



# **Activismo feminista online como elemento del activismo político: oportunidades, riesgos, estrategias comunicativas y relación con los medios**

Línea A: Iniciación a la investigación

PE0932 Trabajo Fin de Grado

Alumna: Lluch García Garay

Tutor: Andreu Casero-Ripollés

Curso académico 2016/2017

Grado en Periodismo

# Índice

<b>Resumen</b> .....	<b>3</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>Palabras clave</b> .....	<b>4</b>
<b>Keywords</b> .....	<b>4</b>
<b>1.Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>2.Revisión de la literatura</b> .....	<b>6</b>
2.1. Activismo político y redes sociales .....	6
2.2. Praxis feminista en el entorno digital .....	7
2.3. Relación entre el activisme feminista online y el offline.....	10
2.4. Activistas feministas online y medios de comunicación tradicionales .....	13
<b>3.Diseño metodológico</b> .....	<b>14</b>
3.1. Técnica.....	14
3.2. Muestra .....	14
3.3. Procedimiento .....	15
<b>4.Exposición de resultados</b> .....	<b>16</b>
4.1. Posibilidades y limitaciones del activismo político online en general y feminista en particular.....	16
4.2. Estrategias comunicativas de las activistas feministas online .....	20
4.3. Relación entre activistas feministas online y medios de comunicación convencionales.....	23
<b>5.Discusión y conclusiones</b> .....	<b>27</b>
5.1. Discusión.....	27
5.2. Conclusiones.....	29
<b>6. Bibliografía</b> .....	<b>31</b>

## Resumen

Este trabajo analiza el fenómeno del activismo feminista online en la sociedad española actual, su papel y su impacto tanto en la ciudadanía como en los medios de comunicación convencionales, dada la importancia que este tipo de activismo está adquiriendo en el panorama sociopolítico y en el escenario digital. Los objetivos de esta investigación, para la que se ha aplicado una metodología cualitativa basada en entrevistas en profundidad a colectivos y activistas, son los siguientes: estudiar las principales ventajas y riesgos de utilizar las TIC para hacer activismo político en general y feminista en particular, analizar las estrategias comunicativas que siguen las activistas y conocer el grado de relación que se establece entre estas y los medios de comunicación tradicionales. A partir de estos tres grandes bloques, que aparecen definidos en el cuestionario utilizado, se ha conocido que las redes sociales son imprescindibles para el activismo feminista actual por su alcance y gratuidad, pese a que conllevan un gran riesgo de exposición a persecuciones y amenazas; que definir una estrategia comunicativa es recomendable, sobre todo para los colectivos, pero las entrevistadas no lo consideran imprescindible, como sí ocurre con combinar activismo online y offline; y, por último, que, en general, las activistas no están interesadas en influir en la agenda mediática y opinan que ellas están sufriendo la falta de información en materia feminista.

## Abstract

This paper analyses the phenomenon of online feminist activism in the current Spanish society, its role and its impact on both citizenship and conventional media, given the importance this kind of activism is acquiring in the sociopolitical and digital landscape. The aims of this research, in which has been applied a qualitative methodology based on in-depth interviews to feminist activists, are the following: to study the main advantages and risks of using ICT to make political activism in general and feminist activism in particular, to analyse the communicative strategies the activists follow and to know the relationship established between these and the traditional media. From these three wide blocks, which are defined in the questionnaire used, it has been known that social networks are essential for current feminist activism because

of its scope and gratuity, even though it carries a great risk of exposure to persecutions and threats; that defining a communicative strategy is advisable, especially for groups, but not essential, as is the case of combining online and offline activism; and, lastly, that activists in general are not interested in influencing the media agenda and believe that they are supplying the lack of information on feminist issues.

### **Palabras clave:**

Activismo online, ciberfeminismo, mesomobilización, activismo político, estrategias comunicativas, fetichismo tecnológico

### **Keywords**

Online activism, cyberfeminism, mesomobilization, political activism, communicative strategies, technological fetishism

## **1. Introducción:**

El activismo feminista existe desde hace siglos, desde que hubo mujeres que se atrevieron a luchar por cuestiones que ahora parecen básicas, como poder conducir, trabajar, o llevar falda corta. En la España actual, aunque se han conseguido muchísimos avances tanto social como legalmente, todavía quedan resquicios del sistema patriarcal en el que hemos vivido y vivimos. Año tras año los medios de comunicación contabilizan el número de asesinatos por violencia machista; desde el enero pasado, ya van 27. Pero esto es solo la manifestación más tangible y mediática de una desigualdad latente que impregna nuestra sociedad, plagada de micromachismos diarios que demuestran que todavía estamos lejos de la igualdad real de derechos y oportunidades.

En este contexto, la generalización del uso de Internet y las herramientas que ofrece la web 2.0 ha supuesto un punto de inflexión. Las redes sociales han posibilitado el empoderamiento ciudadano y han propiciado un escenario en el que prácticamente cualquier persona –sin olvidar la brecha digital- puede consumir toda la información disponible en la red de forma rápida y sin ningún coste adicional. Además, todo individuo con acceso a la red puede intercambiar

su rol y convertirse en emisor, compartiendo información, aportando sus apreciaciones e, incluso, generando sus propios contenidos.

Evidentemente, el activismo político y, en el caso que nos ocupa, el activismo feminista, está aprovechando estas posibilidades para dar un salto, para, explotando las oportunidades de instantaneidad, gratuidad y alcance, difundir su lucha y despertar la reflexión ciudadana. Son decenas las activistas en España que han encontrado en Internet y las redes sociales una coyuntura idónea para desarrollar su actividad y trabajar en el primer paso para el cambio hacia una sociedad igualitaria: la concienciación de los hombres y mujeres, es decir, una labor didáctica que tiene como objetivo que todas las personas reconozcan las situaciones de machismo y sean capaces de reaccionar.

En este escenario, es interesante analizar el funcionamiento del activismo feminista online como una de las áreas del activismo político que más está evolucionando y cuya presencia es ineludible en las redes sociales, así como las posibilidades y los riesgos o limitaciones que estas plataformas brindan al activismo político. En este trabajo se estudiarán también las estrategias comunicativas que las activistas feministas utilizan (o no) en el espacio virtual y cuál es la importancia de las mismas, a quién se dirige su actividad y por qué. Por último, resulta de gran interés examinar cuál es la relación que las activistas feministas mantienen con los medios de comunicación convencionales, si hay o no un punto de encuentro entre ambos para luchar juntos en la misma dirección.

Pese a que son muchos los trabajos de investigación publicados sobre el activismo político online, no son tantos los que se pueden encontrar sobre activismo feminista y, además, estos versan acerca de las ventajas y desventajas del mismo y, principalmente, se centran en portales y sitios web dedicados casi exclusivamente a la lucha contra la violencia de género. Además, no se han encontrado casi investigaciones que profundicen en la relación entre el activismo online y los medios de comunicación, cosa que es, en el panorama actual, de gran relevancia.

Por tanto, resulta imprescindible ampliar este repertorio con un estudio que abarque, también, el activismo feminista llevado a cabo en redes sociales,

concretamente Facebook y Twitter, y con una variedad temática más amplia, lo que lleva a una pretensión de concienciación por parte de las activistas mucho más completa en materia de feminismo.

Así pues, a partir de entrevistas en profundidad a nueve activistas y colectivos que desarrollan la praxis feminista online, los objetivos de esta investigación se concretan en los siguientes: analizar las oportunidades y las limitaciones del espacio virtual para el activismo político en general y feminista en particular, averiguar qué estrategias comunicativas se llevan a cabo en este campo y cuáles son sus propósitos y, finalmente, estudiar el vínculo entre las activistas feministas y los medios de comunicación tradicionales.

## **2. Revisión de la literatura**

### **2.1 Activismo político y redes sociales**

Los nuevos espacios de participación social que ofrece Internet, gracias a la explosión de herramientas comunicativas que brinda la web 2.0, han ofrecido a la sociedad vías de comunicación política que parecían impensables hace unas décadas. La Sociedad de la Información, consecuencia de la revolución digital, ha favorecido el apogeo de las TIC que, según autores como Castells (1998) están directamente relacionadas con los movimientos feministas contemporáneos. Según este autor, sin ir más lejos, el ciberespacio ha permitido al movimiento feminista un mayor desarrollo de sus ideales proactivos.

Acerca de las posibilidades que ofrece Internet, existen dos puntos de vista; por un lado, teóricos pioneros como Rheingold (2000) preveían la erupción de un nuevo panorama que respondería a muchas teorías utópicas y liberadoras de carácter casi mitológico (Núñez Puente, 2011). También académicos como Mitchell (2004) apoyan esta teoría idealista, que sostiene que las nuevas formas de socialización online representan un nuevo modo de agencia para los integrantes de las comunidades online (Núñez Puente, 2011).

No obstante, ya en la década de los 90, surgieron otras perspectivas teóricas que, matizando la visión utópica de Rheingold, advertían de los posibles efectos negativos de Internet; de hecho, Robins (1996), se refería a los

avances tecnológicos como patológicos y Slouka (1996) hablaba de la deshumanización de las redes sociales como resultado de las nuevas comunidades online.

Casos como el Occupy, el 15-M o la Primavera Árabe, entre otros, hacen evidente que las redes sociales están contribuyendo a transformar y redefinir el activismo político (Casero-Ripollés, 2015). Así, las redes sociales y el proceso comunicativo están ocupando un lugar central en el activismo político; de hecho, según algunos autores, asistimos actualmente a la aparición de los denominados “nuevos movimientos sociales” (Haro-Barba y Sampedro, 2011). Tanto es así que plataformas como Facebook, Twitter o Youtube están haciendo posible el nacimiento de un contrapoder ciudadano que transforma totalmente las relaciones de poder tradicionales (Castells, 2009). Por tanto, la población que, hasta ahora, había ocupado un rol marginal, tiene la oportunidad de empoderarse y convertirse en activistas políticos utilizando las posibilidades comunicativas de la web 2.0, sin necesidad de contar con los medios convencionales (Casero-Ripollés, 2015).

Sin embargo, esta dinámica puede plantear problemas derivados de la dependencia de las plataformas comerciales como Facebook y Twitter, ya que, al tratarse de corporaciones empresariales, pueden llegar a censurar contenidos, violar la privacidad o, incluso, a cerrar cuentas de activistas guiados por sus intereses (Cammaerts, 2012).

## **2.2 Praxis feminista en el entorno digital**

El uso de las redes sociales como plataforma donde llevar a cabo la práctica activista, en este caso feminista, es cada vez mayor. Entre las muchas razones que explican este fenómeno, Feliciano y Mallavibarrena (2013) contemplan y concretan cuatro características de las redes sociales: que su disponibilidad es masiva, que pueden almacenar y originar información y que sus usuarios pueden ser activos y convertirse en generadores y productores de contenidos, así como discutir y compartir conocimientos entre ellos (Núñez Puente, 2016). En este sentido, es interesante analizar si las páginas web, portales y cuentas de las activistas feministas ofrecen a sus usuarias opción de *feedback*, de intercambio de contenidos, si hay un diálogo abierto entre las interesadas y si

son tomadas en cuenta todas las voces; en definitiva, si existe un clima de confianza que propicie la expresión de las usuarias con total libertad o, por el contrario, si las plataformas digitales continúan teniendo un esquema tradicional jerarquizado en el que las emisoras tienen siempre más representatividad que las receptoras (Peña y Pascual, 2013).

Por otra parte, es importante investigar si los espacios feministas online contribuyen realmente a mejorar el activismo feminista y aprovechan completamente las oportunidades que ofrece Internet de interacción y activismo o si, simplemente, funcionan como una vía más de difusión como cualquier otra. Para ello, no solo es necesario analizar las herramientas que utilizan las activistas feministas online, sino también cómo las utilizan, si hacen un uso que explote al cien por cien las posibilidades de transformación social que tiene la Red.

La lucha feminista se ha servido de los nuevos canales brindados por la web 2.0 para, también desde diferentes perspectivas, aunar esfuerzos y crear comunidad. El ciberfeminismo es un término complejo de definir y sobre el que hay múltiples opiniones y matices. Lejos de agotarse en la construcción de nuevas formas identitarias, también se puede entender como una nueva vía de activismo feminista que hace uso de las nuevas tecnologías para agilizar el intercambio de informaciones entre las mujeres y la materialización de discursos a un programa feminista (Núñez Puente, 2013).

Varias teorías consideran que el uso de la tecnología supone una mejora para las mujeres en cuanto a su participación política y social (Friedman, 2003; Balka, 1996). De hecho, hay quien considera el tecnofeminismo no solo importante, sino esencial, como es el caso de Wajcman (2004), que lo define como la mejor solución para acabar con la exclusión de las mujeres en el mundo de la tecnología y favorecer su empoderamiento.

En esta línea, Haraway (1991) señala que la tecnología debe ser tomada en consideración por las activistas feministas online en sus propuestas de agencia para poder ser partícipes de las nuevas formas de relación social online y, así, conseguir una mejora de la vida y la creación de lazos entre las mujeres. En el mismo sentido se encuentran otras teóricas como Kember (2003), quien



advierde de la importancia de mantener un diálogo fluido entre las mujeres y las nuevas tecnologías para poder impedir que el sistema patriarcal monopolice el escenario virtual y dificulte la creación de comunidades feministas virtuales. Así pues, algunos trabajos contemplan el potencial de los avances tecnológicos como lógicas activistas de cambio y progreso (Castaño, 2008; Gajjala y Ju Oh, 2012; Gurumurthy, 2004) y, con un uso político y concreto de las prácticas feministas online, Internet se entiende como un espacio de relación donde la visibilización política de las mujeres es posible (Núñez Puente, 2011). Esto lo confirma la tesis de Andrews (2006) acerca de la eficacia de los sitios feministas online en España.

Pero, no obstante, el otro punto de vista lo contemplan varias teorías, que señalan el efecto contraproducente que puede tener la comunicación horizontal y la falta de jerarquía en la toma de decisiones (Danitz y Strobel, 1999; Huyer, 1999), a lo que responden algunas feministas, que argumentan que Internet es totalmente adecuado para el activismo feminista porque promueve las estructuras no jerárquicas e incluso tipos de interacción no lineal (Friedman 2003; Plant 1997).

Reverter Bañón (2009) ofrece también un mapa teórico al respecto que refleja la heterogeneidad del movimiento feminista en el ciberespacio, lo que ha causado numerosos enfrentamientos, debates nominalistas y, por supuesto, imposibilidad de concretar la definición del término. Por un lado, Bañón señala la concepción del ciberespacio como una oportunidad para el feminismo para avanzar en la igualdad, el pluralismo y la expresión equilibrada de los discursos de género (Núñez Puente, 2013). En esta línea, Internet sería un espacio democrático, libre de prejuicios, en el que las usuarias pueden expresarse sin que se tenga en cuenta ni su género ni su sexualidad. Por otro lado, frente a esta visión liberadora, Bañón habla de la postura defendida por el denominado ciberfeminismo radical, en el que se encuentran Virginia Barrat, Juliane Pierce, Josephine Starrs y Francesca Rimini como miembros del grupo VNS Matrix, y otras voces críticas de la II Internacional Ciberfeminista (Róterdam, 1999).

### **2.3 Relación entre el activismo feminista online y el offline**

El activismo feminista online ha fomentado la creación de comunidades que, en ocasiones, están directamente relacionadas con agrupaciones activistas offline, puesto que la lucha contra el sistema patriarcal y por los derechos de las mujeres existe desde mucho antes de la aparición de Internet. Por tanto, el activismo feminista no es exclusivamente online y la línea entre ambos ámbitos se encuentra actualmente muy difuminada. El activismo en Internet no ha reemplazado la interacción cara a cara, la ha mejorado. De hecho, en algunas ocasiones, las comunidades feministas online nacen gracias al esfuerzo del activismo offline, que ha conseguido cambios muy significativos para la situación de las mujeres en España.

Este fue el caso de la Red Estatal de Organizaciones Feministas Contra la Violencia de Género, formada por nueve asociaciones que se unieron en 2002 para conseguir un mayor alcance en los medios y para forzar al Gobierno en la toma de medidas para prevenir y combatir la violencia de género. Con el objetivo de ser más visibles, crearon el espacio virtual Red Feminista, tomando como paradigma el portal administrado por Montserrat Boix desde 1997, Mujeres en Red. Las nueve asociaciones de mujeres que participaron fueron las siguientes: la Asociación de Mujeres Juristas Themis, la Fundación Mujeres, la Comisión para la Investigación de los Malos Tratos, Enclave Feminista, la Federación de Mujeres Progresistas, la Federación de Mujeres Separadas y Divorciadas, Mujeres Vecinales, la Asociación de Asistencia a Víctimas de Agresiones Sexuales y la Asociación de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación. Así, estas nueve asociaciones aunadas consiguieron, después de una década de reivindicación, la aprobación por unanimidad del Congreso de los Diputados de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (LOMPIVG).

Las integrantes argumentaron dos razones: por un lado, consideraban que esta violencia es equiparable al terrorismo, que debe ser abordado con visión de Estado; por otro, estimaban claramente insuficientes las medidas del Gobierno al respecto y su aplicación judicial. Uno de los mayores logros que supuso la aprobación de la Ley fue la incorporación de propuestas conceptuales y el

enfoque de género, importantísimo a lo hora de abordar de forma correcta el problema de la violencia de género. Por otro lado, considerar la violencia que se produce en la relación de pareja o ex pareja como violencia de género y prestar asistencia a las víctimas fueron otros de los méritos que sitúan a la Ley Integral como un hito en la historia de la lucha feminista. En sintonía con el nuevo marco legal, también se aprobó en 2005 el Observatorio Estatal de Violencia sobre la Mujer.

Así pues, lo que supone la existencia de herramientas en la red es una oportunidad de mejora e interconexión para las activistas feministas que permite superar barreras geográficas e idiomáticas y conseguir logros como el mencionado; la aprobación de la Ley Integral fue la primera consecuencia palpable del esfuerzo llevado a cabo por activistas feministas online, fruto de la unión de activistas offline. De este modo, vemos que el papel desempeñado por las feministas ha sido y es esencial para la estructuración de cambios legislativos y políticas gubernamentales.

La praxis feminista online ha utilizado en este sentido diferentes y variadas formas de agencia y de elaboración de redes sociales que analizaremos en este proyecto a partir de entrevistas de las gestoras o administradoras de diversas cuentas, blogs, páginas web y portales feministas de España. Pero, antes de comenzar el análisis, es necesario revisar la articulación de las diferentes formas de asociación comunitaria en Internet (Núñez Puente, 2011).

Según Laraña (2001), la categoría “colectivo en red” corresponde a las conexiones de varios actores u organizaciones que quieren difundir informaciones, buscar apoyos solidarios o incluso establecer estrategias de acción conjunta (en el caso del activismo feminista, las conexiones que las organizaciones feministas establecen entre sí o con otros actores políticos relevantes). Así, los “colectivos en red” pueden constituirse en segmentos o subsegmentos (nudos) de una red más amplia de movimientos sociales. En el caso que nos incumbe, los foros virtuales, las páginas web dedicadas a la lucha feminista o las cuentas en redes sociales son colectivos en red del movimiento feminista, que sería así una red de redes de colectivos.

Las redes de movimientos sociales conectan de forma simbólica, estratégica o solidaria sujetos individuales y actores colectivos, cuyas identidades van constituyéndose en un proceso dialógico (Melucci, 1996; Touraine, 1997). Así pues, los colectivos en red pueden ser formas estratégicas de instrumentalización de las redes de movimientos. En el caso del movimiento feminista, puede suceder también de forma presencial, como ocurre en las grandes marchas contra la violencia de género, por ejemplo. En otras palabras, para entender los movimientos sociales del contexto actual hay que comprender cómo los individuos se vuelven sujetos de sus destinos personales y cómo se transforman en actores políticos por medio de las conexiones en red (Funes y Adell, 2003; Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001; Johnston y Klandermans, 1995; McAdam, McCarthy y Zald, 1999; Robles, 2002).

Es interesante investigar, basándonos en la tesis de Dean (1997; 2002; 2004; 2005), si el activismo feminista online hace uso de las herramientas de Internet y el ciberespacio como recurso de difusión o para lograr objetivos concretos como fue la aprobación de la Ley Integral y, si es así, si lo que percibimos es un proceso de mesomobilización, fruto de los vínculos entre la praxis feminista online y offline que aúnan esfuerzos para obtener los cambios reivindicados (Scott y Street, 2004).

Dean (2004; 2005) también habla del capitalismo comunicativo y de sus ejes teóricos. El capitalismo comunicativo se refiere a las formas del capitalismo tardío mediante las que los valores considerados intrínsecos a la democracia se ven reflejados en las tecnologías de la comunicación online. En cuanto al mensaje, para Dean es simplemente información que circula por la red y, donde antes eran importantes emisor y receptor, ahora solamente lo es el propio mecanismo de circulación. Además, Jodi Dean advierte de la posible ineficacia de estos mensajes online que, al perderse en el flujo comunicativo de la Red, no consiguen cambios políticos tangibles. Es decir, según el autor, poner en circulación mensajes de carácter activista no significa estar promoviendo el activismo político. A esto, Zizek (1997, 1999, 2001) lo denomina interpasividad.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que Dean sí considera útil políticamente el activismo online, siempre que se lleven a cabo propuestas concretas, que no son políticas pero que puede politizarse. Este podría ser el caso de la praxis feminista, lo que nos lleva a preguntarnos cuál es el contenido que circula en las páginas web y las cuentas feministas, si logra o no el objetivo deseado y cómo lo emiten y lo consumen las mujeres. Además, también nos hace preguntarnos si este proceso comunicativo tiene un impacto político real o se queda en un proceso de fetichismo tecnológico (Núñez Puente, 2016).

#### **2.4 Activistas feministas online y medios de comunicación tradicionales**

A pesar de la irrupción de Internet, las redes sociales y los medios alternativos y su generalización por toda la parte privilegiada del planeta, los medios de comunicación tradicionales, es decir, la radio, la prensa escrita y, sobre todo, la televisión, siguen siendo los medios masivos. Son estos los medios más influyentes en la conducta y las maneras de pensar y concebir el mundo de la ciudadanía española, por lo que su responsabilidad es enorme y su poder, excepcional.

Sin embargo y, pese a los avances en materia de igualdad entre hombres y mujeres, en estos medios se sigue reflejando la misma estructura de poder que impregna la sociedad heteropatriarcal. Como señala López Díaz (2004), cada individuo es libre de proyectar en su entorno social sus ideas y principios, son los medios masivos los que están mejor situados para ejercer el poder de representar. Según López Díaz, la perspectiva de género no ha sido ni es publicitada y, no solo eso, sino que ha sido descalificada, desautorizada, desacreditada y, sobre todo, desprestigiada.

Respecto a la representación que tienen las mujeres y los hombres en los informativos, esta autora señala que los hombres son representados en una más amplia variedad de profesiones que las mujeres; además, los hombres son representados, mayoritariamente, en profesiones de mayor prestigio social. Con las mujeres no ocurre lo mismo: la voz mayoritaria que se recogió en los 'totales' de los informativos en la investigación de López Díaz fue la de aquellas mujeres cuya profesión no se declaraba en la noticia. (López Díaz, 2004).

El activismo feminista online ha tenido poca repercusión en los medios convencionales, pero, aunque no hay teorías al respecto, España se encuentra en un momento de cambio al respecto en el que, cada vez más, los medios consultan y acuden a las expertas en feminismo, que ya no son solo las activistas offline, sino aquellas que se mueven en las redes.

### **3. Diseño metodológico**

#### **3.1 Técnica**

Para estudiar el caso del activismo feminista online como activismo político en redes, su estrategia comunicativa y su relación con los medios de comunicación convencionales, se ha utilizado una técnica de investigación cualitativa basada en entrevistas en profundidad. El análisis de diferentes y variadas activistas feministas es esencial para entender el escenario sociopolítico actual y conocer las formas de hacer y de trabajar en este campo. El entorno digital es un espacio cada vez más utilizado para la comunicación política en general, y el activismo feminista no es una excepción. Por ello, indagando en la experiencia personal de las nueve entrevistadas se pueden encontrar coincidencias y discrepancias que ayuden a tener una perspectiva amplia sobre este terreno que, actualmente, es esencial para las decisiones políticas de la ciudadanía.

#### **3.2 Muestra**

Para analizar de manera completa el funcionamiento del activismo feminista online se ha entrevistado a activistas que responden a dos perfiles: las que trabajan de forma individual y las que lo hacen de forma colectiva. Estas son las dos formas de trabajar que tienen las activistas feministas online y, analizando ambos procedimientos, se puede tener una idea general del funcionamiento de este fenómeno en España.

De un total de nueve entrevistadas, se encuentran cuatro que practican el activismo feminista individualmente: Alicia Murillo, Barbi Japuta, Jéssica Fillol y Pilar Guerrero, y cinco colectivos: Fundación Mujeres, Proyecto Kahlo, Locas del Coño, Equiláteras y Asamblea Panteras. Tanto Alicia Murillo como Jéssica Fillol tienen perfiles en redes sociales y páginas web con su nombre propio;

Barbie Japuta utiliza este pseudónimo en todas sus cuentas y no abandona el anonimato; y Pilar Guerrero aparece tanto en Twitter como en su web bajo el nombre Feminismos.

En cuanto a las feministas entrevistadas que trabajan de forma grupal o colectiva se encuentra, en primer lugar, Fundación Mujeres, una organización no gubernamental sin ánimo de lucro que trabaja por la igualdad de oportunidades y derechos entre hombres y mujeres tanto de forma offline como online, con página web, cuenta en Facebook y canal de Youtube. En segundo lugar, Proyecto Kahlo es una revista colaborativa feminista, también con cuenta en Twitter, Youtube y Facebook, que trabaja por el empoderamiento y la representación de la diversidad. En tercer lugar, Locas del Coño es un colectivo que trabaja principalmente en redes sociales, aunque también son muy activas en su web; tratan temas de actualidad relacionados con la desigualdad de derechos y la discriminación a la mujer bajo el lema “sororidad como autodefensa feminista”. Y por último, Equiláteras es una asociación transfeminista que, aunque también hace activismo en las calles, centra su lucha en redes sociales, concretamente en Twitter, Facebook, Youtube y su página web.

### **3.3 Procedimiento**

Después de contactar con activistas feministas por correo electrónico y mensajes privados en redes sociales y de informar sobre los objetivos del trabajo, se concretaron entrevistas con un total de nueve activistas.

Las entrevistas se realizaron entre mayo y junio de 2017 por vía telefónica, debido a la imposibilidad por cuestiones geográficas de hacerlas presencialmente y a las posibilidades de grabación y almacenamiento de las llamadas. Las conversaciones tuvieron una duración de entre 25 y 35 minutos, fueron grabadas y posteriormente transcritas.

Se ha utilizado un cuestionario ad hoc que incluye tres bloques temáticos: las posibilidades y riesgos de utilizar las TIC para el activismo feminista como activismo político, la estrategia comunicativa y la relación de las activistas feministas con los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y

prensa impresa). Es un cuestionario semiestructurado, con un guión establecido previamente, en el que cada bloque temático tiene un promedio de cinco preguntas, y con posibilidad de variaciones dependiendo del transcurso de cada entrevista. El cuestionario base se puede consultar en el anexo I.

#### **4. Exposición de resultados:**

Los resultados de este trabajo de investigación están divididos en tres apartados, correspondientes a los tres bloques temáticos que conforman el cuestionario que articula la entrevista realizada a las nueve activistas y colectivos feministas.

##### **4.1 Posibilidades y limitaciones del activismo político online en general y feminista en particular**

En lo que respecta a las cuestiones tratadas en este apartado, se puede observar una gran coincidencia de todas las entrevistadas en la gran mayoría de temas.

Por un lado, todas opinan que la principal ventaja u oportunidad que brinda el uso de las TIC para hacer activismo político es el alcance, la posibilidad de difundir un mensaje rápidamente y sorteando las barreras geográficas.

“Bueno, yo creo que una de las cosas que ofrece es la rápida propagación de los contenidos, sobre todo con Twitter, pues una de sus características principales es la inmediatez. Tú tuiteas algo y, según el alcance que tengas, puedes llegar a infinidad de personas, a más personas de las que jamás habrías pensado”. (Locas del Coño)

“Te ofrece visibilidad y poder llegar a una barbaridad de gente y que tu trabajo o tus ideales sean accesibles a muchísima gente. Gracias a Facebook tenemos muchas seguidoras de Latinoamérica, por ejemplo”. (Equiláteras)

“Sí, se llega a un número de gente bastante grande y además es muy instantáneo, ante un acontecimiento determinado te permite generar respuestas rápidas”. (Fundación Mujeres)



Además, algunas añaden el plus de la gratuidad o ausencia de coste adicional tanto de practicar el activismo como de consumirlo, lo que supone una ventaja enorme y rebaja, en la medida de lo posible, la brecha en relación al nivel adquisitivo.

“Montar una manifestación y aparecer en los medios de comunicación tiene unos costes altísimos, nada te garantiza poder tener impacto en un informativo y mucho menos que tu discurso no sea manipulado. En cambio, Internet, para hacer llegar tu mensaje de manera íntegra con todos los matices que tú quieras aportar, tiene unos costes muy bajos, incluso es gratuito en ocasiones”.  
(Jéssica Fillol)

Por otro lado, por lo que respecta a las limitaciones o riesgos de utilizar Internet y las redes sociales para el activismo político y feminista, todas las activistas entrevistadas que trabajan de forma individual y algunos de los colectivos confirman que el mayor peligro que tiene esta práctica es la falta de seguridad, las amenazas e incluso persecuciones con las que han tenido que lidiar por ser mujeres que defienden sus derechos y que intentan concienciar al resto de la sociedad.

“En el momento en el que tu perfil empieza a tener un cierto número de seguidores, te das cuenta de que vas a tener que vivir con amenazas diarias. Como somos personas anónimas, la mayoría, no pasa del espacio virtual, pero tampoco es agradable”. (Pilar Guerrero)

“La seguridad en las redes sociales es un tema importante y es un tema difícil. Internet es un espacio público y tiene todas las ventajas y desventajas que tiene el espacio público, es como salir a la calle, se pueden crear situaciones de peligro y hay que aprender a auto defenderse y, a nivel de grupo, a crear espacios de auto seguridad. Pero, desgraciadamente, esto es algo que no es fácil y que va a llevar un tiempo, cada vez lo hacemos mejor, pero cuesta”.  
(Alicia Murillo)

“Tienes una proyección que, por mínima que sea, pone una diana en la frente. Yo he recibido amenazas de hombres que ya tenían denuncias por parte de sus parejas o ex parejas por violencia de género, hombres que ya tenían

órdenes de alejamiento en vigor o caducadas... Ese tipo de hombres ha canalizado su rabia y su frustración contra mí". (Jéssica Fillol)

"El principal riesgo es la exposición. Cuando eres muy visible, sobre todo en temas de activismo, te llega una agresividad verbal de unas personas que, normalmente, se escudan en cuentas anónimas bajo pseudónimos y aprovechan eso para verter todo el veneno, la mala baba, para trolelear..." (Locas del Coño)

Otra de las cuestiones sobre la que, a excepción de Proyecto Kahlo, todas opinan lo mismo, es la siguiente: en las redes sociales no se genera un clima de confianza en el que las usuarias puedan sentirse cómodas para exponer sus opiniones o experiencias personales. Para que esto sea posible, se necesitan los foros y mensajes privados, pues el espacio público supone una exposición demasiado aventurada, sobre todo para las mujeres que puedan encontrarse en situaciones especialmente complicadas, como el maltrato por parte de su pareja o ex pareja.

"Twitter, para aprender, para ampliar conocimientos, para tomar conciencia de muchos problemas... es perfecto, pero, para expresar experiencias propias, es hostil, porque, si lo tienes abierto, esa información puede llegar a gente que la utilice para hacerte daño. Twitter en ese sentido no me parece una red social muy amable. Para los que no les da igual el acoso machista, lo mejor es hacerse un espacio seguro, un foro, privatizarse las redes". (Barbie Japuta)

"Es un ambiente completamente hostil, porque todo el mundo tiene acceso y tienes que tener claro que cuando lanzas un mensaje en Twitter, sobre todo feminista, vas a recibir amenazas. Por eso la mayoría somos anónimas o no damos información sobre nosotras". (Pilar Guerrero)

Y, aunque Proyecto Kahlo afirma que sí hay un ambiente propicio para el relato de experiencias personales, lo hace desde la perspectiva del formato consulta, es decir, el colectivo opina que las usuarias sí se sienten comprendidas y cómodas con las activistas feministas online.

"Creo que el anonimato que da internet facilita que se disipen muchas dudas que no te atreves a preguntar en otros ámbitos físicos (...) Así que yo creo que

se encuentran lo contrario a un ambiente hostil, encuentran una persona comprensiva, que no las juzga y les facilita la información que necesita y la anima a seguir profundizando y conociéndose”. (Proyecto Kahlo)

También se les preguntó a las entrevistadas si el activismo online es activismo real, es decir, si lleva al cambio y a la movilización social o, por el contrario, se queda en una circulación de mensajes que no van más allá del espacio virtual. Todas afirmaron que sí, que el activismo online concientiza y que ese es el primer paso para el cambio de mentalidad de la sociedad. Solo con que haga pensar a una mujer y esta decida denunciar una situación de acoso o maltrato, se debe considerar activismo real.

“Yo, en el momento en el que pones a alguien a pensar, a plantearse cosas y a cambiar un poquito su discurso, ya me doy con un canto en los dientes”. (Locas del Coño)

“Yo tenía la duda, pero en la manifestación del 7N de hace dos años yo creo que se demostró que hay un cambio. Fue una manifestación mucho más masiva que años anteriores, y creo que muchas de esas mujeres han tomado conciencia gracias a las redes sociales, porque se viraliza muchísimo el contenido feminista. Una vez te pones las gafas moradas no lo puedes dejar en lo virtual, lo llevas a tu vida personal y no te las puedes quitar”. (Barbie Japuta)

“Yo creo que sí tiene poder de convocatoria, quizás no todo el que nosotras quisiéramos, pero la gente sí va a manifestaciones y sale a las calles porque se enteran por redes sociales”. (Equiláteras)

Por último, otra de los ítems tratados en este bloque, corresponde al siguiente planteamiento: ¿tiene el activismo feminista online el mismo nivel de alcance y repercusión que el activismo político online? Después de ver el poder de las redes sociales, y de Internet en general, en momentos cruciales de la historia política de España como el 15M o la Primavera Valenciana, resulta interesante conocer la opinión de las activistas feministas al respecto. Y, sobre esto, muchas opinan que la lucha feminista jamás tendrá la misma repercusión social y mediática que la lucha por una sanidad y educación de calidad, por ejemplo, porque, dicen, el machismo impregna cualquier ámbito y no es una lucha común.

Sin embargo, la mayoría de las entrevistadas se muestran optimistas e insisten en el cambio de paradigma que está teniendo lugar en España en materia de feminismo gracias al activismo online.

“No están al mismo nivel porque a la política no le interesa. Eso se ve en las manifestaciones; en la televisión una manifestación tiene como mucho 40 segundos y un partido de fútbol tiene mucho más tiempo”. (Equiláteras)

“Yo creo que realmente en redes sociales está tratándose muchísimo el feminismo, dentro de cualquier tema político. Por ejemplo, el 7N del año pasado se movió por Internet y salió una movilización enorme, así que creo que sí, actualmente tiene mucha más trascendencia”. (Asamblea Panteras)

“No creo que funcionen igual, porque normalmente cuando son cosas como el 15-M, son cosas por las que hay un descontento general, que la gente está clamando un basta ya, y eso es lo que convoca a la gente. El feminismo es lo de siempre, no moviliza ni indigna a tanta gente”. (Locas del Coño)

“Debería ser transversal, que cualquiera que luche contra los desahucios luchara también por el feminismo y viceversa. Pero como el machismo impregna cualquier sector de la sociedad, hay quien se dedica a hacer activismo de lucha de clases y, al mismo tiempo, atacan al feminismo. En ese sentido, está mucho más aislado”. (Barbie Japuta)

“Yo creo que gracias al activismo online, en poco tiempo podremos hablar de una nueva ola. Pienso que está llegando a gente muy joven y está poniendo todo patas arriba, está creando un movimiento con muchísima fuerza. Además, creo que el feminismo tiene que ser interseccional o no es feminismo; no puedo pedir mis derechos obviando los de los demás”. (Pilar Guerrero)

#### **4.2 Estrategias comunicativas de las activistas feministas online**

Entre las cuestiones que conforman este apartado, el asunto en el que las nueve entrevistadas se muestran de acuerdo es en la utilidad o importancia de llevar a cabo una estrategia comunicativa, es decir, de tener unas pautas definidas que guíen la actividad comunicativa del activismo feminista en Internet. Sin embargo, pese a que todas afirman que sí es recomendable, generalmente solo lo ponen en práctica aquellas cuentas o páginas web

gestionadas por colectivos; por el contrario, las activistas que trabajan de forma individual tienen mayor tendencia a improvisar y dejarse llevar por el día a día. Así pues, queda manifiesto que, según las entrevistadas, en el caso del activismo feminista, el establecimiento de una estrategia comunicativa es recomendable en cualquier caso e imprescindible para la coordinación de varias personas.

“Yo, a nivel individual, no sigo ninguna estrategia o, si la tengo, no soy consciente de ella. Trabajo mucho por impulso, por lo que pasa cada día”.  
(Barbie Japuta)

“Es recomendable, pero tampoco es imprescindible, porque, una vez te ciñes a un esquema muy concreto y estricto, lo que suele pasar es que te quemas. Si quieres llegar a tener una cierta repercusión, es mucho mejor planificar los temas, tener tiempo para redactar... pero tampoco son unas normas escritas obligatorias”. (Jéssica Fillol)

“Sí, considero que en las redes sociales hay que tener presencia, entonces, independientemente de la periodicidad con la que publiques en tu medio, en redes sociales hay que estar presente, y eso implica no solo publicar y difundir lo que haces desde tu espacio sino también aprovechar para difundir contenidos de otras cuentas, para republicar contenidos antiguos y, evidentemente, también tienes que generar conversación; entonces sí, para todo esto hay que tener una estrategia mínima pre-definida”. (Locas del Coño)

“Aquí se trabaja con equipos de voluntariado en los que se promueven las acciones y los objetivos de la Fundación, tanto en calle como en campañas en redes. Se hacen reuniones de trabajo en las que se piensan los contenidos de campaña, en las formas de cómo llegar a la gente tanto online como offline, y en días así especiales como el 25 de noviembre se hace siempre un trabajo de planificación de la estrategia a seguir para incidir en la movilización que se genera”. (Fundación Mujeres)

Por otra parte, se les preguntó si el activismo online era autosuficiente y podía tener resultados de forma autónoma o si, por el contrario, necesitaba de una estrategia offline que complementara la presencia en las redes. Prácticamente todas las entrevistadas se decantaron por la segunda opción y, aunque algunas

insistieron en la capacidad de Internet para concienciar y crear sinergias, ninguna rechazó la idea de que, combinando los dos tipos de activismo, se pueden conseguir muchas más cosas.

Además, en muchos de los casos se insistió en que la relevancia de hacer acciones offline estriba, prioritariamente, en la necesidad de sortear la brecha digital que todavía limita a muchísimas mujeres.

“Depende de lo que se busque, de tus objetivos y del contenido que vayas a trabajar. Para llegar a víctimas necesitas acciones offline, porque en Internet se pierde mucho, no se genera ese clima de confianza. Hay que combinar ambos, también para llevar esta información a mujeres que no tienen tan fácil el acceso a las redes”. (Fundación Mujeres)

“Nosotras utilizamos las redes sociales como algo complementario al activismo en las calles. Va de la mano, pero nosotras le damos muchas más importancia al activismo offline”. (Asamblea Panteras)

“Es imprescindible el offline. De hecho, uno de los peligros que detecto es que el activismo online, a veces, genera una serie de "excusas" para no dar el paso hacia el activismo offline. Yo, personalmente, participo en varias asociaciones, en colectivos políticos, con agrupaciones LGTB...” (Jéssica Fillol)

“Sí, yo lo hago, me parece imprescindible porque todavía existe la brecha digital y el feminismo también tiene que llegar a mujeres que no acceden a Internet. Pero creo que cualquier feminista online termina siéndolo también offline, porque cualquier feminista en redes lleva el feminismo a su vida diaria. Eso hace que contagie a amigas, compañeras de trabajo, de clase, que haga pensar a su propia familia... Eso es llevar el activismo online al activismo offline. Es imprescindible e inevitable”. (Barbie Japuta)

La gran variedad de respuestas dentro de este bloque temático se ha dado en lo que respecta al público objetivo de las diferentes activistas entrevistadas. Prácticamente se han descrito tantos públicos objetivos como activistas entrevistadas, entre los que la mayor diferencia recae en la franja de edad de las personas a las que las activistas enfocan sus mensajes.

“Nosotras no solo trabajamos en el feminismo, sino también en el antifascismo, entonces la mayoría del público que tenemos son personas que se identifican con ambos. Pero, en general, nos dirigimos a mujeres”. (Asamblea Panteras)

“A mí me lee todo tipo de gente, pero sobre todo intento llegar a las chicas entre 16 y 20 años, porque considero que es una edad en la que te falta mucha información y vives cosas muy rápido, entonces, tener esta información es un arma en estas situaciones”. (Pilar Guerrero)

“No lo planifico, pero sí creo que el perfil con el más conecta es mujeres de a partir de 30 años. Me han escrito madres de chicas adolescentes que están pasando por relaciones complicadas, por ejemplo. Cuando me leen chicas más jóvenes, normalmente se enfadan conmigo porque no les doy la razón en todo”. (Jéssica Fillol)

“Nosotras nos dirigimos a mujeres. Para los hombres hay muchísimas publicaciones, así que esta es para nosotras. Mi idea era que nuestras publicaciones atrajeran más a las adolescentes, pero al final no ha sido así, hay muchísimas adolescentes (sobre todo latinoamericanas) pero sobre todo hay de entre 30 y 40 años”. (Proyecto Kahlo)

Resulta curioso destacar que la única que nombra a los hombres como pertenecientes a su target es Barbie Japuta, y solo desde Equiláteras afirman que no tienen ningún público objetivo concreto.

“Mi público no quiero que sean solo mujeres ya convencidas, no quiero predicar al coro, sino hacerlo accesible para mujeres y hombres que quieran entender y que lo puedan hacer suyo”. (Barbie Japuta)

“No tendemos a cribar el público, pero la gente que nos lee constantemente es gente que ya nos conoce, pero en principio no acotamos a un tipo de público concreto”. (Equiláteras)

### **4.3 Relación entre activistas feministas online y medios de comunicación convencionales**

Dentro de este tercer bloque temático, las cuestiones versaron sobre el papel de los medios en materia de feminismo y los vínculos que se establecen (o no)

entre estos y las activistas feministas online. En este sentido, también se han dado grandes coincidencias.

En primer lugar, todas las entrevistadas opinan que los medios de comunicación tradicionales no cumplen su papel como cuarto poder y tienen grandes carencias en temas de feminismo que no solo se materializa en ausencia de contenido al respecto, sino también en un tratamiento informativo desprovisto de conciencia igualitaria y que refuerza las estructuras de poder generadas por el heteropatriarcado.

“Sí, creo que sí, hay muchos espacios en Internet que cubren esas lagunas que dejan los medios de comunicación convencionales. Si, para estos, todo lo que no sea política, fútbol y sálvame queda fuera, la gente nos tenemos que sacar las castañas del fuego y generar los contenidos que nos interesan, por eso surgen todas estas iniciativas”. (Locas del Coño)

“Yo creo que sí, porque lo que se aprecia es una falta importante de empatía y de formación en género. En parte quiero creer que lo estamos supliendo, porque así por lo menos la gente se informa de otra manera”. (Pilar Guerrero)

“No creo que el feminismo tenga que ser vigilante del periodismo, el periodismo tendría que ser vigilante de las políticas que se hacen para acabar con el machismo, y no lo hacen. Entonces el feminismo tiene un doble trabajo, el que le corresponde, de lucha por la liberación de las mujeres, y el de ejercer presión sobre los medios que no hacen su trabajo”. (Barbie Japuta)

“Claro. Ya sabemos cómo funcionan. No creo que estemos haciendo su trabajo, pero sí que estamos supliendo una información que no se está dando. En términos de salud de la mujer, de derechos de la mujer y de asuntos menos visibilizados como el maltrato psicológico o la copa menstrual, por ejemplo”. (Proyecto Kahlo)

“Sí, eso pasa ahora y ha pasado antes. Bueno, es complementaria, todavía los medios de comunicación tienen que poner mucho por su parte para generar mensajes que promuevan la igualdad realmente. Al final es una manera diferente de entender las cosas”. (Fundación Mujeres)



En la segunda cuestión planteada, es decir, la relación entre las activistas entrevistadas y los medios convencionales, se les preguntó si tenían intención de influir en la agenda mediática y, a excepción de Fundación Mujeres, las otras ocho entrevistadas confirmaron que no, que no es uno de sus objetivos, aunque todas se muestran totalmente abiertas ante cualquier propuesta de entrevistas o apariciones en radio o televisión.

“No es uno de nuestros objetivos. Alguna vez hemos hecho alguna entrevista sobre los feminicidios, y nosotras encantadas, pero no es lo que buscamos”. (Asamblea Panteras)

“No lo contemplamos para nada, vamos totalmente en paralelo”. (Proyecto Kahlo)

“No es nuestro objetivo principal, pero si llega encantadas. Pero no, no tenemos tanta ambición”. (Equiláteras)

“Sí que es uno de nuestros objetivos. Sí se va a entrevistas en televisión, a tertulias específicas también se ha ido en algún momento. Si hay solicitudes de televisión y radio sobre temas concretos como los juguetes sexualizados, sí que buscan la opinión de las activistas”. (Fundación Mujeres)

En este sentido, Barbie Japuta y Pilar Guerrero añaden un matiz cuando hablan de que, aunque lo que quieren no es aparecer en televisión, radio o prensa impresa, sí pretenden hacerles reflexionar y contribuir a que estos medios tengan un tratamiento informativo que fomente la igualdad.

“Yo cuando critico a El Hormiguero o a un medio machista en general, mi intención no es solamente dejar clara mi postura y que otras personas la entiendan, sino también que llegue aunque sea a una de las personas que hace que eso esté siendo así y le haga pensar. Dudo que pase, pero ese sí es uno de mis objetivos”. (Barbie Japuta)

“No, y no creo que el activismo en general lo pretenda, lo que intenta es influir en que los medios tomen conciencia de cómo están haciendo las cosas, más que conseguir un altavoz o tener protagonismo”. (Pilar Guerrero)

Por último, relacionado también con la conexión entre las activistas entrevistadas y los medios de comunicación, se habló de las ocasiones en las que estas han sido requeridas para entrevistas o para consultas en temas de feminismo, y las respuestas han sido muy variadas.

Jéssica Fillol y Asamblea Panteras afirman que solo es en días concretos del año cuando los medios buscan opiniones y colaboraciones de activistas feministas. El resto del tiempo, no hacen de altavoz para las grandes masas de audiencia a las que, ellos, sí tienen acceso.

“Los medios cada vez se interesan más, sobre todo en días concretos como el 25 de noviembre o el 8 de marzo, porque preparan artículos o reportajes y nos piden asesoramiento y aportaciones. Fuera de estas fechas es más complicado que los medios hagan eco”. (Jéssica Fillol)

“No es por temas, es por fechas o campañas que hemos hecho, en concreto por las pintadas que hicimos por Madrid en nuestra campaña de los feminicidios”. (Asamblea Panteras)

Locas del Coño y Fundación Mujeres hablan de Eldiario.es como el único que incluye contenido feminista y que practica un tratamiento informativo que promueve la igualdad en general entre cualquier tipo de personas, independientemente de su origen y su sexo.

“En el caso de mis contenidos, sí que es verdad que por ejemplo a mí me han entrevistado bastantes veces en Eldiario.es, pero porque en este periódico trabaja un chico negro, entonces eso hace que la redacción de Eldiario.es esté más sensibilizada con esos temas; mientras en los medios no haya de forma más habitual personas no blancas, personas transexuales, etc., no se pondrá el foco en promover la diversidad”. (Locas del Coño)

“A veces, los medios incorporan cuestiones importantes y hacen espacios específicos que sí que sirven, como por ejemplo la parte que habla de micromachismos de Eldiario.es”. (Fundación Mujeres)

Pilar Guerrero cuenta que no ha sido contactada para ninguna colaboración o aparición por medios españoles.

“Conmigo han contactado dos veces, pero desde América Latina”. (Pilar Guerrero)

Para Barbie Japuta, que es más mediática que el resto por su publicación semanal en Eldiario.es, tener contacto con los medios de comunicación es más habitual, pero, sin embargo, afirma que no siempre sucede de forma agradable.

“A mí sí que me han citado en sitios, pero tanto para bien como para mal. Hay muchos medios que ridiculizan el feminismo y me ponen a mí como punto de lanza, como si fuera yo la inventora, cuando lleva siglos. Por ejemplo, escribí un artículo sobre el último Salvados que trataba el machismo y me contestaron desde el equipo diciendo que habían entendido lo que quería decir y que lo tendrían en cuenta para la próxima vez. A veces también me piden asesoramiento si van a tratar el tema del feminismo. Eso me parece positivo, que intenten hacer las cosas bien, porque llegan a millones de personas”. (Barbie Japuta)

Desde Equiláteras cuentan que sí han participado en programas de radio y televisión, pero no especifican el motivo.

“El año pasado nos llamaron de Radio 3 para hacernos una entrevista y en televisión local también hemos estado”. (Equiláteras)

Por último, tanto Alicia Murillo como Proyecto Kahlo no se pronuncian al respecto, ya que son una activista y un colectivo feminista que no tienen ningún interés en aparecer en los medios.

## **5. Discusión y conclusiones**

### **5.1 Discusión**

El activismo feminista, dados los resultados de esta investigación, ha encontrado en el espacio digital un escenario propicio para desarrollar y aumentar su actividad e influencia social, lo que también se contemplaba en otros estudios como el de Castells (1997). Según este autor, las redes sociales han posibilitado la formación de un contrapoder ciudadano, y esto es evidente si se observa la utilidad y empoderamiento que las activistas entrevistadas atribuyen a plataformas como Facebook y Twitter. Y, aunque corroboran la

teoría de Cammaerts (2012) sobre las limitaciones en cuanto a censura de ciertos contenidos en estos espacios, los resultados demuestran que la valoración es más que positiva, principalmente gracias a la capacidad de creación y difusión de contenidos, como bien apuntaban Feliciano y Mallavibarrena (2013).

Por otro lado, las activistas entrevistadas, respecto a la cuestión abordada por Peña y Pascual (2013) sobre el *feedback*, han mostrado gran conformidad en cuanto a la falta de un clima de confianza que invite a las usuarias a participar; aunque sí hay *feedback* e intercambio de papeles entre emisoras y receptoras, el escenario es demasiado frío y arriesgado como para expresar experiencias personales. Esto desmiente la teoría de Bañón (200) que hablaba de Internet como un espacio libre de prejuicios, pues, como se ha comprobado en esta investigación, las redes no son solo frecuentadas por personas simpatizantes del feminismo, sino también por hombres y mujeres que pueden generar un activismo reaccionario y cohibir a las usuarias.

Los resultados de este estudio también corroboran que, efectivamente, el ciberfeminismo sí es activismo real y no se queda únicamente en un proceso de fetichismo tecnológico, como apuntaba Nuñez Puente (2016). Del mismo modo, aplicado a la praxis feminista online, también queda refutado el concepto acuñado por Zizek (1998) de interpasividad, con el que Dean (2004; 2005) se refería a la ineficacia de los mensajes de carácter activista. Las activistas feministas entrevistadas confirman que sí se llevan a cabo propuestas concretas que son políticas o pueden politizarse y que sí se promueve, así, el activismo político. De hecho, podría afirmarse que el feminismo es uno de los temas que componen cualquier debate político actual.

Por otra parte, pese a que sí se han confirmado las teorías que señalan la mejora que suponen las TIC en cuanto a participación política y social de las mujeres (Friedman, 2003; Balka, 1996), esta investigación añade un matiz, pues se ha contemplado la brecha digital como uno de los factores que siguen negando el acceso al contenido online a muchas de las españolas, sobre todo a las que pueden estar sufriendo situaciones de maltrato y violencia de género.

Por lo que respecta al uso de estrategias comunicativas, los resultados de este estudio señalan que, según las activistas entrevistadas, para ellas no es imprescindible tener una planificación previa a la acción comunicativa, más allá de una línea editorial coherente y, en el caso de los colectivos, una puesta en común que lleve al acuerdo entre todas las integrantes. Sin embargo, lo que sí se ha percibido en todos los casos de las activistas entrevistadas es que la actuación conjunta entre el activismo online y el offline es esencial para lograr un cambio real en las decisiones políticas y sociales.

Como afirmaban autores como De Miguel o Funes y Adell (2003), no se pueden entender los movimientos sociales actuales sin tener en cuenta cómo los ciudadanos están pasando a ser actores políticos a través de las conexiones en el espacio digital. De hecho, los resultados de este estudio afirman que sí nos encontramos ante el proceso de mesomobilización del que hablaban Scott y Street (2004), en el que el activismo online y el offline están luchando de forma conjunta para conseguir sus reivindicaciones.

Por último, las respuestas obtenidas en esta investigación, han corroborado la falta de empatía y sensibilidad feminista por parte de los medios de comunicación tradicionales. Como señala López Díaz (2004), hay una carencia enorme no solo de contenido feminista, sino de una acogida igualitaria hacia hombres y mujeres y de un tratamiento que promueva la igualdad de derechos y oportunidades. Por ello, los resultados de esta investigación demuestran que el activismo feminista online sí está supliendo o completando la función didáctica que los medios de comunicación tradicionales deberían ejercer en materia feminista.

## **5.2 Conclusiones**

A partir de este trabajo de investigación basado en entrevistas en profundidad a nueve activistas feministas online, se ha podido llegar a cinco conclusiones concretas.

En primer lugar, de los resultados se deduce que Internet y las redes sociales son una gran oportunidad para el desarrollo del activismo feminista dada su capacidad de difusión, su alcance y su bajo coste, pero también supone un

riesgo casi ineludible y solo reducible mediante el uso del anonimato: la exposición a amenazas y persecuciones de todo tipo.

En segundo lugar, se ha comprobado que el activismo feminista online no es un proceso de fetichismo tecnológico ni genera interpasividad, pues los mensajes de este carácter sí consiguen cambios reales y movilizan a la ciudadanía.

En tercer lugar, se infiere que una de las carencias del activismo feminista online, que podría reducir la efectividad de sus mensajes, es la falta de una estrategia comunicativa concreta, lo que las activistas entrevistadas no consideran imprescindible, aunque sí recomendable, especialmente para las feministas que trabajan de manera colectiva.

En cuarto lugar, sí se está llevando a cabo un proceso de mesomobilización, en el que la cooperación entre el activismo feminista online y el offline es necesaria para conseguir cambios reales en las decisiones políticas y sociales, sorteando así las limitaciones que causa la brecha digital y la posible creación de una burbuja virtual.

La quinta y última conclusión es la que nos lleva a afirmar que el activismo feminista online no tiene, en general, el objetivo de influir en la agenda mediática. Lo que pretende es hacer reflexionar tanto a la sociedad como a los medios, que no cumplen su función didáctica en materia de feminismo y cuyo tratamiento informativo responde a una estructura de poder heteropatriarcal.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Andrews, M. (2006). *The persistence of ethics and the search for solidarity: feminist internet spaces in Spain*. School of Advanced Study. London.

Balka, E. (1996). Women and computer networking in six countries, *The Journal of International Communication*, 5, 66–84.

Cammaerts, B. (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European journal of communication*, 27(2), 117-134.

Casero-Ripollés, A. (2015). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 535-550. Recuperado de

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/149107/70872.pdf?sequence=1>

Castaño, C. (2008). *La Segunda Brecha Digital*. Madrid: Editorial Cátedra.

Castells, M. (1998). *The information Age: Economic, society and culture*. Cambridge: Blackwell.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Danitz, T. y Strobel, Warren P. (1999). The Internet's impact on activism: The case of Burma. *Studies in Conflict and Terrorism*, 22, 257-69.

Dean, J. (1997). Virtually Citizens. *Constellations* 4(2), 264-82.

Dean, J. (2002). *Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy*. Ithaca: Cornell University Press.

Dean, J. (2004). *The Networked Empire: Communicative Capitalism and the Hope for Politics*. New York: Routledge.

Dean, J. (2005). Communicative Capitalism and the Foreclosure of Politics. *Cultural Politics* 1(1), 51-74.

Feliciano, A. y Mallavibarrena, M. (2010). ¡Socorro, quiero ser digital! Madrid: LID.

Friedman, E. (2003). ICT and Gender Equality Advocacy in Latin America: Impacts of a New Utility. *Feminist Media Studies*, 3, 356-60.

Funes, M. y Adell, R. (2003). Movimientos sociales: cambio social y participación Madrid: UNED.

Gajjala, R. y Ju Oh, Y. (2012). Cyberfeminism 2.0. London: Digital Formations.

Gurumurthy, A. (2004). Gender and ICTs. Overview Report. *Institute of Development Studies September, Bridge Development Gender*. Recuperado en <http://www.bridge.ids.ac.uk/reports/cep-icts-or.pdf>

Haraway, D. (1991). Simians, cyborgs and women: The reinvention of nature. New York: Routledge.

Haro-Barba, C.; Sampedro, V. (2011). Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura*, 8(2), 167-185.

Huyer, S. y Sikoska, T. (2003). Overcoming the gender digital divide: Understanding ICTs and their potential for the empowerment of women. *United Nations International Research and Training Institute for the Advancement of Women (INSTRAW)*. Recuperado de [http://nirapad.org.bd/admin/soft\\_archive/1308633754\\_Overcoming%20the%20Gender %20Digital%20Divide.pdf](http://nirapad.org.bd/admin/soft_archive/1308633754_Overcoming%20the%20Gender%20Digital%20Divide.pdf)

Javaloy, F., Rodríguez, Á. y Espelt, E. (2001). Comportamiento colectivo y Movimientos sociales. Madrid: Prentice Hall.

Johnston, H. y Klandermans, B. (1995). Social Movements and Culture. London: UCL Press.

Kember, S. (2003). Cyberfeminism and Artificial Life. London: Routledge.

Laraña, E. y Gusfield, J. (2001). Los nuevos Movimientos Sociales. Madrid: CIS.



López Díez, P. (2004) La mujer, las mujeres y el sujeto del feminismo en los medios de Comunicación. *Manual de información en género*. Recuperado de <http://www.mujaresenred.net/IMG/pdf/MujerMujeresSujetoFem.pdf>

McAdam, D.; McCarthy, J.; y Zald, M. (1999). *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Madrid: Istmo.

Melucci, A. (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mitchell, W. (2004). *Me++: The Cyborg Self and the Networked City*. Boston: The MIT Press.

Núñez Puente, S. (2008). From cyberfeminism to technofeminism: From an essentialist perspective to social cyberfeminism in certain feminist practices in Spain. *Women's Studies International Forum*, 31, 434-440.

Núñez Puente, S. (2011). Activismo y colectivos en red: praxis feminista y violencia de género. *Asparkía. Investigación feminista*, 22, 85-98. Recuperado de <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/600/511>

Núñez Puente, S.; Rubira García, R.; y Fernández Romero, D. (2013) La construcción del sujeto víctima de violencia de género en Youtube como acto performativo: estudio del activismo online desde el análisis multimodal. *Cuadernos Kóre. Revista de historia y pensamiento de género*, 22, 179-199.

Núñez Puente, S.; Rubira García, R.; y Fernández Romero, D. (2014). Usos políticos y activismo feminista de las páginas web sobre violencia contra las mujeres en España: una visión a partir de las potenciales usuarias. *Fonseca, Journal Of Communication*, 8, 70-85.

Núñez Puente, S. (2016). Ciberactivismo contra la violencia de género: fetichismo tecnológico e interactividad. *Feminismo/s*, 177-195. Recuperado en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61269/1/Feminismos\\_27\\_10.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61269/1/Feminismos_27_10.pdf)

Peña, P. y Pascual, A. (2013). Redes sociales en la radio española. Facebook, Twitter y Community Management. *ZER*, 18(35), 123-144.

Plant, S. (1997). *Zeros and Ones: Digital Women and the New Technoculture*. London:

Fourth Estate.

Reverter Bañón, S. (2009). El ruido de la teoría feminista. *Cuadernos Kóre*, 1(1), 53-68.

Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: The MIT Press.

Robins, K. (1996). *Into the Image: Culture and Politics in the Field of Vision*. New York: Routledge.

Robles, J. (2002). *El reto de la participación. Movimientos y organizaciones: una panorámica comparativa*. Madrid: Antonio Machado Editorial.

Scott, A. y Street, J. (2004). *From media politics to e-protest? The use of popular culture and new media in parties and social movements*. London: Routledge.

Slouka, M. (1996). *War of the Worlds: Cyberspace and the High-Tech Assault on Reality*. New York: Basic Books.

Touraine, Alain. (1997). *¿Podremos vivir juntos? La discusión pendiente: el destino del hombre en la aldea global*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Wajcman, J. (2004). *Technofeminism*. London: Polity Press.

Zizek, S. (1997). *The Plague of Fantasies*. London: Verso.

Zizek, S. (1999). *The Ticklish Subject*. London: Verso.

Zizek, S. (2001). *Enjoy Your Symptom*. New York: Routledge.

## **Anexo I: Cuestionario**

### **1º BLOQUE: OPORTUNIDADES Y RIESGOS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL ACTIVISMO POLÍTICO**

- ¿Creéis que las herramientas que ofrece Internet y las redes sociales son útiles para el activismo?
- ¿Diríais que las usuarias son activas o pasivas? Es decir, ¿hay feedback e intercambio de papeles emisor/receptor, o es una comunicación unidireccional?
- ¿Creéis que en el espacio virtual se crea un clima de confianza y seguridad para las usuarias?
- ¿Cuáles son las principales limitaciones y/o riesgos al utilizar las TIC para el activismo político?
- ¿Creéis que el activismo online es activismo real? Es decir, ¿tienen los mensajes emitidos por las activistas feministas online consecuencias de cambio social?

### **2º BLOQUE: ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DE LAS ACTIVISTAS FEMINISTAS ONLINE**

- ¿Creéis que es importante llevar a cabo una estrategia comunicativa concreta?
- ¿Qué temas funcionan mejor a la hora de conseguir impacto social?
- ¿El activismo feminista online funciona de manera autónoma, o en conjunto con acciones offline?
- ¿Tenéis un público objetivo concreto? ¿Lleváis a cabo diferentes estrategias comunicativas dependiendo del público al que os dirigís?
- ¿Creéis que con las estrategias comunicativas utilizadas conseguís llegar a las mujeres que son o hayan sido víctimas del machismo?

### **3º BLOQUE: RELACIÓN ENTRE ACTIVISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

- ¿Creéis que el activismo feminista es necesario porque los medios no cumplen su función en este campo?
- ¿Pretendéis influir en la agenda mediática?
- ¿Qué temas tratados desde el activismo feminista online tienen más repercusión en los medios convencionales?
- ¿Tienen eco en los medios de comunicación los recursos de ayuda, asistencia y prevención para las mujeres?

# **Online feminist activism as an element of political activism: opportunities, risks, communicative strategies and media relationship**

Line A: Introduction to research

PE0932 Final Degree Thesis

Student: Lluçh García Garay

Tutor: Andreu Casero-Ripollés

Academic course 2016/2017

Degree in Journalism

## **Introduction**

Online feminist activism is a booming phenomenon in the current political landscape, and the behaviour of Spanish society and its political decisions cannot be understood without it. Feminist activism has existed for centuries, but since the explosion of the Information Society the situation has changed radically. The expansion of the use of ICT has led to a scene in which practically every Spanish citizen, without forgetting the digital division that still exists, has access to information, spaces for debate and participation.

With this, the use of social networks has been extended not only to citizens, but also to those political actors who use online communication to spread their contents. Amongst these are feminist activists, who through social networks such as Facebook and Twitter are achieving the social relevance they previously lacked. Now, they influence daily users that consume this kind of content and, therefore, they influence the political decisions of the whole society.

For all this, it is necessary to approach this issue and analyse main advantages and major risks of using the Internet and social media to make political activism and, specifically, feminist activism. In addition, it is interesting to study which communicative strategies these activists use, if they do so, and why; if they manage to reach their target audience and if they get real changes that go from virtual space to real life.

On the other hand, it is clear that the traditional media has never taken into account feminist ideology and the information they give is not in line with the equality between men and women. But now that feminist activists work is becoming so popular, it is important to study if this situation is changing.

Therefore, this paper will also analyse the role of online feminist activists in this media scene, if they are carrying on or not with the work that traditional media should do and whether there is contact between both of them or, conversely, they work in parallel.

## **Methodological design**

For the study of online feminist activism, its possibilities and limitations, its communicative strategies and its relationship with conventional media, a qualitative research technique based on in-depth interviews has been used. The

usage of this kind of methodology has been useful, because it has helped to find out the opinion of each activist based on their experience, and there are nine diverse interviewees, which is a considerable number that allows making conclusions. In fact, all works addressing similar topics have used the same methodology, because it is the best way to find out coincidences and disagreements between the interviewees activists.

In order to fully analyse the functioning of online feminist activism, we have interviewed activists who respond to two profiles: those who work individually and those who work collectively. These two profiles are the ones that can be found on social networks and they work in different ways, so they can be representative of the general functioning of online feminist activism in Spain.

From a total of nine interviewees, there are four women who practice individual feminist activism: Alicia Murillo, Barbi Japuta, Jessica Fillol and Pilar Guerrero, and five groups: Fundación Mujeres, Proyecto Kahlo, Locas del Coño, Equiláteras y Asamblea Panteras. Both Alicia Murillo and Jessica Fillol have profiles on social media and websites with their own name; Barbie Japuta uses this pseudonym in all its accounts and does not leave anonymity; and Pilar Guerrero appears both on Twitter and on his website under the name Feminismos.

As feminists who work in a group or collectively, we find in the first place Fundación Mujeres, a non-profit non-governmental organization that works for equal opportunities and rights between men and women, both offline and online, with a website, a Facebook account and a Youtube channel. Secondly, Proyecto Kahlo is a collaborative feminist magazine, also with Twitter, YouTube and Facebook accounts, which works for the empowerment and representation of diversity. Thirdly, Locas del Coño is a collective that works mainly in social networks, although they are also very active in its website; they address current issues related to inequality of rights and discrimination against women under the motto "sorority as a feminist self-defence". And finally, Equiláteras is a transfeminist association that, although they also practice their activism in the streets, their fight is focused in social media, specifically in Twitter, Facebook, YouTube and its web page.

The procedure of this technique has been the following: after contacting feminist activists via e-mail and private messaging on social networks and reporting the

goals of the work, interviews were conducted with a total of nine activists. The interviews were conducted between May and June 2017 via phone, because of the impossibility to do them in person due to geographical reasons and the option of recording and storing the calls helped to develop this process. The interviews lasted between 25 and 35 minutes, were recorded and later transcribed using an online website where you can slow down the audio so it is easier to transcribe.

An *ad hoc* questionnaire has been used that includes three thematic blocks: the possibilities and risks of using ICTs for feminist activism within political activism, their communicative strategy and the relationship of feminist activists online with traditional media (television, radio and printed press). It is a semi-structured questionnaire, with a previously established script, in which each thematic block has an average of five questions, and with the possibility of variations depending on the course of each interview.

## **Results and conclusions**

The results from this investigation are divided in three blocks that conform the questionnaire used in the interviews.

In the first block, the one related to opportunities and limits or risks of using Internet and social media for feminist activism, has a few coincidences. First of all, the interviewees agree on the fact that the main advantage of practising online feminist activism is the reach and spread that the issued messages can achieve.

Let's not forget the digital breach, which still leaves a lot of Spanish women without online access, but nevertheless, feminist messages can be received by anyone with internet connection, which implies the chance to make way larger impact in comparison to offline actions.

Also, interviewees also believe that one of the advantages of online activism is it's free cost for the users; this means anyone with just internet connection can consume this content without extra costs.

Another of the issues addressed in this block has been the risks or limitations of using information and communication technologies. The interviewees have matched opinions about the fact that the highest risk they face with their activity

is exposure; meaning this a high chance of receiving threats and prosecution almost daily.

Interviewees also think that online feminist activism is real activism, this means, that it really does lead to social change because it raises awareness in users, which they consider the first step to take in a feminist revolution.

Last but not least, there is another coincidence in this block has aroused in relation to the next point: Does online feminist activism have the same reach and repercussion as online politic activism globally speaking? Every interviewee answered no to this, arguing that male chauvinism impregnates every field of Spanish society and therefore, its thematically more isolated. Nevertheless, all of them agree that the situation is really changing, and it is social media the tool helping and encouraging this model change.

In the second block, related to communicative strategies that online feminist activists follow, some coincidences can also be found. On one hand, interviewees assert that they do not consider indispensable following a particular communicative strategy, but they do consider it helpful, especially in cases where activists work in teams. The rest of them explain that they work mostly improvising, depending on the news.

On the other hand, they all agree that combining online and offline feminist praxis is necessary, specially in relation to the digital breach, because, they say, the only way to reach the totality of citizens is to go out and act on the streets.

Inside this block, the only question where different opinions were found has been the one related to the online feminist activists' target. The difference stands in the age bracket, which is from teenagers to people up to 30, but always women.

By last, in the third block, in relation to the relationship between the online feminist activists and the traditional media, a few coincidences were also found. Firstly, the interviewed activists believe they carry on with the work traditional media should do of dissemination of feminist contents. Also, they consider that the information treatment they do does not promote the opportunities and rights equality between men and women, so this task depends on them too.



Secondly, only one of the interviewees said she pretends to influence on the media agenda. The other eight believe that their work runs in parallel and they think one of their aims is neither to appear in the media nor attract their attention.

So to conclude, it has been really interesting to find out that, even though some aspect still need to be improved such as those related to communicative strategies, the sociopolitical scene in Spain is changing, and online feminist activists have something to do with it.