que pretenden con ello es instaurar en el espacio virtual la normativa de género y reasignar los roles visibles en la sociedad. Como se ha mencionado, por ejemplo, el anonimato facilita esta labor.

A esto se le suma además, siguiendo con la segunda línea de investigación, la existencia de una diferenciación poco clara entre la cosificación y el empoderamiento

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

femenino en Instagram (Abidin & Thompson, 2012). En la actualidad, el prototipo de *influencer* que triunfa en las redes sociales es el de una mujer joven, guapa, con un cuerpo normativo según establece la propia sociedad. con éxito y dinero.

Esta idea se ve reflejada en el estudio realizado por Cuenca-Piqueras, González-Moreno y Checa-Olmos (2021), del cual se puede concluir que las *influencers* generalmente, en sus publicaciones, tratan de crear una atmósfera sexista en la que se propaga la disciplina sobre los cuerpos a las seguidoras. Mediante los consejos y trucos de belleza, moda e incluso sentimentales, las *influencers* enseñan cómo una mujer debe vestirse, maquillarse o peinarse, una forma concreta de ser “elegante”, “casual” o “sexy”. No obstante, según los autores, en algunas ocasiones el abordaje puede resultar difuso y es que, a veces estas *influencers* representan roles y estereotipos tradicionales, en otras ocasiones fomentan el empoderamiento femenino o pueden ser cosificadas y sexualizadas (Tortajada & Vera, 2021).

Debido a esta repetición en la reproducción de estereotipos y desigualdades dentro de las redes sociales, concretamente en Instagram, las relaciones de género conocidas hasta el momento apenas han variado. La violencia, los comentarios machistas y las actitudes denigrantes ya existían en este sistema patriarcal, lo único que ha cambiado es que ahora, esa violencia es visible en Instagram y demás redes sociales. De acuerdo con García Marín (2020), aunque la sociedad vaya cambiando y con ella las distintas identidades de género, el predominio de la masculinidad hegemónica sigue presente a través de los diferentes agentes de socialización, en este caso, Instagram. Lo cierto es que las redes sociales se han convertido en un lugar donde adquirir conocimientos, y en muchas ocasiones esos conocimientos siguen estando bajo el predominio de las ideas patriarcales, fomentando así que las generaciones más jóvenes adquieran conocimientos y actitudes machistas.

Conforme a los resultados obtenidos en este trabajo, podemos afirmar que donde sí se ha notado un mayor cambio, es en las relaciones de género de las propias mujeres. Parece que el concepto de sororidad ha calado fuertemente en la conciencia de las féminas. Aunque Instagram no está exento de comentarios de mujeres atacando a otras, la realidad es que, se observa una fuerte hermandad entre las mujeres, cuyos cimientos la sostienen el reconocimiento y el respeto mutuo (Lagarde, 2014). La función principal de este tipo de relación de apoyo se basa en la supervivencia dentro del sistema patriarcal, que a su vez es un revolucionario acto que rompe el rol tradicional del género

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

femenino, empoderando a las mujeres y reconociéndolas como sujetos humanos con capacidad de participación en primera persona, para que puedan gestionar su vida personal y colectiva (Fraser, 2008). Son muchas mujeres las que se han cansado de competir contra otras mujeres, de tener que estar comparándonos constantemente entre nosotras, como el patriarcado nos ha inculcado. Estas mujeres han decidido darles la mano a la sororidad, creando relaciones de solidaridad con otras mujeres, las cuales fomentan el empoderamiento femenino y la lucha contra la discriminación.

7.2 POSICIONAMIENTOS VIOLENTOS CONTRA LAS ACTIVISTAS FEMINISTAS EN INSTAGRAM.

La segunda hipótesis planteada en el presente estudio que dicta que *en Instagram existen posicionamientos violentos explícitos y visibles contra las activistas feministas*, como en el caso anterior, también ha sido confirmada. Dentro de esta red social prevalece un claro discurso violento contra las mujeres que defienden activamente el feminismo y que además poseen cierta visibilidad en esta red social. Este discurso machista, misógino y sexista ha crecido en los últimos años, llegando a normalizarse e incluso a tolerarse por parte de algunos usuarios de la red (Jane, 2015, 2016a). Las activistas feministas tienen que sufrir insultos denigrantes constantes como locas, feas, feminazis o incluso son tildadas de poco femeninas. Son muchos los estudios que confirman esta idea como por ejemplo los de Barlett & Coyne (2014) o los de Hardaker & McGlashan (2015) los cuales añaden que aparte de estos improperios, de forma habitual estas mujeres tienen que hacer frente a amenazas de muerte, amenazas contra su integridad física, así como amenazas explícitas relacionadas con agresiones sexuales.

Asimismo, en estas situaciones, el anonimato cumple un papel fundamental. Se han llevado a cabo investigaciones sobre este factor quedando confirmada la idea de que gracias a él se produce una mayor desinhibición respecto a lo que se publica en las redes sociales, además de existir una relación estrecha entre el anonimato y una mayor hostilidad contra los demás (Fernández, 2018; Fox, Cruz & Lee, 2015; Dillon & Bushman, 2015; Halpern & Gibbs, 2013; Jane, 2015; Rowe, 2014; Suler, 2014; Udris, 2014, Williams, 2006). Estos estudios están conectados a este trabajo ya que en él se ha tratado la idea de que esta hostilidad y acoso muy pocas veces es sancionada formalmente debido, principalmente, a la falta de legislación.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Aunque en nuestro país el ciberacoso está castigado con penas de tres meses a dos años de cárcel o con multas de seis a veinticuatro meses, cuando el acoso es producido desde un perfil anónimo, en muy pocas ocasiones es investigado y sancionado. Esta idea se relaciona con los resultados hallados en el estudio de Fox, Cruz y Lee (2015) quienes afirman que esta hostilidad producida de forma anónima en muy pocos casos es amonestada.

En definitiva, una vez más, el hecho de ser mujer implica tener más posibilidades de ser víctima de violencia. Si al hecho de ser mujer se le suma el tener un perfil visible en Instagram y que, además, en este perfil se cuestione la autoridad masculina, se traduce en respuestas hostiles y agresiones. Ser activista feminista en Instagram te convierte en un blanco continuo de los agresores (McNally, 2015).

7.3 EXPANSIÓN DE TEORÍAS FEMINISTAS EN LA RED.

Con los resultados obtenidos en este trabajo de investigación, se ha confirmado la tercera hipótesis la cual dicta que *Instagram ha permitido la expansión de las teorías feministas en la red y con ello, el acceso a unas bases teóricas anteriormente reservadas a personas que pertenecían al ámbito académico. Este libre acceso al conocimiento ha transformado el feminismo.* Años atrás, los conocimientos sobre feminismos estaban reservados principalmente, a personas con cierto poder adquisitivo y que pudiesen permitirse el acceso a la universidad o que pudiesen acceder a ciertos recursos. Por estos motivos, el feminismo se ha considerado en diversas ocasiones como excluyente.

Un claro ejemplo de esta situación se encuentra en la segunda ola feminista. Betty Friedan en su obra *'La mística de la feminidad'*, relataba la insatisfacción y descontento de un grupo concreto de mujeres. Hooks (2004) afirma que este libro iba dirigido a las mujeres blancas que hubiesen contraído matrimonio, de clase media o alta y con educación universitaria. Sobre todo, está orientado hacia las amas de casas aburridas con mucho tiempo libre y que estuvieran cansadas de las labores domésticas y del cuidado y que querían realizarse más en su vida. Por lo tanto, en palabras de este autor, las feministas blancas actuaban como si las mujeres negras no fuesen oprimidas.

En la actualidad, con el gran avance tecnológico de las últimas décadas, hemos pasado de tener que comunicarnos a través de cartas o posteriormente, a través de los teléfonos fijos que se encontraban en las casas (en caso de poder permitírsele) a poder

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

tener toda la información posible al alcance de las manos. No debemos olvidar en ningún momento que, si bien es cierto que aún existen una brecha digital entre los hombres y las mujeres, ahora se da una mayor posibilidad de acceder y de tener la oportunidad de visibilizar a mujeres diferentes, de diferentes etnias, cuerpos, personalidades o ideas, pero que tienen en común la lucha contra la desigualdad de género. “En plena era virtual, la palabra se ha vuelto más fácil de atrapar, de difundir y de visibilizar. Las mujeres han logrado formar grupos, colectivos, tribus, organizaciones que circulan digitalmente y que no solo vociferan, sino que también repercuten en acciones concretas” (Bonavitta et al., 2015).

Este contacto y acceso permanente a la información que han generado las redes sociales han permitido que se le dé voz a un mensaje que antes era inaccesible para multitud de personas. De acuerdo con De Ugarte (2007), este acceso a mensajes anteriormente reservados a unos pocos ha favorecido la aparición del concepto ciberactivismo, el cual se entiende como un conjunto de tecnologías de la información las cuales posibilitan una comunicación más rápida en los movimientos y difusiones de información a una gran audiencia y que sirven para realizar un cambio en la agenda pública y visibilizan diversas causas.

Sin duda, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para comunicar asuntos relacionados con la igualdad entre hombres y mujeres. Las redes sociales han favorecido que asuntos locales se conviertan en globales y que cobren protagonismo como agentes activos de los procesos de democratización (Alonso-González, 2021; Della Porta & Diani, 2020; Giugni, 2004).

El haber hecho visible el feminismo, el haber dejado a un lado el feminismo excluyente, el haber creado un feminismo en el que todas tengan cabida, ha provocado un aumento de aliadas al movimiento. En palabras de Beatriz Ranea, “se han llegado a contextos antes inalcanzables”, un claro ejemplo de esto es el caso de *La Manada*, donde al salir una sentencia injusta, se convocó una manifestación esa misma tarde (Llorente, 2019).

En definitiva, las redes sociales han permitido establecer vínculos y lazos y generar espacios de debate. De acuerdo con Cordero (2017), el feminismo ha encontrado en Instagram una plataforma en la que crear, ampliar y fidelizar su comunidad.

8. CONCLUSIONES.

*“Colocaron una tapa hermética sobre la realidad y dejaron que
abajo fermentara un caldo atroz, juntando tanta presión que
cuando estallara no habría máquinas de guerra ni soldados
suficientes para controlarlos”*

Isabel Allende.

La expansión de las nuevas tecnologías en general y de las redes sociales en particular han cambiado de forma radical la manera en la que las personas se comunican, derribando fronteras y acercando la información a aquellos y a aquellas que, de no ser por el acceso a estas, no tendrían el conocimiento al alcance de la mano. No obstante, a pesar de los avances que nos han brindado estas nuevas formas de comunicación, la desigualdad entre mujeres y hombres aún persiste en la sociedad en la que vivimos, pues a pesar de los esfuerzos y los avances llevados a cabo en las últimas décadas para conseguir una sociedad más igualitaria entre sexos, los resultados obtenidos en esta investigación demuestran que esa desigualdad y esos estereotipos de género se siguen transmitiendo a través de las redes sociales a las nuevas generaciones.

Es necesario mencionar que nunca antes se había realizado un activismo social de tanta magnitud como el que se está dando en la actualidad. En Instagram y demás redes sociales se ha generado un activismo activo que busca luchar contra las distintas desigualdades presentes en la sociedad. Uno de los movimientos que más seguidores y repercusión tiene es el movimiento feminista, el cual se ha visto incrementado en cuanto a número de incondicionales gracias, en gran parte, al uso de las redes sociales, las cuales permiten una mayor difusión y un mayor acceso a las distintas teorías feministas. Este ciberactivismo feminista ha traspasado las barreras de internet y ha conseguido hacerse un hueco en la sociedad offline, abriendo un debate feminista tanto en los diferentes medios de comunicación como en el mundo de la política, convirtiéndose en una herramienta fundamental para la consecución de la igualdad de género.

Sin embargo, la lucha contra la desigualdad entre mujeres y hombres ha dado lugar a una agresividad y violencia por parte, principalmente, de algunos hombres, los cuales buscan la perpetuación de la imposición del sistema patriarcal y con ello la superioridad del hombre y la sumisión de la mujer. Esta violencia la sufren

principalmente aquellas mujeres con gran visibilidad y un perfil público destinado al activismo feminista, quienes frecuentemente son víctimas de insultos y agresiones por parte de aquellos que buscan silenciarlas y acabar con el feminismo.

Durante este trabajo de investigación, lejos de encontrar respuestas definitivas, se han abierto puertas para reflexionar sobre el rol que desempeñan las redes sociales en el activismo feminista. Las conclusiones, debido a la naturaleza del estudio, aunque esclarecedoras, no son absolutas. No obstante, se ha podido comprobar que en diversas ocasiones los estereotipos y desigualdades presentes en el día a día, se ven agravados en Instagram ya que, a pesar de ser una red social que permite tener un contacto permanente, la retroalimentación no siempre es instantánea, lo que permite pensar a los usuarios que el comentario negativo no es tan inapropiado. De igual forma, el hecho de no ver a las personas con las que se interactúa y no poder observar su desaprobación, hace que ciertos usuarios se desinhiban y comenten cosas que quizás en su día a día no comentarían por temor al rechazo de sus comentarios. Además, como hemos visto con anterioridad, otro factor influyente es el anonimato. El hecho de no mostrar nombre, fotografía u otros datos personales fomenta este tipo de comportamientos sexistas en la red.

Asimismo, todo el sexismo imperante en la sociedad patriarcal en la que vivimos se ha adaptado a los nuevos contextos y tecnologías, traducándose en insultos y amenazas hacia aquellas mujeres que tratan el feminismo en redes sociales, con los que se pretende silenciar a miles de mujeres que reclaman sus derechos y una igualdad real. Las entrevistadas señalaron que o bien ellas o bien alguna conocida, había cerrado o había pensado en cerrar en alguna ocasión su cuenta de Instagram debido a la violencia constante a la que están expuestas, sucumbiendo a las intenciones de aquellos que generan dicha violencia. De igual forma, es necesario señalar que existen posicionamientos antifeministas en Instagram que atacan a aquellas mujeres que se dedican a promover la igualdad de género o a quienes critican el sistema patriarcal. Estos discursos de odio hacia este tipo de pensamientos han trascendido al mundo offline, tachando de “feminazis” a todas aquellas mujeres que se atreven a desafiar las estructuras patriarcales. Esta violencia y hostilidad tiene como objetivo silenciar, una vez más, a las mujeres. No obstante, cabe destacar que se llegó a la conclusión de que estas desigualdades ahora son más visibles que antes, gracias en parte a la reproducción pública que tienen. El hecho de que sean visibles para todo el mundo ha provocado que

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

un mayor número de personas cuestionen este tipo de actitudes y desigualdades y, por ende, surjan más campos de batalla en los que luchar contra el patriarcado.

De igual forma se ha llegado a la conclusión de que no hay dudas de que el feminismo tiene más adeptas que nunca. Un feminismo que se consideraba prácticamente inexistente décadas atrás y que, gracias a las redes sociales ha resurgido con más fuerza que nunca. Instagram y demás redes sociales se han convertido en vías de difusión de información, con una capacidad de interacción que ha llegado a favorecer revoluciones sociales y luchas políticas. Este feminismo generado gracias a las redes sociales ha creado una fuerte unión con el mundo offline. Esta unión ha fortalecido la lucha feminista, generando así un ciberactivismo activo, el cual ha conseguido trascender al mundo de la política y que lucha contra la violencia física, psicológica, económica, sexual y laboral que sufren las mujeres, hasta tal punto que ha llegado a ser clave en algunos aspectos políticos o jurídicos de nuestro país.

Como conclusión final es relevante destacar la importancia que han tenido los hashtags y demás iniciativas feministas generadas por las activistas en Instagram a la hora de impulsar la lucha feminista, así como, el papel fundamental que han tenido a la hora de dar visibilidad a las desigualdades persistentes. Además, es necesario reconocer su labor a la hora de contar al mundo la historia del feminismo, esa historia de la que tanto se nos ha privado a las mujeres y que tan desconocida ha sido

Instagram es, en definitiva, el reflejo de la sociedad, tanto de la actual como de la sociedad del futuro. Las redes sociales crecen de forma imparable y continuamente surgen otras nuevas. Por tanto, es necesario una reflexión crítica sobre el papel que estas cumplen en la erradicación o en la propagación de los estereotipos y roles de género en la sociedad. Si bien es cierto que el campo de estudio es extenso y está en constante evolución, se considera necesaria una actualización periódica para futuras investigaciones.

9. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.

- 20minutos. (2018, 17 diciembre). *#TodasSomosLaura: indignación y dolor en Twitter tras la aparición del cadáver de Laura Luelmo*. 20minutos. Recuperado de: <https://www.20minutos.es>
- Abidin, C. y Thompson, E. C. (2012). Buymylife. Com: Cyber-femininities an comercial intimacy in blogshops. *Women's Studies International Forum*, 35 (6), 467-477. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2012.10.005>
- Alonso-González, M. (2021). Activismo social femenino en la esfera pública digital. *Vivat Academia*, (154), 133-156. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1239>
- Altmann, B. K., & McGrady, D. L. (2003). *Christine de Pizan: A casebook, Vol. 34*. Hove, UK: Psychology Press.
- Araüna, N, Tortajada, I. y Willem, C. (2019). Discursos feministas y vídeos de youtubers: límites y horizontes de la politización yo-céntrica. *Quaderns del CAC*, 45, 25-34. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7074189>
- Attenborough, D. (2005). *La vida a prueba*. España: RBA Editores.
- Bair, D. (1991). *Simone de Beauvoir: A biography*. Simon and Schuster.
- Banet-Weiser, S. & Miltner, K. M. (2016). #MasculinitySoFragile: Culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, 16, 171-174. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1120490>
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press
- Barak, A. (2005). Sexual harassment on the Internet. *Social Science Computer Review*, 23 (1), 77-92. <https://doi.org/10.1177%2F0894439304271540>

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Barlett, C. & Coyne, S. M. (2014). A meta-analysis of sex differences in cyber-bullying behavior: The moderating role of age. *Aggressive behavior*, 40 (5), 474-488.

<https://doi.org/10.1002/ab.21555>

Barrachina, S. G. (2019). ¿En qué contribuye el feminismo producido en las redes sociales a la agenda feminista?. *Dossiers feministes*, (25), 147-167. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/view/361591>

Bastarache, F. F. (2019). La cuarta ola del feminismo y la resistencia de la mentalidad patriarcal. *Libro de Actas*, 40.

BBC News Mundo. (2018, 28 abril). “La manada”: 5 claves de la polémica en España por la sentencia por abusos sexuales a cinco jóvenes. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com>

Bebi Fernández. [@Bebi__fernandez]. (Abril, 2021). *Cómo posicionarte en contra de una nueva idea sin publicitar a quienes la lanzan de forma efectiva* [Historia destacada]. Instagram. https://www.instagram.com/bebi_fernandez/?hl=es

Bebi Fernández. [@Bebi__fernandez]. (Enero, 2021b). *¿Vas sola?* [Historia destacada]. Instagram. https://www.instagram.com/bebi_fernandez/?hl=es

Bebi Fernández. [@Bebi__fernandez]. (Febrero, 2021a). *8M2021* [Historia destacada]. Instagram. https://www.instagram.com/bebi_fernandez/?hl=es

Benito, L. E. A. (1995). Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, 225-240.

Blanco, M. M. (2008). Desestructuración del enfoque blanco burgués del feminismo. *XV Congreso español de Ciencia Política y de la Administración*.

Bloch-Dano, E. (2003). *Flora Tristán: pionera, revolucionaria y aventurera del siglo XIX*. Oceano de México.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Boix, M. (2001). La comunicación como aliada: Tejiendo redes de mujeres.

Bonavitta, P., Hernández, J. D. G., y Camacho, J. E. (2015). Mujeres, feminismos y redes sociales: acceso, censura y potencialización. *Question*, 1 (48), 33-44.

Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5382624>

Botía-Morillas, C. (2013). Cómo diseñar una investigación para el análisis de las relaciones de género. Aportaciones metodológicas. *Papers. Revista de Sociología*, 98 (3), 443-470. Recuperado de

<https://papers.uab.cat/article/view/v98-n3-botia-morillas/pdf>

Boucher, J. (2003). Betty Friedan and the radical past of liberal feminism. *New Politics*, 9 (3), 23. Recuperado de <https://archive.newpol.org/issue35/boucher35.htm>

Boxer, C. F., & Ford, T. E. (2011). Sexist humor in the workplace: A case of subtle harassment. *Insidious workplace behavior* (pp. 203-234). Routledge.

Bridges, E. (2015). Reacting to “The F-Word”: How the Media Shapes Public Reactions to the Feminist Movement.

Buarque de Almeida, H. (2019). From shame to visibility: Hashtag Feminism and Sexual Violence in Brazil. *Sexualidad, Salud y Sociedad (Rio de Janeiro, Brasil)*, 33, 19–41. <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2019.33.02.a>

Buelvas G, J. (2011). *LAS REDES SOCIALES Y SU PODER DE CONVOCATORIA. VOZ, VOTO Y PODER DE DECISIÓN*. Recuperado de <http://spread-disclose.blogspot.com/2011/03/las-redes-sociales-y-su-poder-de.html> (

Caffarena, E. (1952). *Un capítulo en la historia del feminismo. Las sufragistas inglesas*. Santiago: Ediciones del Memch

Caso, Á. (2005). *Las olvidadas: una historia de mujeres creadoras*. Planeta.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Castañeda, M. P. (2016). Feminismo/Feminismos. *Interdisciplina*, 4 (8).

<http://dx.doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2016.8.54966>

Castaño, C. (2008). *La segunda brecha digital*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Castillo de Mesa, J., Marcuello-Servós, C., López, A., & Méndez, P. (2021). Social Work and Digital Activism: Sorority, Intersectionality, Homophily and Polarisation in #MeToo. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*, 28 (2), 351-175. <https://doi.org/10.14198/ALTERN2021.28.2.09>

Christopher, S. (2017, Noviembre 20). ¿Cuál es el significado del efecto de bola de nieve? *eHowEspañol*. Recuperado de https://www.ehowenespanol.com/significado-del-efecto-bola-nieve-sobre_535409/

Cid, R.M. (2009). Simone de Beauvoir y la historia de las mujeres. Notas sobre El Segundo Sexo. *Investigaciones feministas*, 0, 65-76. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/INFE0909110065A/7775>

Cobo, R. (1989). Mary Wollstonecraft: un caso de feminismo ilustrado. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (48), 213-217. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249263>

Coll, V. (2018, 23 diciembre). *Bebi Fernández: «No me puedo considerar 'influencer'; yo escribo libros y hago activismo»*. La Razón. Recuperado de: <https://www.larazon.es/local/comunidad-valenciana/no-me-puedo-considerar-influencer--yo-escribo-libros-y-hago-activismo-NK21090728/>

Cordero, A. (2017). Cómo el feminismo ha sabido entender las redes sociales.

Cortés, D. y Garzón, T. (2017). El ciberactivismo en las revoluciones posmodernas. *RESI: Revista de estudios en seguridad internacional*, 3 (1), 103-125. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6049047>

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Cowie, H. (2013). El impacto emocional y las consecuencias del ciberacoso. *Revista digital de la Asociación CONVIVES*, 3, 16-24. Recuperado de https://www.academia.edu/3575428/El_impacto_emocional_y_las_consecuencias_del_ciberacoso

Cubillas, M. J. Abril, E. Domínguez, S. E. Román R. Hernández A. y Zapata J. (2016). Creencias sobre estereotipos de género de jóvenes universitarios del norte de México. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 12 (2), 217-230. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5883775>

Cuenca, S. M., Espinoza, J. E., & Bonisoli, L. (2020). Engagement en Instagram, ¿un asunto de género?. *Revista Espacios*, 41 (17). Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n17/a20v41n17p18.pdf>

Cuenca-Piqueras, C., González-Moreno, M. J, y Checa-Olmos, J. C. (2021). ¿Empoderadas u objetivadas? Análisis de las ciberfeminidades en las influencers de moda. *Investigaciones Feministas*, 12 (1), 19-30. <https://doi.org/10.5209/infe.68810>

Datiri, B. (2020). Activisme en línia contra la violència de gènere: com el feminisme africà utilitza Twitter per a progressar. *Debats*, 134 (2), 71-88. <https://doi.org/10.28939/iam.debats.134-2.6>

Davis, Á. Y. (2005). " La raza y la clase en los albores de la campaña por los derechos de las mujeres", en *Mujeres, raza y clase*, capítulo 3, Akal, Madrid, 2004. *Relaciones Internacionales*. (2), 1-24. Recuperado de <https://revistas.uam.es/relacionesinternacionales/article/view/5330>

De Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes*. Madrid: Ediciones El Cobre. Recuperado de <http://www.pensamientocritico.org/davuga0313.pdf>

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Della Porta, D., & Diani, M. (2020). *Social Movements: An Introduction* (3rd ed.). Chichester, Inglaterra: Wiley-Blackwell.

Díaz Cano, Eduardo y García Manso, Almudena (2015). «De género en Internet: Ciberfeminismo y el mantenimiento del género dual-patriarcal». *Aplicaciones actuales de la comunicación e interacción digitales*, en ALADRO VICO, EVA y PADILLA CASTILLO, GRACIELA (ed.). Madrid: ACCI Ediciones.

Díaz-Guerrero, R. (1972). *Hacia una teoría histórico-bio-psico-socio-cultural del comportamiento*. México: Editorial Trillas.

Díaz-Guerrero, R. (2003). *Bajo las garras de la Cultura*. México: Editorial Trillas.

Dillon, K. P. & Bushman, B. J. (2015). Unresponsive or un-noticed? Cyberbystander intervention in an experimental cyberbullying context. *Computers in Human Behavior*, 45, 144–150. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.009>

Dixon, K. (2014). Feminist Online Identity: Analyzing the Presence of Hashtag Feminism. *Journal of Arts and Humanities*, 3 (7). <https://doi.org/10.18533/journal.v3i7.509>

Dovidio, J. F, Evans, N. y Tyler, R. B. (1986). Estereotipos raciales: los contenidos de su representación cognitiva. *Revista de psicología social experimental*, 22, 22-37. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(86\)90039-9](https://doi.org/10.1016/0022-1031(86)90039-9)

El Observador (2013, abril 2). *El poder de convocatoria de las redes sociales*. El Observador. Recuperado de <https://www.elobservador.com.uy/nota/el-poder-de-convocatoria-de-las-redes-sociales-201342500>

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Elidrissi, F. (2019, 28 junio). *Bebi Fernández, la activista feminista más incendiaria de las redes sociales*. The Objective. Recuperado de <https://theobjective.com/further/bebi-fernandez-memorias-de-una-salvaje>

Engels, F. (1884). La familia. *El origen de la familia, de la propiedad privada y del Estado*, 41-105.

Farah, A. H., Aaden, K. H., Bentley, C., Gove, S., Ali-Salaad, A., & Slutkin, G. (1985). The cholera epidemic in the northwest region of Somalia, March-April 1985. *A report to the Somali Ministry of Health by the Hargeisa Cholera Control Committee. Revised version, Mogadishu.*

Fernández, J. (2000). ¿Es posible hablar científicamente de género sin presuponer una generología?. *Papeles del psicólogo*, (75), 3-12. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77807502>

Fernández, P. (2018). *# Violencias de género en twitter: análisis desde el trabajo social (Tesis doctoral)*. Universidad Complutense de Madrid: Madrid

Fernández, P. (2020). *Feminismo y redes sociales. Twitter como herramienta de difusión e interpretación de teorías feministas (Tesis de maestría)*. Universidad Jaume I. España.

Fox, J., Cruz, C., & Lee, J. (2015). Perpetuating online sexism offline: Anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media. *Computers in Human Behavior*, 52, 436-442. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.024>

Fraser, H. (2008). *In the Name of Love. Women's Narratives of Love and Abuse*. Toronto: Women's Press.

Friedan, B. (2008). Statement of Purpose. National Organization for Woman, Recuperado de <https://now.org/about/history/statement-of-purpose/>

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Friedan, B. (2010). *The feminine mystique*. WW Norton & Company.

Gamba, S. (2008). Feminismo: historia y corrientes. *Diccionario de estudios de Género y Feminismos*.

García, J. M. (2018, Diciembre 5). El Tribunal Superior confirma la condena de 9 años de prisión por abuso sexual a La Manada. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/sucesos/20181205/453368876884/la-manada-tribunal-navarra-confirma-sentencia-9-anos.html>

Giugni, M. (2004). *Social protest and policy change: Ecology, antinuclear, and peace movements in comparative perspective*. Rowman & Littlefield.

Glomb, T. M., Richman, W. L., Hulin, C. L., Drasgow, F., Schneider, K. T., & Fitzgerald, L. F. (1997). Ambient sexual harassment: An integrated model of antecedents and consequences. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 71 (3), 309-328. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1006/obhd.1997.2728>

González de Sande, M. M. (2012). Cristina da Pizzano y su lucha a favor de la igualdad femenina. *Más igualdad, redes para la igualdad: Congreso Internacional de la Asociación Universitaria de Estudios de las Mujeres (AUDEM)(2012)*, 331-344. Alciber.

González Ramos, A. M., Revelles Benavente, B., & Gisbert Gracia, V. (2020). Ciberactivisme contra les violències sexuals: BringBackOurGirls.

González, M. R. L., y Gutiérrez, P. (2011). Los feminismos en el siglo XXI: Pluralidad de pensamientos. *Brocar. Cuadernos de investigación histórica*, (35), 335-351. <https://doi.org/10.18172/brocar.1610>

Halpern, D., & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Computers in Human Behavior, 29, 1159–1168.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.008>

Hardaker, C., & McGlashan, M. (2016). “Real men don’t hate women”: Twitter rape threats and group identity. *Journal of Pragmatics*, 91, 80-93.

<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2015.11.005>

Hazard, P. (1935). *La crise de la conscience européenne (1680-1715)*. Alianza, 1988.

Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of social issues*.57, 657-

674 Recuperado de <https://spssi.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/0022-4537.00234>

Hernández, L. S. L. (2011). La mirada fenomenológica de Poulain de la Barre. *Investigaciones Fenomenológicas*, (3), 249-263.

<https://doi.org/10.5944/rif.3.2011.5617>

Herring, S., Job-Sluder, K., Scheckler, R., & Barab, S. (2002). Searching for Safety Online: Managing. *Taylor & Francis*, 18 (5).

<https://doi.org/10.1080/01972240290108186>

Hilbert, M. (2011). Digital gender divide or technologically empowered women in developing countries? A typical case of lies, damned lies, and statistics.

Women's Studies International Forum, 34 (6), 479-489. Pergamon. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2011.07.001>

Hillstrom, L. C. (2018). *The #MeToo Movement*. ABC-CLIO.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Hooks, B. (2004). Mujeres negras. Dar forma a la teoría feminista. *Otras inapropiables. Feminismos desde las fronteras*, 33-50.

Hooks, B. (2014). *Ain't I a Woman: Black Women and Feminism* (2 ed.). Routledge.

Howe, N. & Strauss, W. (2000) *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Nueva York: Vintage Original.

Jane, E. A. (2015). Flaming? What flaming? The pitfalls and potentials of researching online hostility. *Ethics and Information Technology*, 17 (1), 65-87.
<https://doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0>

Jane, E. A. (2016). Online misogyny and feminist digilantism. *Continuum*, 30 (3), 284-297. <https://doi.org/10.1080/10304312.2016.1166560>

Jane, E. A. (2016). *Misogyny online: A short (and brutish) history*. Sage Swifts.

Jouët, J. (2017). Digital Feminism Questioning the Renewal of Activism. *Journal of Research in Gender Studies*, 1 (1), 133–157.

Kvale, S. (1994). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage Publications, Inc.

Lagarde, M. (2014). *El feminismo en mi vida. Hitos, claves y utopías*. Madrid: Horas

Laudano, C., Aracri, A., Kratje, J., y Balbuena, Y. (2019). AbortoLegalYa! A tuitear, vamos a tuitear.... *XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres*.
http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13834/ev.13834.pdf

León, L. S. (2011). François Poullain de la Barre: filósofo feminista y cartesiano sui generis. *Endoxa: Series Filosóficas*, (27), 37-54. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3741114>

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

León, S. (2011). François Poulain de la Barre: Feminismo y Fodernidad. *Astrolabio: revista internacional de filosofía*, (11), 257-270. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4422460>

Lips, H. M. (2020). *Sex and gender: An introduction*. Waveland Press.

Llorente, S. (2019). Beatriz Ranea: “El ciberactivismo ha sido fundamental en el resurgir de la cuarta ola feminista”. Recuperado: <https://valenciaplaza.com/beatriz-ranea-el-ciberactivismo-ha-sido-fundamental-en-el-resurgir-de-la-cuarta-ola-feminista>

Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M. and Salimkhan, G. (2008) ‘Self-presentation and gender on MySpace’ *Journal of Applied Developmental Psychology*, 6 (29), 446-458. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>

Mantilla, K. (2015). *Gender trolling: How Misogyny Went Viral*. California: Praeger
Recuperado de <http://publisher.abc-clio.com/9781440833182>

Marín, J. G. (2020). Redes Sociales Y Dominación Masculina. *Cadernos de psicología*, 37, 23-32. Recuperado de https://cadernos.copgalicia.gal/sites/default/files/artigos.pdf/cadernos_37_es_jorge_garcia.pdf

Martínez, A. V. (2010). «*La Ciudad de las Damas*» de Christine de Pizan. *La querella de las mujeres: Análisis de textos*. Madrid, España: Asociación Cultural Al-Mudayna. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3301337>

Marwick, A. (2013). Gender, sexuality and social media. En Hunsinger, J. & Senft, T. (Ed.) *The social media handbook*, (67-83). Nueva York: Routledge.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

McNally, G. (2015). All feminists should be gang-raped: Inside the disturbing world of online misogyny. *Dailytelegraph*. Recuperado de

<https://www.dailytelegraph.com.au>

McRobbie, A. (2000). *Feminism and Youth Culture*. Hampshire y Londres: MacMillan Press Ltd.

Moya, M. (2003). El análisis psicosocial del género. En Morales, J.F. y Huici, C. (Eds.). *Estudios de psicología social*, 175-221. Madrid: UNED.

Mullally, U. (2018). *Repeal the 8th*. Dublín: Unbound Publishing.

Murphy, L. G. (2011). *Sojourner Truth: A Biography*. California: Greenwood.

Navarrete Tudela, Ana (2011). Diferentes, desiguales y desconectadas. ¿Quién es quién en las industrias tecnológicas?. *Asparkia. Investigació feminista*, 22, 17-31.

Recuperado de <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/595>

Neo Attack (2020). Instagrammer. Recuperado de

<https://neoattack.com/neowiki/instagrammer/>

Oberst, U., Renau, V., Chamarro, A., & Carbonell, X. (2016). Gender stereotypes in Facebook profiles: Are women more female online? *Computers in Human Behavior*, 60, 559-564. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.085>

Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.085>

Orellana Muñoz, R. (2017). El poder de convocatoria de las Redes Sociales. *Publicitas: Comunicación y Cultura*, 5(1). Recuperado de

<https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/publicitas/article/view/2998>

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Ortez, E. Z. (2009). La entrevista en profundidad en los procesos de investigación social. *La Universidad*, 8, 75-95. Recuperado de <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/launiversidad/article/view/125>

Pellisa, T. L., & Zafra, R. (2019). *Ciberfeminismo: De VNS Matrix a Laboria Cuboniks*. Barcelona: Holobionte Ediciones.

Penelas, M. L. (2014). Sobre la ciudad de las damas, la ciudadanía y la ciudad. *Boletín CF+* 5, 7. Recuperado de http://polired.upm.es/index.php/boletin_cfs/article/view/2695

Penny, L. (2014). *Unspeakable things: Sex, lies and revolution*. Nueva York: Bloomsbury Publishing USA.

Perona, A. (2007). El feminismo liberal estadounidense de posguerra: Betty Friedan y la refundación del feminismo liberal. En Amorós, C. & de Miguel, A. (Eds.) *Teoría Feminista: de la Ilustración a la Globalización. Del Feminismo Liberal a la Posmodernidad* (13-34) Madrid: Minerva Ediciones.

Perren, S., Corcoran, L., Cowie, H., Dehue, F., Mc Guckin, C., Sevcikova, A., & Völlink, T. (2012). Tackling cyberbullying: Review of empirical evidence regarding successful responses by students, parents, and schools. *International Journal of Conflict and Violence*, 6 (2), 283-292. Recuperado de <https://doi.org/10.4119/ijcv-2919>

Pew Research Center. (2021). *The State of Online Harassment*. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/01/13/the-state-of-online-harassment/>

Pizan, C. (1999). *The book of the city of ladies*. Londres: Penguin UK.

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Puleo, A. (2005). Lo personal es político: el surgimiento del feminismo radical. *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización*, 2(2), 35-67. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1309193>

Renau, V., Carbonell, X., & Oberst, U. (2012). Redes sociales online, género y construcción del self. *Aloma*, 30 (1), 97-107. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/39074888.pdf>

Reverter, S., y Medina-Vicent, M. (2020). *El feminismo en 35 hashtags*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Rincón, R. J. D. (2018, Junio 22). La Audiencia de Navarra deja a La Manada en libertad provisional. *EL PAÍS*. Recuperado de <https://elpais.com>

Sánchez, L. A. (1992). *Flora Tristán: Una mujer sola contra el mundo*. Venezuela: Ayacuch.

Scharager, J., & Reyes, P. (2001). Muestreo no probabilístico. *Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología*, 1, 1-3.

Siibak, A. (2009). Constructing the self through the photo selection-visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 3(1). Recuperado de <https://cyberpsychology.eu/article/view/4218/3260>

Slutkin, G. (2012). Violence Is a Contagious Disease. From “Contagion of Violence”. Institute of Medicine.

Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & behavior*, 7(3), 321-326. Recuperado de [10.1089 / 1094931041291295](https://doi.org/10.1089/1094931041291295)

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Taylor, B. (2003). *Mary Wollstonecraft and the feminist imagination*. Cambridge: Cambridge University Press.

Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2008). *La entrevista en profundidad. Métodos cuantitativos aplicados*. Barcelona: Paidós.

The Social Media Family (2020). *Estadística de uso de Instagram*. Recuperado el 5 de febrero de 2021 de <https://thesocialmediafamily.com/estadisticas-uso-instagram/>

Tortajada, I., & Vera, T. (2021). Feminismo, misoginia y redes sociales. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 1-5. Recuperado de [10.5209/infe.74446](https://doi.org/10.5209/infe.74446)

Udris, R. (2014). Cyberbullying among high school students in Japan: Development and validation of the Online Disinhibition Scale. *Computers in Human Behavior*, 41, 253–261. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.036>

Valdez Medina, J; Díaz Loving y Pérez, B. (2005). *Los hombres y las mujeres en México: dos mundos distantes y complementarios*. México: UAEM.

Varela, N. (2014). *Feminismo para principiantes*. Madrid: B de books.

Velázquez Herrera, L. (2015). Redes Sociales y Activismo Feminista. *Gender Media, ICTs and Journalism: 20 Years After the BPfA Forum*. Méjico: UNESCO.

Verwimp, P. (2004). Death and survival during the 1994 genocide in Rwanda. *Population studies*, 58(2), 233-245. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/4148232>

Vetter, L. P. (2021). Elizabeth Cady Stanton and Lucretia Mott: radical ‘co-adjutors’ in the American women’s rights movement. *British Journal for the History of*

La influencia de las instagramers en los cambios de roles tradicionales a través del estudio de casos de Feminista Ilustrada y Towanda Rebels.

Philosophy, 29(2), 244-258. Recuperado de

<https://doi.org/10.1080/09608788.2020.1864281>

Weber, S. (2016). *The Woman Suffrage Statue: A History of Adelaide Johnson's Portrait Monument to Lucretia Mott, Elizabeth Cady Stanton and Susan B. Anthony at the United States Capitol*. Carolina del Norte: McFarland.

Williams, M. (2006). *Virtually Criminal: Crime, Deviance and Regulation Online*. Londres: Routledge.

Wollstonecraft, M. (1998). Vindicación de los derechos de la mujer. *Asparkía. Investigación feminista*, (9), 181-186. Recuperado de <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/952>

World Wide Web - Glosario / MDN. (2020). MDN Web Docs. https://developer.mozilla.org/es/docs/Glossary/World_Wide_Web

Yang, G. (2016). Agencia narrativa en el activismo hashtag: El caso de #BlackLivesMatter. *Medios y comunicación*, 4 (4), 13.