

SONIA REVERTER Y MARIA MEDINA-VICENT

El feminismo en 35 Hashtags

Madrid: Catarata, 2020

110 páginas

El movimiento feminista contemporáneo goza de una evidente visibilidad. Uno de los factores que ha propulsado su difusión es la presencia de las redes sociales online en esta cuarta ola del movimiento feminista. La ciudadanía ha reconceptualizado las redes virtuales y, actualmente, estas se emplean como una herramienta para desarrollar acciones ciberactivistas. El movimiento feminista ha sabido ocupar un lugar dentro del inabarcable mundo que ofrece Internet, impregnándolo con sus discursos y proclamas de carácter social y político. No obstante, tras el telón de difusión, interés y visibilidad, también aparecen nuevos riesgos para el movimiento feminista contemporáneo.

El libro *El Feminismo en 35 Hashtags*, publicado en la Colección Mayor por la editorial Catarata, aporta una mirada crítica sobre el conjunto de cuestiones que derivan de la incorporación del movimiento feminista al espacio de las redes sociales *online*. El libro es obra de dos autoras pertenecientes a diferentes generaciones y, aunque esto pueda resultar baladí, es su mismo punto de partida. Por un lado, Sonia Reverter es profesora de filosofía y teoría feminista desde hace décadas. Y Maria Medina-Vicent es recién doctorada y profesora ayudante en el área de filosofía. Ambas trabajan en la UJI e investigan en el Instituto Universitario de Estudios Feministas y de Género Purificación Escribano.

El Feminismo en 35 Hashtags contempla, así, la mirada de dos generaciones distintas y, a su vez, dos olas del movimiento feminista: la tercera y la cuarta. Situándose en esta premisa, la obra dibuja un recorrido que plasma las transformaciones que el movimiento feminista ha experimentado en el trascurso de estas dos olas tan cercanas y distintas a su vez. La variable intergeneracional se presenta en este libro como una de las características del llamado feminismo de la cuarta ola. No obstante, los objetivos del movimiento feminista se constituyen como pilares sólidos y fuertes que unen a las mujeres más allá de un contexto determinado. La obra parte de un lugar en el que las autoras representan al conjunto de mujeres que han encontrado en el diálogo común y el debate intergeneracional una herramienta que enriquece al movimiento feminista. Este libro se lanza al espacio ciber; al mundo de las redes sociales, con el objetivo de situar las acciones que el movimiento y las individualidades feministas vienen desarrollando en este espacio. Las autoras se sumergen en el espacio *online* con el fin de analizar el uso de los *Hashtags* como una herramienta de difusión, empoderamiento y movilización ciudadana para el movimiento feminista contemporáneo.

La incorporación del movimiento feminista al espacio ciber junto con el uso de las redes sociales desde una perspectiva ciberactivista es un fenómeno relativamente reciente. El *online* se presenta como un espacio contradictorio para el movimiento

feminista contemporáneo, pues más allá de la idea de Internet como democratizador de la información, el ciberespacio no está exento de los elementos que constituyen y sostienen el sistema liberal. El libro que nos ocupa busca situarnos en el contexto actual del movimiento feminista, aportando las herramientas necesarias para observar y participar en este desde una perspectiva crítica.

Las autoras advierten que el feminismo está en todas partes, pero, tal y como se ha mencionado anteriormente, esto supone nuevos retos y riesgos para el movimiento feminista. *El Feminismo en 35 Hashtags* aporta un conjunto de ejemplos que permiten comprender la sobre-representación del feminismo actualmente. La mirada feminista se ha instalado en espacios en los que antes hubiera sido impensable: lo encontramos en debates políticos, económicos y científicos, pero también en grandes marcas que incorporan las proclamas feministas como una estrategia de marketing o en la mercantilización del empoderamiento de las mujeres a través del consumo.¹

Es en este contexto digitalizado y contradictorio, en el que las autoras centran su foco investigativo en el espacio de las redes sociales. Concretamente, en las luchas que se estructuran en forma de *Hashtags* y que, fundamentalmente, se han construido en la red social *Twitter*. El motivo es evidente: los *Hashtags* tienen el poder de unir a millones de personas más allá de las limitaciones físicas y temporales. El *Hashtag* se presenta como una herramienta enormemente útil para el ciberactivismo feminista. El *Hashtag* permite construir un relato colectivo que difunde el mensaje y las experiencias de muchas mujeres. La investigación en este contexto es muy significativa, pues «hoy podemos advertir que los mayores logros y movilizaciones no han venido de las formas de representación, sino de la increíble potencia que la alianza de mujeres y feministas ha evidenciado en Internet» (Zafra, 2018: 12).

El libro *El Feminismo en 35 Hashtags* se estructura en tres capítulos que aportan una visión panorámica sobre las transformaciones del movimiento feminista. Una de las cuestiones que plantean las autoras y que guía el desarrollo del libro es: «¿Por qué en una generación el feminismo es un tabú y en la siguiente se ha convertido en un tótem?» (2020: 8). Durante la tercera ola reconocerse y declararse públicamente feminista suponía un gran rechazo y actualmente, justo una generación más tarde, el feminismo está en todas partes y declararse feminista en esta cuarta ola supone otro tipo de implicaciones. Sin embargo, aún con estas diferenciaciones, las autoras construyen en este libro un lugar común en el que «ambos casos, el rechazo al feminismo y la sobreexposición del mismo, nos hablan de la “anormalidad” que todavía hoy supone ser mujer» (2020: 8). Esta es la premisa. Dos generaciones diferentes que saben que surfear estas olas unidas se traduce en una de las claves para superar los retos a los que se enfrenta el movimiento feminista de la cuarta ola.

El primer capítulo está dividido en tres secciones que, si bien se encuentran conectadas, realizan aportaciones diferentes. De manera general, este capítulo se encuentra dedicado a realizar un estado de la cuestión sobre la temática junto con las líneas de análisis que se abordan a lo largo de *El Feminismo en 35 Hashtags*. Una de

1 Una de las estrategias del sistema neoliberal es aquella que pretende «la liberación personal a través del consumo» (Bauman, 2006, en Fernández, 2017: 465).

estas cuestiones se encuentra relacionada con el punto de partida del libro: «¿Qué ha pasado para que declararse feminista sea algo glamuroso que me haga entrar en el reino de las celebridades, las guapas, las *it Girls?* (...) ¿Será su feminismo igual que el mío?» (2020: 15). Estas cuestiones son de enorme interés, ya que, el potencial transformador del movimiento feminista, los debates sobre la redistribución de los recursos del planeta, la lucha para la transformación social y las posturas críticas contra el sistema, quedan indefensas o invisibilizadas frente a la masificación del discurso igualitarista. Así se alude en el libro a un tipo de feminismo bautizado como «neoliberal o también líquido» (2020: 15). No obstante, para alcanzar y desentrañar los aspectos significativos del momento actual, las autoras realizan una mirada histórica al camino recorrido por el movimiento feminista mediante la exposición de las características y los cambios sociales acontecidos a lo largo del siglo XX y cómo estos han afectado a la lucha del movimiento feminista en cada contexto. De esta forma, existe una intencionalidad clara por parte de las autoras en este repaso del pasado en relación con el desarrollo del movimiento feminista y no es otra que la de mirar al presente sabiendo de dónde venimos.

Durante la segunda sección de este capítulo, las autoras establecen el uso de las herramientas comunicativas digitales y las redes sociales *online* como una característica indiscutible para la lucha del movimiento feminista contemporáneo. El libro se sumerge en la tarea de definir la cuarta ola feminista, las demandas que han incrementado su visibilidad, las estrategias ciberactivistas feministas que se dan en el espacio *online*, cómo estas afectan o no a la agenda feminista y al mundo de la política, entre otras. La unión entre los términos patriarcado y capitalismo o feminismo y capitalismo es una de las constantes que guían el análisis del libro. La intersección de estos términos dan paso al planteamiento del papel del sistema neoliberal en la despolitización del sujeto feminista. En este sentido, la teórica norteamericana Jodi Dean realiza una distinción entre el *activismo feminista online*, que emplea el espacio de las redes sociales como una herramienta estratégica para construir luchas concretas y la *fantasía de la participación*, por la cual no se elaboran demandas políticas concretas, sino que se contribuye al llamado *capitalismo comunicativo* y, finalmente, se crea una comunicación ciberactivista despolitizadora. Sin embargo, el estudio llevado a cabo en *El Feminismo en 35 Hashtags* confirma que el sujeto feminista se ha repolitizado y que «las luchas que hoy llevamos adelante las feministas (...) son más reales y más cercanas: apuntan a cuestiones concretas a conseguir» (2020: 26), por lo que los casos concretos analizados en este libro son ejemplos de estrategias activistas feministas *online* con objetivos precisos y concretos.

El segundo capítulo está dedicado a los 35 *Hashtags* que dan título a la obra. Estos se enmarcan entre el año 2011 y el año 2019 y llevan el título de las luchas que el movimiento feminista ha llevado a varios espacios de manera simultánea. De esta forma, las autoras aprovechan el *Hashtag* y su potencial como elemento que llama a la participación de las mujeres que componen la red feminista para construir un relato colectivo sobre las experiencias que derivan de ser mujer en el contexto actual. Sonia Reverter y Maria Medina-Vicent realizan un análisis de las demandas

que se visibilizan a través de los *Hashtags*, así como sus principales características, el país en el que se originaron y el recorrido que desarrollaron, la participación que obtuvieron y el impacto social y político que derivaron de su aparición. Es decir, este libro nos presenta dos espacios diferentes para el movimiento feminista, cada uno con sus herramientas y con sus contradicciones, pero que combinados, generan una gran potencia para el movimiento feminista contemporáneo.

En *Feminismos: de tabú a tótem*, título que da lugar al último capítulo del libro, las autoras desentrañan el proceso por el cual leerse a una misma como feminista supone otro tipo de conceptualizaciones bien alejadas de las que se presuponían en otras olas feministas, afirmando que actualmente esta es «una operación identitaria clave en la configuración de las subjetividades femeninas contemporáneas» (2020: 95). Este capítulo tiene como objetivo asentar las conclusiones a las que ha llegado el estudio. En este sentido, las redes sociales junto con los medios digitalizados tienen un papel fundamental en el proceso de expansión del activismo feminista. A través de la difusión que, entre otros factores, estas han generado, el feminismo se ha convertido en una preocupación social y política generalizada, ocupando espacios y generando discursos de movilización y participación ciudadana que ya no pueden ser ignorados.

El trabajo de las autoras reside en dibujar el mapa del movimiento feminista contemporáneo, reflejando la importancia del espacio *on* y *offline* para el desarrollo del activismo feminista de la cuarta ola. Podríamos hablar entonces, rescatando el concepto acuñado por Montserrat Boix y Ana de Miguel (2002), del conocido *ciberfeminismo social*. Este concepto, lejos de considerar el espacio de las redes sociales como el único medio para el activismo feminista, invita a realizar un uso estratégico de las redes sociales, considerándolas una herramienta para la lucha política feminista. En esta misma línea, las autoras, Sonia Reverter y Maria Medina-Vicent, ofrecen una visión amplia sobre la relación retroalimentativa de ambos espacios en favor de las luchas y las demandas que el movimiento feminista pone sobre la mesa.

El Feminismo en 35 Hashtags es un libro que afronta y supera el reto de sumergirse en el feminismo 2.0. Esta obra es una contribución valiosa a este nuevo escenario que surfeamos las feministas de la cuarta ola. En palabras de Haraway (1995) «las feministas nos relacionamos y nos ponemos en acción a través del políticamente explosivo terreno de la experiencia compartida» (Araújo, 2014: 42) y actualmente, las redes sociales se presentan como uno de estos espacios. El espacio de las redes sociales es tan contradictorio como beneficioso para el movimiento feminista, por lo que se hace necesario realizar estudios en este campo que tengan como objetivo construir una perspectiva crítica que facilite su misma comprensión.

BIBLIOGRAFÍA

- ARAÚJO, Júlia (2014) «Hacia una crítica feminista de la sociedad red: más allá de la revolución de la audiencia creativa». *Dígitos: Revista De Comunicación Digital*, 1, pp. 37-58.
- BOIX, Montserrat. y DE MIGUEL, Ana (2002) «Los géneros de la red: los ciberfeminismos». *Mujeres En Red*, pp. 1-25. Disponible en <http://www.mujeresenred.net/spip.php?rubrique126>
- FERNÁNDEZ, Lola (2017) «El feminismo como producto mediático. La paradoja de Beyoncé». *Investigaciones Feministas: Papeles De Estudios De Mujeres, Feministas Y De Género*, 8(2), pp. 457-474.
- REVERTER, Sonia y MEDINA-VICENT, Maria. (2020). *El Feminismo En 35 Hashtags*, Madrid: Catarata.
- ZAFRA, Remedios (2018) «REDES Y (CIBER)FEMINISMOS. La revolución de la representación que derivó en alianza». *Dígitos: Revista de Comunicación Digital*, (4), pp.11-22.

Alba Moliní Gimeno
Universitat Jaume I
amolini@uji.es

Recibido el 15 de mayo de 2020
Aceptado el 20 de mayo de 2020
BIBLID [1132-8231 (2020): 135-139]