

Lo organizacional y comunicativo en un colectivo de mujeres colombiano

Silvia Cristina Caicedo-Muñoz¹; Dayanna Clavijo-Montenegro²; Karol Dayana Soto-Vargas³;

Recibido: 17/05/2023 / Evaluado: 25/10/2023/ Aceptado: 27/11/2023

Resumen. Este artículo se aproxima a la comprensión de la relación entre la estructura del mensaje y su incidencia en las formas de organización de un colectivo feminista colombiano.

Se utilizó el Análisis Crítico del Discurso y el Método Histórico Discursivo con una estrategia de análisis “*Temporal bracketing strategy*”.

Los resultados permiten afirmar que los elementos organizativos y de la comunicación, se basan en metáforas; pero, la relación entre la unidad textual del post en redes sociales y las acciones exógenas en términos de actividad política y social, son coherentes entre sí y constituyen una sujeta psicológica organizacional.

Palabras clave: Comunicación; análisis crítico feminista; discurso; organizaciones jurídicas; metáforas.

[en] Organizational and communicative aspects in a colombian women’s collective

Abstract. This article aims to analyze the impact of message structure on the organizational forms of a Colombian feminist collective.

The study employs the Critical Discourse Analysis and the Discursive Historical Method, utilizing the “*Temporal bracketing strategy*” analysis technique.

The study findings support the assertion that organizational and communication components are founded on metaphors. Moreover, coherence between the textual unit of social media posts and external political and social actions is evident, constructing an organizational psychological subject.

Keywords: Communication, critical feminist analysis, discourse, legal organizations, metaphors.

Sumario. 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Incidencia del feminismo en redes sociales. 4. Metodología. 5. Presentación y análisis de los resultados. 5.1. Hitos en la trayectoria de rjf organizacionalmente. 5.2. Es posible una sujeta psicológica organizacional en el contenido de las estrategias de R.J.F. 5.2.1. Elementos intersubjetivos. 6. Discusión de los resultados. 7. Conclusiones. 8. Referencias.

Cómo citar: Caicedo-Muñoz, S. C.; Clavijo-Montenegro, D.; Soto-Vargas, K. D. (2023). Lo organizacional y comunicativo, en un colectivo de mujeres colombiano, en *Comunicación y Género*, 6(2) 2023, pp. 113-128.

1. Introducción

Los colectivos feministas han incentivado el uso tecnológico en la implementación de nuevas estrategias de comunicación en función de transformar la conciencia política y ética a la luz de las condiciones de vida de las mujeres. Constituyendo una forma de organización de movimiento social que no es exclusiva de modo presencial y corpóreo, pues a través de las redes sociales con estrategias comunicativas, se da prelación a imágenes y comentarios, y también, se generan espacios de interacción con sus seguidores.

Actualmente el feminismo es considerado como ideología, como movimiento político, económico y

cultural que busca la igualdad y garantía de los derechos de la mujer y de los hombres (Duarte y García, 2016) con desarrollos diversos en el tiempo.

Como movimiento se remonta a los siglos XIX y XX, y estableció la Primera Ola del feminismo, caracterizada por acciones colectivas organizadas (Garrido, 2020) en defensa del movimiento sufragista y la lucha del reconocimiento del derecho de ciudadanía a las féminas. En los años 60’s se establece la Segunda Ola, con el Women’s Liberation Movement (WLM) en perspectiva de las teorías marxistas, que comprenden la sociedad como un sistema de sexos y clases sociales, y analizan el rol de las mujeres en las organizaciones políticas y la promoción de su pro-

¹ Universidad de San Buenaventura Cali
E-mail: sccaiced@usbcali.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1108-5305>

² Universidad de San Buenaventura Cali
E-mail: dclavijom@correo.usbcali.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1456-3341>

³ Universidad de San Buenaventura Cali
E-mail: kdsotovargas@usbcali.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9905-4396>

pio movimiento de liberación (Gutiérrez y Luengo 2011). Centrándose en

la lucha por la igualdad absoluta, la sexualidad libre, la denuncia de la invisibilidad del trabajo doméstico y de los estereotipos sexistas, [...] planteando entonces que «lo personal es político». [...] Las principales corrientes que surgieron en los años 60 y 70 fueron el feminismo liberal, el feminismo radical y el feminismo socialista; que surgieron como respuesta a diferentes objetivos, elementos de análisis, y diagnóstico sobre las causas de opresión de las mujeres (Garrido 2020: 487).

Por lo anterior “A partir de los años setenta hay que hablar de feminismos, y no de feminismo como un solo movimiento o una sola corriente de pensamiento” Freedman y Wilson (2006, citado por Gutiérrez y Luengo 2011, p. 339) y de otra parte, ubicar históricamente la Tercera y Cuarta Ola del feminismo pues son hitos para la investigación. La primera Ola, inició en los años 90’s, y según Garrido (2020) se caracterizó por:

Romper con el statu quo femenino extendiendo la idea de que el feminismo no es un movimiento homogéneo y no existe una sola idea de mujer. [...] se defiende la idea de que las mujeres no se ven atravesadas por un único tipo de desigualdad, sino que se da una intersección entre diversas condiciones (clase, raza, género, etc.), y se comienza a hablar de «interseccionalidad» (p. 487).

Mientras que la cuarta Ola, ubicada en 2017 con el movimiento #MeToo y #8M, establece nuevas demandas, al considerar las problemáticas personales como públicas, otorgando legitimidad, transversalidad y masividad. Eso desde el punto de vista organizativo, implicó el uso de otras formas de reivindicación como el performance en las manifestaciones, el rol relevante del internet y las redes sociales (Garrido, 2020).

Se constituye una comunidad virtual interconectada por un nuevo medio, a través de tres acciones, «información-interpretación-comunicación», las cuales modifican las condiciones de vida y su sentido. De allí que, el ciberfeminismo pretende ser un espacio para las mujeres (Guil, 2010) y representar la promesa del post feminismo, un área de experimentación entre la teoría y el activismo con la expresión artística; un espacio mixto de pensamiento, imágenes, escritura, publicidad y comunicación, para representar simbólicamente lo femenino, la identidad y el sexo.

En Colombia, algunas organizaciones feministas han adoptado la estrategia de concientización política por medio de las redes sociales, tal como lo hace la Red Jurídica Feminista RJF, que en su perfil Instagram de manera interdisciplinar, diferencial y de género busca fortalecer y difundir información jurídica para las mujeres y atender mujeres víctimas de

violencia; y la formación feminista y producción de conocimiento.

En este sentido, la pregunta de investigación es ¿Cómo las estrategias comunicativas configuran el ciberactivismo de La Red Jurídica Feminista RJF, a través de sus redes sociales desde el análisis crítico del discurso?, y las preguntas secundarias son: a) ¿Cómo son los aspectos sociopolíticos del simbolismo colectivo de la RJF, en el contenido gráfico y escrito de las imágenes usadas en las estrategias de comunicación de Instagram?, b) ¿Cómo son los posts del perfil de Instagram de RJF, en color y temas abordados en la unidad textual, desde el método histórico discursivo? y c) ¿Cuál es la sujeta psicológica organizacional de la RJF en sus limitaciones intersubjetivas y la integración de la identidad del sí mismo?.

Metodológicamente, se apela al análisis crítico del discurso, pero considerando que la organización RJF tiene valores feministas, se usa en particular el enfoque denominado Método Histórico Discursivo de Wodak (2009).

La investigación permite afirmar que se evidencia una relación entre la unidad textual del post y las acciones exógenas en términos de actividad política y social, de hecho, a través de las imágenes, interacciones y publicaciones, se identifican características de quienes integran la organización. Este último aspecto posibilita plantear que el estudio de organizaciones de tal naturaleza y sus procesos políticos se asocian a una forma particular de sujeto, que es organizacional y con ciertos rasgos psicológicos asociado a metáforas de la comunicación de Putnam *et al.*, (1996) como; metáfora del símbolo, de la voz y del discurso, dando lugar a lo que se ha denominado sujeta psicológica organizacional.

2. Estado de la cuestión

La literatura alrededor de las estrategias comunicativas que configuran el ciberactivismo de mujeres feministas en redes sociales, plantea la relevancia de la comunicación social en el fenómeno, aludiendo directamente al contenido, la ilustración y al mensaje transmitido. Sin embargo, se evidenció una brecha en términos de los aportes que puede hacer la psicología a entender cómo la estructura del mensaje incide en la forma organizativa del colectivo.

En primera instancia, en cuanto al uso de las TIC’s por mujeres, autores como Esquivel (2019), mencionan que el desarrollo de protestas realizadas por los movimientos feministas a través de internet y redes socio-digitales internacionalmente, se basan en una estructura cognitiva no espontánea producto de un constante proceso de organización colectivo y discursivo en la esfera pública. Por tanto, constituye un movimiento digital, social y global que configura nuevos imaginarios desde el razonamiento feminista para nombrar lo que es invisible a través de la auto vinculación y la auto-organización.

Además, la sororidad transita del espacio online al offline, debido a que la comunicación entre mujeres feministas resulta por la necesidad de ayuda del colectivo, pues se materializa en publicaciones con «pedido de ayuda», y fomenta la interacción entre las integrantes del grupo (Díez, 2020). De tal manera que los lazos entre los participantes del colectivo son relevantes pues generan una gama de soluciones con diversas perspectivas ante los retos, y favorecen vínculos solidarios fundados en la motivación y el empoderamiento personal (Tibaduiza, 2018).

En este sentido, los medios digitales funcionan para conectar a las niñas con el feminismo y con otras feministas en contextos locales y globales, pues los feminismos jóvenes emergentes parecen estar instando a la inclusión, en sintonía con los feminismos y con prácticas que difuminan el off y el online (Jackson, 2018).

Así, el valor del activismo on line en la promoción de solidaridad colectiva, recae en la eficacia para favorecer o reforzar la autonomía a nivel macro (independencia del movimiento con respecto a otros movimientos e influencias sociales, políticas, económicas) y a nivel micro (autonomía del movimiento), como sucedió con los movimientos #Yositecreo o el #8M han servido para poner fin a décadas de apatía participativa (Larrondo *et al.*, 2021).

El ciberactivismo como un movimiento colectivo en línea, emplea técnicas como: encuestas, blogs, memes, periódicos y perfiles digitales, redes sociales, entre otros, para visibilizar la transformación del género en la tecnología (Falla, 2014). Esto es en realidad, la cuarta ola que, enuncia la diversidad ideológica de los feminismos online como formas de protesta virtual y artística plurales y amplias con discursos independientes provenientes del activismo, en la academia y en la vida cotidiana de mujeres (Tino-co, 2017).

Adicionalmente, algunos autores señalan que el éxito del movimiento “Ni Una Menos” se debe al uso estratégico de tecnologías digitales y plataformas, los mecanismos organizativos internos y las características socio-institucionales del grupo de feministas (Accossatto y Sendra, 2018), por ejemplo, los tweets #MeToo que clasificaron los contenidos según el tipo de mensaje: a) autorrevelación, este detalla experiencias individuales de acoso sexual y asalto; b) de apoyo dirigido a las personas que participan en el movimiento #MeToo y la organización, y, c) desagradables que incitan al mal comportamiento (Drewett *et al.*, 2021). Pero también puede generarse un escenario contradictorio en Internet, como es el caso de la Huelga de Mujeres de 2019, que, debido al contenido del movimiento y la estructura, Twitter no pudo identificar o bloquear posiciones adversas o didencias en el discurso transmitido (Calvo *et al.*, 2021).

Otro aspecto en la relación off y online es que mucha información compartida en redes sociales solo está disponible para participantes activos, y la accesibilidad a plataformas incide en la no visibilización

y divulgación de las actividades de las jóvenes feministas, por ende, muchos emplean Facebook, Twitter o blogs en sus actividades políticas por su bajo costo y flexibilidad (Schuster, 2013).

Respecto a las estrategias comunicacionales en el ciberfeminismo, se considera que el feminismo tiene una amplia presencia en Internet (Fernández *et al.*, 2011) pero la acción online es un complemento de las actividades offline. Entonces el feminismo está limitando el rol del Ciberfeminismo, metafóricamente, al de una correa de transmisión, de las iniciativas offline, afectando el potencial derivado del activismo en la red.

No obstante, la interconexión en red permite que las redes sociales sean un instrumento de aprendizaje colaborativo, socialización de información y educación de sujetos ajenos al feminismo, y la configuración de diversos modos de organización y movilización de empoderamiento comunitario (Gas, 2019). Tales modos de organización, en ocasiones generadas por fuera de la actividad empresarial y estatal, está compuesta de personas con un conjunto de normas bajo determinados fines:

Las organizaciones provenientes de la sociedad civil son unidades sociales, que se configuran en diversos escenarios como el barrio, la comunidad, etc. Y que sugieren la existencia de un tipo de acción colectiva racional, que tiene una intencionalidad y que visibiliza las demandas. Estas organizaciones de la sociedad civil son las que van a nutrir o impulsar la conformación de movimientos sociales y acciones colectivas (Cuesta, 2016: 25).

En este sentido, la facilidad de interacción y relación entre personas con los mismos intereses están consiguiendo que la web se convierta en un campo de lucha, protesta y reacción; un instrumento idóneo para la reunión y la sociabilización, con determinadas narrativas.

Las narrativas transmedia, intentan trasladar su mensaje por todas las plataformas a su alcance (Hernández *et al.*, 2021). Luego, los mensajes no pueden atribuirse a una única voz, sino a una creación colectiva propia de la cultura del remezcla, posibilita hablar de un discurso polivocal desde las subjetividades, de un proceso de empoderamiento y de la autonomía social del movimiento. La propagación de los contenidos y las estrategias de acción utilizadas, como elementos esenciales de las narrativas y la organización transmedia, evidencian la amplificación de los mensajes del movimiento feminista.

De hecho, el contenido digital de la campaña por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito en Instagram estableció una relación directa entre seguidores; las experiencias de socialización basadas en imágenes y videos constituyeron identidades visuales; y, se modificó el uso hashtags a estrategia de comunicación para circular la misma información en diversos lugares, conectar usuarios de otras redes y, potenciar

el alcance de las publicaciones (Acosta, 2020). Las fotografías difundidas como acción ciberfeminista en redes sociales como Instagram son un material discursivo que simboliza un movimiento insurgente, a los sujetos y los cuerpos como categorías semióticas que constituyen nociones atravesadas históricamente por la lucha de las mujeres; y la interseccionalidad se constituye en un factor distintivo al ser representativa y reivindicar el lugar de la mujer frente a las representaciones hegemónicas (Soglia, 2021).

Más aún, las gráficas feministas en Instagram diseñadas por ilustradoras profesionales emplean comúnmente equilibrio dinámico, métodos analógicos, trazos orgánicos y, especialmente, el color violeta (o tonalidades similares) en las creaciones plásticas. El mensaje frecuentemente usa signos lingüísticos, con elementos tipográficos manuscritos en la pieza (destacando entre ellos el papel de anclaje) o a través de la descripción externa, que refuerza el significado de ilustraciones menos explícitas. Con una hegemonía de los niveles figurativos o abstractos, prevalece el rol representacional para, presumiblemente, transmitir significados inequívocos al receptor (Suárez *et al.*, 2021).

Desde esta perspectiva, en el universo de la gráfica feminista, se prefiere a la mujer como protagonista del mensaje individual y colectivo, acompañada del Símbolo de Venus, el puño en alto o los motivos florales. El análisis de los signos lingüísticos e icónicos revela el predominio de conceptos vinculados a la necesidad de protesta, sororidad y empoderamiento, frecuentemente con un tono de fuerza, confianza y optimismo sobre el futuro.

La mujer es protagonista y se empodera en el contenido de las ilustraciones y el discurso feminista en Instagram, (Chávez *et al.*, 2021). El carácter visual de Instagram favorece el uso de dibujos y el trabajo de paletas de colores; así, la semiótica visual de los movimientos feministas on line usan signos en las publicaciones y responden a un carácter juvenil que rompe tabúes, pero con colores (morado y verde) asociados a una preconcepción de lo femenino. A su vez, en las ilustraciones se destacan: la sexualidad femenina, el clítoris y variedad de cuerpos femeninos.

Todo lo anterior, ubica la literatura en diversas perspectivas como; la psicología, antropología y lingüística, dando lugar a una interdisciplinariedad en términos de lingüística, semiótica y TIC's. Los artículos descritos en este acápite responden a una mirada de la comunicación social, en la cual se alude al contenido, a la ilustración y al mensaje transmitido. Sin embargo, se evidenció una brecha en los aportes de la psicología para entender cómo la estructura del mensaje incide en la forma organizativa del colectivo, y también en la literatura con respecto a los movimientos feministas en plataformas tecnológicas en Colombia, de esta forma la investigación tiene como pregunta de investigación ¿Cómo las estrategias comunicativas configuran el ciberactivismo de la Red Jurídica Feminista a través de sus redes sociales des-

de del análisis crítico del discurso? usando el método histórico discursivo.

El objetivo principal es analizar las estrategias comunicativas que configuran el ciberactivismo de la Red Jurídica Feminista a través de su red social Instagram, desde el análisis crítico del discurso. Para ello se caracterizan los aspectos sociopolíticos del simbolismo colectivo de la Red Jurídica Feminista, en el contenido gráfico y escrito de las imágenes usadas en las estrategias de comunicación de Instagram. Se analizan los posts del perfil de Instagram de la Red Jurídica Feminista, en cuanto al color y los temas que han sido abordados en dicha unidad textual desde el método histórico discursivo y se determina el sujeto psicológico organizacional en sus limitaciones intersubjetivas y la integración de la identidad del sí mismo.

3. Incidencia del feminismo en redes sociales

La Según Fiss (1995) el feminismo, es el grupo de creencias e ideas que pertenecen al amplio movimiento social y político que pretende alcanzar una mayor igualdad para las féminas. Así entonces, como ideología dominante, da forma y dirección al movimiento de mujeres, quienes buscan igualdad en todas las esferas de la vida y utilizan una amplia gama de estrategias para alcanzar este propósito. A lo cual se agrega que los movimientos sociales hacen parte de la participación política, social y comunitaria, pues ubican la acción colectiva dentro de un marco sistémico; los movimientos sociales constituyen parte de la lucha de clases, razas y géneros, es por ello que mediante estos se busca que el ser humano sea escuchado a través del activismo on y off line por medio de la protesta, los plantones, las imágenes e historias publicadas en los sitios web, la educación transmitida a cada uno de los seguidores de sus perfiles en redes sociales, etc.

Siendo estas últimas una de las estrategias más utilizadas en la actualidad, pues resultan ser útiles para el movimiento feminista ya que devienen en un espacio de empoderamiento debido a su rapidez en la transmisión de la información, la facilidad de interacción, que comparten un eje común, la capacidad de organización y de asimilar información mediante diferentes modelos de aprendizaje Gas (2019). No obstante, a pesar de que los nuevos movimientos sociales hacen uso en mayor medida de los recursos digitales, estos no dependen exclusivamente de dichos artefactos, pues se conforman en la red, pero se legitiman en la calle; entretejiendo así la acción online y offline de la movilización (Rodríguez *et al.*, 2021). Por ello, como lo enuncia Melucci (1999, Citado en Rodríguez *et al.*, 2021) los ciber movimientos “han de ser analizados como construcciones sociales que redefinen, en la acción compartida, los significados de los diferentes elementos que componen la cultura de la comunidad donde se desarrollan” (p. 49).

El feminismo configura una identidad organizacional, con una forma de organización y de comunicación. La organización social co-construye comunidad con el sujeto colectivo desde el ser mujer y los intereses en común un cambio en las relaciones de género (Cuesta, 2016), logrando así una intencionalidad que desde Fuenmayor (2001, citado en Vivas *et al.*, 2015) se alcanza por relaciones y un sistema de actividades con un fin, integrados a las redes, que son en sí una forma de organización con constantes relaciones.

En este orden de ideas, cada movimiento social se construye a partir de la elaboración de una serie de símbolos, valores, rituales, lenguajes y mitos que contribuyen a configurar identidades sociales y psicológicas (Rodríguez *et al.*, 2021). Al respecto Yancey (1990 citado en Caicedo 2019) enuncia que la estructura interna de las organizaciones feministas no determinará la esencia feminista de sus integrantes, debido a que:

Muchas fueron creadas por movimientos sociales de liberación de la mujer; la organización feminista tiene metas, estrategias e ideologías feministas y valores en función de transformar la autoestima, la conciencia política, las habilidades y el conocimiento; proveer educación política y consejería; así como, generar cambio en el trato, oportunidades y condiciones de vida de las mujeres (p. 2).

La neutralidad del lenguaje en cuanto al género, en las organizaciones pueden favorecer una representación simbólica en el lenguaje que coadyuva y reafirma la masculinidad de las sociedades (Valdivieso 2017). Por lo tanto, el sociolingüismo feminista ha enfocado la valoración social del habla femenina de las mujeres, como asunto prioritario para disminuir la brecha de desigualdades de género y que debe ser revalorizado (Acuña, 2015).

Todo este recorrido permite situarnos en la teoría feminista posmoderna, la cual señala que el pragmatismo debería llegar a reemplazar la epistemología, para conocer las diversas formas en que nos entendemos unos a otros. Y sostiene que los nuevos discursos no pueden tener un solo punto de vista, un sujeto universal, o ser un único camino para la liberación y la felicidad (Piedra, 2003). En tanto se debe reconocer la pluralidad de las necesidades y vivencias de las mujeres, pues si bien pueden enfrentarse o compartir situaciones comunes, no significa que las mujeres responden a una sola naturaleza (Nicholson, 1990).

3. Metodología

Esta investigación de tipo hermenéutico se basa en el análisis crítico del discurso (ACD), de una organización denominada Red Jurídica Feminista (RJF); se selecciona porque: es integrada por mujeres, se declara ciberfeminista, con presencia permanente

desde el año 2020 en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, tiene enfoque multidisciplinario, heterogéneo y de género promoviendo y difundiendo información sobre la legislación para las mujeres y el cambio de las percepciones sobre los aspectos éticos y políticos de las condiciones de vida de las mujeres.

Dado que el discurso debe ser estudiado preferentemente como constituyente de su situación local, global y sociocultural, se debe observar y analizar en detalle sus posibles consecuencias: ambiente, participantes, roles comunicativos, metas, conocimiento relevante, normas y valores, o estructuras institucionales u organizacionales.

Por ello se usó la etnografía digital pues se trabaja con textos. El ACD (Van Dijk, 1999) permite captar mejor las formas de lucha por el poder en las sociedades democráticas, sin embargo, como es una organización feminista opositora a discursos sociales sobre la equidad de género y la desigualdad social se usó el método histórico discursivo (MHD) de Wodak (2001), que expone que la relación poder-historia-ideología se fundamenta en las interconexiones discursivas presentes en la construcción y perpetuación de estructuras de poder a lo largo del tiempo, pues desentraña cómo las narrativas y representaciones lingüísticas no solo reflejan, sino que también contribuyen activamente a la formación de ideologías. Estas ideologías, moldeadas por el discurso, actúan como marcos conceptuales que legitiman y refuerzan relaciones de poder específicas en diversos contextos históricos. De modo que, el lenguaje fusiona como una construcción social donde se replican protestas y prácticas sociales, y el discurso es estructurado por la dominación de ideologías de grupos de poder, e históricamente producido e interpretado, evidenciando las <huellas contextuales> que surgen del habla, en el lenguaje y la realidad pública y reflexiva de las mujeres.

Metodológicamente se revisó la literatura concluyendo que la comunicación social es predominante en este tipo de estudios, y, la importancia de entender cómo la estructura del mensaje incide en la forma organizativa del colectivo. Luego, se registró cada hito representativo de las publicaciones en el perfil de Instagram de la RJF. Por último, se analizó la organización en redes sociales con información de acceso público, de tipo documental.

Como estrategia de análisis, se definieron dos niveles. En el primer nivel de análisis con la estrategia denominada “*Temporal bracketing strategy*” (Langley, 1999), se descomponen los datos recopilados por períodos adyacentes sucesivos y aquellos eventos claves de manera longitudinal y transversal para la organización desde su primera publicación en la red Instagram (12 de marzo de 2020), y que responden a su naturaleza organizacional, acciones de incidencia y activismo jurídico en pro de los derechos de las mujeres en espacios políticos, judiciales y legislativos nacionales e internacionales de DDHH; así como cambios contextuales.

En el segundo nivel de análisis se usó la estrategia de “MHD” (Wodak, 2001) con los eventos entre sí, considerando las dimensiones históricas, políticas y psicológicas, para describir el rol de la organización en los procesos de identidad de las mujeres y sus relaciones; pues los discursos son abiertos e híbridos, y generan intertextualidad e interdiscursividad (Wodak, 2001).

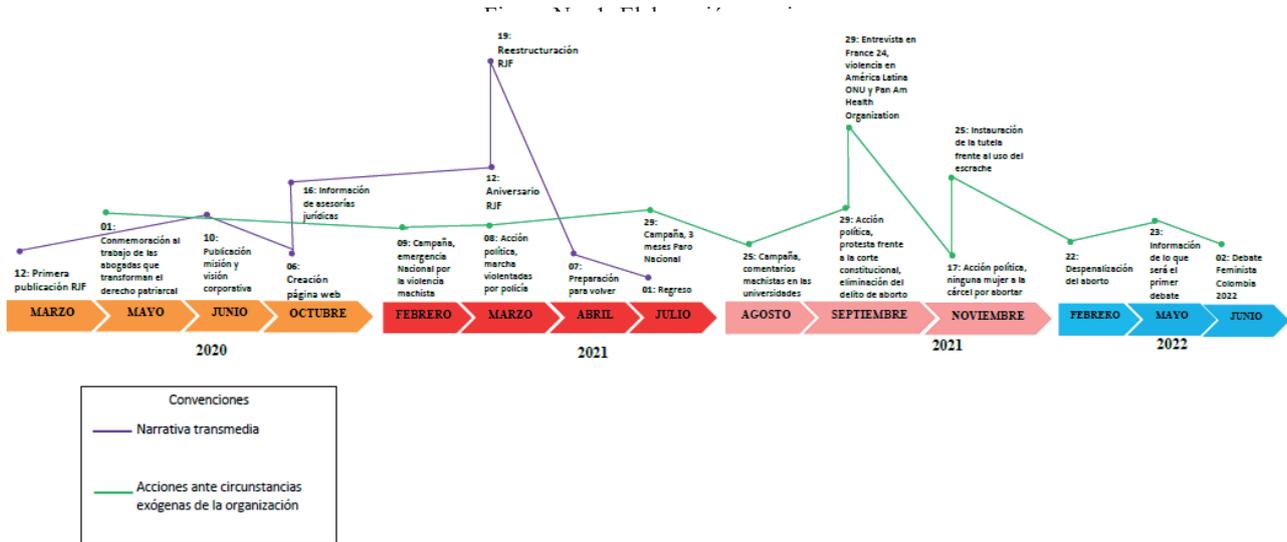
5. Presentación y análisis de los resultados

5.1. Hitos en la trayectoria de RJF organizacionalmente

Los hitos se definen a nivel micro a partir de las narrativas transmedia empleadas desde su identidad organizacional, caracterizando 8 eventos planeados por la organización que se relacionan entre sí y son representados en la figura No. 1, con una línea con-

tinua de color violeta. También a nivel macro, que alude a las acciones ante circunstancias exógenas a la organización, refiriéndose a los ejercicios políticos que hacen parte de su discurso, lo anterior da lugar a las 12 actividades que la RJF desarrolló ante organismos institucionales, públicos y/o privados, demarcados entre sí con una línea continua de color verde.

Lo anterior se clasifica en cuatro periodos de tiempo detallados en la figura No. 1. Es necesario mencionar que el periodo comprendido entre octubre del 2020 a febrero del 2021 al igual que julio del 2021 a agosto del 2021, no están representados gráficamente, pues se presentó un ciclo de inactividad en las redes sociales, así entonces, por criterios de selección se asumió el acceso a la información, y aquellos espacios en los que la RJF pone de manifiesto su activismo feminista, obviando post que hacen alusión a temas específicamente jurídicos.



En el primer periodo de la figura No. 1, las imágenes empleadas por la organización buscan comunicar información corporativa y su posición sociopolítica, con un discurso centrado en el feminismo, lo jurídico y los derechos. Al respecto de lo planteado por Van Dijk (1999), al ser usuarios del lenguaje, los saberes centrales inmersos en el discurso mismo de la RJF develan intereses del orden sociopolítico, impulsando la participación ciudadana, de las mujeres que

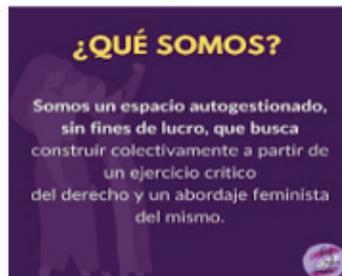
acuden a la RJF para solicitar servicios como, talleres de formación, asesorías jurídicas, y que responden a la forma en cómo se relaciona la RJF en los modos on y off line en términos organizativos. Asimismo, evidencian rasgos culturales del país en el cual tienen su acción pública como organización de la sociedad civil. En suma, el carácter crítico del primer periodo alude a la estructura formal de la organización en términos de visión, misión y valores de esta.

Grupo de imágenes No. 1

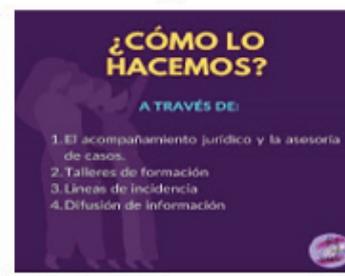
Img. 1



Img. 2



Img. 3



Img. 4



Img. 5



Img. 6



Img. 7



Img. 8



Tomado de @Redjuridicafeminista

En el segundo periodo aumentan los elementos simbólicos en la unidad textual, con efectos de su incidencia y movilización política, pero con acceso a la justicia. Uno de ellos, responde al <puño en alto>; imagen que es entendida entre los colectivos feministas como símbolo a la resistencia y la lucha contra el patriarcado (Kelly, 2012). En las imágenes el croquis de Colombia de color rojo expresa “luto por aquellas mujeres víctimas de feminicidio” (ver Img. 1), y en el pie de foto expresan que “[...]a las mujeres nos matan y el estado no hace nada. Nos declaramos en luto nacional, hasta que se tomen medidas efectivas para que no se dé un solo feminicidio o transfeminicidio más.” (tomado de @redjuridicafeminista, 9 de febrero, 2021).

Por otro lado, la violencia ejercida por la policía en la marcha del #8M en Bogotá y los tres meses de Paro Nacional, apuestan a la construcción de procesos judiciales justos, feministas y antipatriarcales, y a la politización de la sociedad en la dimensión ins-

titucional, haciendo un trabajo ideológico desde las estrategias comunicativas empleadas como forma de acción social, de acuerdo con el contexto que además otorga la propia estructura del discurso empleado. En este orden, se resalta el caption que acompaña la publicación de los policías “la ciudad cuidadora de @claudialopezcl violenta mujeres” (tomado de @redjuridicafeminista, 8 de marzo, 2021), ya que evidencia un discurso despectivo en contra del Estado y los gobernantes. Igualmente, en otras publicaciones se evidenció en la unidad textual, un cambio en su propia reestructuración y vuelta a la red social (imagen 4, 5 y 6) con un logo visualizable en sus publicaciones.

En suma, el periodo revela el inicio de su reestructuración como organización, lo que corporativamente se denomina rebranding; modificación de algunos elementos que identifican a una marca (Sordo, 2021), generando cambios de imagen e identidad, además, se presenta fortaleza en acciones públicas.

Grupo de imágenes No. 2

Img. 1



Img. 2



Img. 3



Img. 4



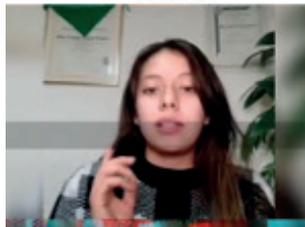
Img. 5



Img. 6



Img. 7



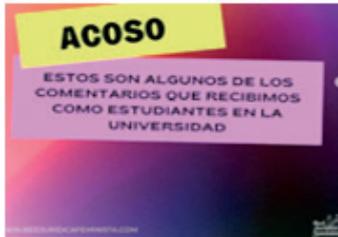
Tomado de @Redjuridicafeminista

Por su parte, en el tercer período aumentan las acciones políticas, respondiendo a circunstancias exógenas organizacionales, debido a mayor interacción con su comunidad on y offline en acciones colectivas contra la desigualdad social en los escenarios políticos y, alzando su voz y haciendo presencia en los mismos. Aquí, las estrategias comunicativas empleadas reflejan la intención del mensaje, otorgando un espacio para la reflexión en cuanto al control que ejercen otros grupos u organizaciones a la luz de las violencias bajo una instrumentalización del discurso social. Así entonces, estos aspectos sociopolíticos precisan su acción organizativa, permitiendo una conciencia colectiva manifiesta en sus redes sociales en contra

del poder, de manera que, los significados, opiniones e ideologías de un público cobran importancia y sentido en la estructura de la RJF. Por su parte Van Dijk (2002) concuerda con que “[...]el discurso, de muchas maneras, construye, constituye, cambia, define y contribuye a las estructuras sociales.” (p. 19). Es decir, se evidencian aquellas redes con otros colectivos, como el acompañamiento a Las Tamboras Insurrectas en la respuesta a la tutela del escrache, el reconocimiento global de su acción sobre la violencia en América Latina y la lucha de género gracias a la entrevista en France24, en compañía de ONU Mujeres y Pan Am Health Organization.

Grupo de imágenes No. 3

Img. 1



Img. 2



Img. 3



Img. 4



Img. 5



Img. 6



Img. 7



Img. 8



Tomado de @Redjurificafeminista

En el cuarto periodo se relaciona el texto, la acción y el contexto, en situaciones concretas como el aborto legal y las elecciones presidenciales en las que el discurso es más o menos controlado por hablantes poderosos desde sus propios géneros discursivos; políticos y legislativos. Sin embargo, la RJF como miembro de dicho género, enfatiza en la intencionalidad informativa y pedagógica de las situaciones, haciendo uso del propio discurso como una forma de acción social, pues “el contexto siempre puede interferir, reforzar, o por el contrario transformar, [...]” (Van Dijk, 1999: 28). La acción más representativa como organización es la juntanza con diversos colectivos nacionales orientados a las juventudes, la participación política, el medio ambiente, la comunidad LGTBIQ+, la autonomía económica, los derechos

sexuales y reproductivos, las mujeres migrantes y la paz, en la creación del primer debate feminista virtual abierto, en el cual se diagnosticaron las principales problemáticas de Colombia en compañía de los candidatos presidenciales. La relación entre discurso y sociedad es dialéctica pues la cultura se transforma o se conserva y desarrolla concepciones de las relaciones de poder (De la Fuente, 2001). Entonces, se observa la relevancia del colectivo, y la interseccionalidad, considerando que nos atraviesan violencias distintas y las luchas no se invalidan unas a otras. En este periodo la RJF en compañía de otros actores sociales y políticos, buscan a través de sus actividades organizativas contribuir a la construcción de ciudadanía activa y participativa.

Grupo de imágenes No. 4



Tomado de @Redjuridicafeminista

Así entonces, después de identificar asociaciones y plasmar las representaciones gráficas, es posible constatar que la RJF al publicar y enunciar cada suceso legal competente a los derechos humanos y transversales a los mismos, sucedidos en el pasado y el presente, buscan confirmar su compromiso con la creación en colectivo y la mediación pedagógica, por medio de mensajes cargados de sentido y significado que permite a sus seguidores leer críticamente la realidad contextual en la que se desarrollan, lo anterior desde aquello que las caracteriza como mujeres, abogadas y feministas, concibiendo así una correspondencia entre el mensaje en cuanto a su contenido, la propia identidad organizativa y el cómo se proyectan en la sociedad, generando identificación implícita y explícita de lo que buscan como colectivo en sus redes sociales y unidad textual, que genera posicionamiento político, disidente y opositor a aquellos discursos sociales hegemónicos, culturales e históricos sobre equidad de género y desigualdad social, evidenciando un deseo de cambio en la estructura institucional y legal de la historia de la mujer en Colombia interseccionalmente.

5.2. Es posible una sujeta psicológica organizacional en el contenido de las estrategias de RJF

El nivel 2 tiene por propósito establecer, a través del análisis de contenido, si es factible plantear el concepto de sujeta psicológica organizacional, el cual es una apuesta por hacer la lectura intersubjetiva de los sujetos que componen la RJF. Para ello, la forma en cómo esa sujeta representada en los post se relaciona con sus seguidores y los retos organizacionales son

transmitidos mayoritariamente a través de la palabra, es decir, no son la voz propia del mensaje, sino que este es transmitido a través de los posts en su perfil de Instagram, evidenciando con ello, unas limitaciones intersubjetivas con quien está escuchando, leyendo o viendo las publicaciones.

En esta dirección, se rescatan los elementos subjetivos que moldean los tipos de relaciones que configuran a RJF, la cual se encuentra mediada por un artefacto de la comunicación particular, el feminismo, que va dirigido a sus seguidores. Así como, los elementos intersubjetivos tales como; el contenido del post, la configuración de la identidad organizacional y la relación de esta con sus seguidores, y finalmente, la acción que se genera a partir de lo anterior. Todo esto, teniendo en cuenta que los posts de RJF son caracterizados mayoritariamente por imágenes y texto, que nos permite acercarnos a las sujetas que pertenecen a la organización, quienes comparten un mismo discurso, el cual se encuentra incorporado en su ontología.

5.2.1. Elementos intersubjetivos

Ahora bien, el primer elemento intersubjetivo responde al simbolismo, es la colorimetría feminista manifiesta en los tonos violetas y verdes de sus publicaciones, y la representación de mujeres unidas y de pie, tomadas de la mano y/o con el puño en alto, reflejando con ello los valores y creencias feministas que las permean. También la orientación formativa e informativa que caracteriza al mensaje: “En un fallo histórico la corte constitucional despenaliza el aborto hasta la semana 24” y “A propósito de la violencia

contra mujer, estuvimos conversando en @France24 sobre la situación de violencia en América Latina y la lucha en que nos encontramos. En el link de nuestro perfil van a encontrar la entrevista completa junto con @ONUMujeres y @opspaho” (Ver imagen 8, del grupo de imágenes 3). Por último, la imagen da lugar a la configuración integral de cada uno de sus posts en el perfil de Instagram a través del contenido jurídico y feminista que las caracteriza.

Por otro lado, el segundo elemento intersubjetivo alude a la Configuración de la identidad organizacional como RJF, a partir de las publicaciones de RJF pues, permiten identificar que hay una configuración de la identidad organizacional de ellas como RJF, que comparte valores como la sororidad, la corresponsabilidad y la ética. Así entonces, se evidencia un intento por comunicar el carácter de la organización, es decir, cada acción exógena en la que participa la RJF viene acompañada de un trabajo que permite generar vínculos que trascienden más allá de un espacio y tiempo determinado, reflejando con ello su sentido como colectivo, de acuerdo con el pasado, presente y el futuro en el que se proyectan. Por tal razón, es esa manera de disponer el lenguaje, la que le permite hacer uso de sus propios medios para emitir el mensaje, bajo los parámetros establecidos por ellas mismas; temas sociales y alianzas estratégicas con otros actores de la sociedad civil.

En este sentido, la identidad proyectada por la organización RJF se encuentra enmarcada en lo que tal vez podríamos llamar, a partir de esta investigación, activismo jurídico, entendido como aquella articulación entre los movimientos sociales y el derecho, produciendo entonces un impacto en la forma en que se interpreta y procesan los conflictos políticos, en la configuración del repertorio de acción de los movimientos, al igual que las estrategias de movilización de los mismos, dando lugar a una profesionalización del activismo (Vecchioli, 2011). La acción de la organización RJF genera movilizaciones históricas, sociales, políticas y/o jurídicas en pro de algunos derechos de las mujeres en perspectiva feminista, en las que progresivamente transforman ciertos escenarios económicos, políticos y jurídicos con una ética dis-

tintiva, permitiendo darle sentido y lugar a un discurso compartido entre las integrantes de la RJF (abogadas y estudiantes de derecho).

Un ejemplo de ello obedece al debate feminista realizado el 2 de junio del 2022. Destacan dos notas al pie en sus posts que afirman que es: “Un trabajo que realizamos entre muchas organizaciones de mujeres y LGTBIQ+, para llevar a los candidatos que pasen a segunda vuelta, los temas que consideramos transversales y prioritarios para nosotras y nosotres” (tomado de @redjuridicafeminista, 23 de mayo 2022) aludiendo a “Es vital que todas y todes conozcamos las propuestas de quienes aspiran a dirigir el país para garantizar nuestros derechos” (tomado de @redjuridicafeminista, 6 de mayo 2022). Además, la RJF ha establecido un espacio seguro y participativo que aborda conscientemente las violencias históricamente sufridas por las mujeres en Colombia, “nuestra apuesta es romper con las estructuras patriarcales que enmarcan la formación y el ejercicio jurídico a través del acompañamiento de casos, difusión de información y formación jurídica feminista” (tomado de @redjuridicafeminista, 10 de junio 2020). Esto coincide con Fairclough y Wodak, (2000) que afirman que “la vida contemporánea es reflexiva en el sentido de que las personas modifican radicalmente sus prácticas –su modo de vida– como resultado de los conocimientos y la información que adquieren sobre dichas prácticas” (p. 370).

Dada esta situación, se presentan transformaciones culturales generadas en sus seguidores que constituyen el tercer elemento intersubjetivo, pues los posibles cambios culturales que se pueden generar en sus seguidores se dan por el acceso a los comentarios realizados o el uso repetitivo de los emoticones de corazones verdes y morados, aplausos, puños y fuegos en la mayoría de los comentarios accedidos; así como en la expresión y concreción de asesorías y en voluntariado.

Eso evidencia que entre los seguidores hay una reacción de reflexión, atracción y agrado hacia el contenido transmitido, representado en comentarios como:

osoriocoronado 51 sem
 Importantísima la mirada sobre en instrumentalización de los discursos feministas, particularmente en época de campañas electorales. 🙏🙏🙏
 Responder Enviar Ver traducción

agrodescendiente 89 sem
 La mujer policía es un instrumento de este gobierno genocida y patriarcal.
 Responder Enviar Ver traducción

barcoprada 93 sem
 🙄🙄🙄 Este Sistema Patriarcal, Misógino, Racista, Clasista, Elitista, Colonial, Excluyente más temprano que tarde se caerá!!!. 🙏💜💚
 Responder Enviar Ver traducción

megdebayle191091 39 sem
 Ya veo mucha desinformación en todo lado! Hay que recordarle a todo el mundo que el aborto en Colombia no tiene límite de tiempo y que la mayoría de abortos se practican en las primeras 12 semanas....
 💚💚💚💚💚 lo de las 24 semanas es hermoso porque le da el tiempo a la mujer de que acceda a la práctica con tranquilidad, sin presiones y sin trabas 🇨🇴💚

Tomado de @Redjuridicafeminista

No obstante, se identifican comentarios opuestos en los que la audiencia cuestiona la información pro-

porcionada y expone sus perspectivas, como se evidencia en los siguientes comentarios:

icrulez 29 sem
 ¿O desde cuando las mujeres tenemos que luchar por nuestros derechos y además luchar por los n+1 colectivos, disidencias, comunidades que existen en el mundo?
 Responder Enviar Ver traducción

zulortiz17 89 sem
 Para generar contenido e influenciar deberían analizar muchas fallas que hay en este vídeo... No están transmitiendo lo correcto.

icrulez 29 sem
 La lucha feminista es por y para las mujeres, dejen de matar otras luchas que nada tienen que ver con nuestros derechos y con la agenda feminista. Feminismo no es lo Avengers y no vamos, ni tenemos por qué, salvar ni luchar por otros sectores que también sufren violencias. Ellos tienen su propia lucha LGB y su propia agenda, respetenla también.

Tomado de @Redjuridicafeminista

Lo expuesto por Putnam, *et al.* (1996) sobre las siete metáforas de la comunicación y de la organización, se agrega que la RJF se alinea con el constructo de la metáfora como símbolo, donde la comunicación actúa como elemento de creación, conservación y transformación de significados. La comunicación se integra como parte de un proceso representativo, donde lo simbólico actúa como figura y la interacción como fondo, de manera que el lenguaje, intuición, producción e interpretación de ideas dan sentido a su vida. (Putnam *et al.*, 1996). En consecuencia, la RJF considera importante que sus publicaciones sean inteligibles, razón por la cual la difusión de sus mensajes en términos de unidad textual se planifican estratégicamente.

Considerando lo expuesto, se identifican dos elementos observables que configuran la metáfora del símbolo en RJF, asociados a signos y símbolos en

sus estrategias comunicativas con significado para la imagen pública de su feed como feministas en perspectiva jurídica. El primer elemento es el uso de diversos colores en la unidad textual según la temática, destacándose

el violeta y el verde. Estos colores aluden a significados tradicionales otorgados a los movimientos feministas y a las propiedades psicológicas asociadas, el violeta simbolizando la soberanía y la “sangre real” de cada mujer y su conciencia de libertad y dignidad, mientras que el verde, es símbolo de la esperanza en un nuevo inicio (Heller, 2008).

Un segundo elemento, corresponde a los aspectos visuales de identidad relacionados al símbolo de la dama de la justicia, que representa el sistema legal y los principios de justicia e igualdad, con un cambio en la posición de la venda en los ojos por una pañoleta portada en el cuello, símbolo de la lucha feminista.

Lo cual, corresponde a una característica compartida entre la metáfora del símbolo y el método histórico discursivo, pues en este último se hace presente la intención de transmitir una señal y/o mensaje distintivo, comprensible solo para aquellos lectores familiarizados con los elementos a los que hace alusión, y que se representa en la unidad textual. (Fairclough y Wodak, 2000).

La RJF no solo se ajusta a la metáfora mencionada, sino que también actúa como una organización que desarrolla procesos destinados a fomentar la despatriarcalización del lenguaje, como indican Putnam *et al.* (1996, traducción propia).



Esta metáfora centra nuestra atención en la capacidad de los miembros para hacer oír y comprender sus experiencias; en la existencia de un lenguaje de expresión apropiado; en la disponibilidad de ocasiones para hablar; en la disposición de los demás a escuchar; y en los valores, estructuras y prácticas que reprimen la voz (p.15).

La RJF trasciende la definición de la metáfora del símbolo, y genera una metáfora de la voz. Además, se establece una analogía con la metáfora del discurso, pues a partir del contenido de las estrategias comunicativas, se gesta un proceso en el que la estructura, la acción colectiva, el diálogo entre socios y las características particulares del contexto convergen entre sí (Putnam *et al.*, 1996). Así pues, la organización adopta una forma particular de comunicación; la RJF no se adhiere esencialmente a una única, sino que opera con base a un híbrido de metáforas de la comunicación que dependen de la subjetividad de quienes la componen.

6. Discusión de los resultados

Los resultados permiten observar que el contenido descrito en el primer nivel de análisis; que refiere a los eventos claves de RJF organizacionalmente, en los que la particularidad de sus imágenes recolectadas en los cuatro periodos de estudio, se caracteriza por ser de tipo audiovisual, tener un contenido feminista y brindar una orientación informativa, en la que se presenta recurrencias en sus estrategias comunicativas en cuanto al valor y la dimensión social, política y cultural de la violencia basada en género. En otras palabras, la acción de ellas como abogadas que además tienen valores feministas genera o insta un discurso en sus seguidores, atravesado por el empoderamiento, la sororidad, corresponsabilidad y ética.

De acuerdo a lo anterior, se tuvo en cuenta la lectura subjetiva e intersubjetiva tanto de los sujetos que componen la organización como de quienes siguen su perfil e interactúan con RJF, permitiendo determinar que la Red Jurídica Feminista configura una forma psicológica particular de los individuos que acceden a la organización, el cual pertenece a una sujeta psicológica organizacional feminista, que abordado desde el Método histórico discursivo (MHD) de Wodak (2001) permite reconocer el modo en que se nombran los fenómenos o eventos, las acciones y los procesos de los actores sociales, en este caso de la RJF, mediante un análisis diacrónico y sincrónico que aportó una mirada más amplia de la organización. Por lo que, se puede sugerir que se presenta una relación importante entre la unidad textual del post y las acciones exógenas en términos de actividad política y social, pues estas resultan ser concordantes entre sí.

Ahora bien, en cuanto a los aportes teóricos y metodológicos, se puede afirmar que el MHD resultó pertinente para la comprensión de la subjetividad organizacional de mujeres feministas y su incidencia política, identificando el rol jurídico, político y social que ejerce la RJF desde una subjetividad singular y una forma organizacional particular. Accediendo a ello, bajo la orientación interdisciplinaria que se emplea en el MHD, y de acuerdo con el principio de triangulación y el análisis histórico, que permitió ir más allá de lo lingüístico, teniendo en cuenta el contenido, la forma y la intencionalidad de la imagen.

7. Conclusiones

Las estrategias comunicativas que configuran el ciberactivismo de la Red Jurídica Feminista a través de sus redes sociales son narrativas transmedia que comparten elementos intersubjetivos aludidos al simbolismo, la identidad organizacional, transformaciones culturales, sociales y políticas evidenciadas en los sujetos que pertenecen e interactúan con la organización, revelando un discurso feminista incorporado en su ontología.

En cuanto a los aportes, la interdisciplinariedad del estudio del fenómeno es de suma importancia, pues alude a elementos psicológicos, organizacionales, feministas, comunicativos, aspectos políticos y culturales; para interpretar aspectos simbólicos, históricos, culturales y políticos, y así, caracterizar cualidades y particularidades atribuidas a los actores sociales, eventos y procesos, que constituyen o no a una sujeta psicológica organizacional.

En síntesis, la investigación presenta algunas limitaciones y deja abiertas brechas por centrarse en un solo caso en el que se plantean interesantes indicios investigativos, pero no supone que suceda de igual manera para otras organizaciones, esto constituye una posible doble indagación que permita corroborar o no la presencia de la sujeta psicológica organizacional. Por lo que habría que seguir indagando si

la conceptualización planteada de sujeta psicológica organizacional existe y se configura en otras organizaciones que tienen prácticas y estrategias comunicativas similares a las de RJF.

8. Referencias bibliográficas

- Accossatto, R y Sendra, M. (2018): *Movimientos feministas en la era digital. Las estrategias comunicacionales del movimiento Ni Una Menos*. Encuentros. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico.* (8), 117-136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7058277>
- Acosta, M. (2020): *Activismo feminista en Instagram. El caso de la campaña nacional por el derecho al aborto legal seguro y gratuito en Argentina*. *Perspectivas de la comunicación* 13 (1), 29-46. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000100029>
- Acuña Ferreira, V. (2015): *El lenguaje y el lugar de la mujer: sociolingüística feminista y valoración social del habla femenina*. *Tonos Digital.* (28) 1-30. https://www.researchgate.net/publication/283614967_El_lenguaje_y_el_lugar_de_la_mujer_sociolingüística_feminista_y_valoración_social_del_habla_femenina
- Alonso González, M. (2021): *Activismo social femenino en la esfera pública digital*. *Revista de Comunicación.* (154), 133-156. <http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1239>
- Caicedo Muñoz, S. C. (2019): *Formas organizacionales feministas en la implementación de políticas públicas*. *Artigos*, 27 (3), 1-15. SciELO <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n357211>
- Calvo, D., Campos Domínguez, Eva y Simón Astudillo, I. (2021): *Towards a Critical Understanding of Social Networks for the Feminist Movement: Twitter and the Women's Strike*. [Hacia una comprensión crítica de sociales redes por el movimiento feminista: Twitter y la huelga de mujeres]. *Tripodos* (50), 91-109. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.49p13-28>
- Cuesta Astroz, I. (2016): *Redes de mujeres en el occidente colombiano. Procesos organizativos y sentidos de la acción*. [Tesis de maestría, Universidad del Valle]. Repositorio de la Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/10225/0534376-MS-2017-1.pdf?sequence=1>
- Chávez, G., Del Pozo, F y Vargas, L. (2021): *Matices del feminismo: Estrategias y colores del discurso feminista en Instagram*. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/14628>.
- De la Fuente, M. (2001): *El análisis crítico del discurso. Una nueva perspectiva*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2161069>.
- Díaz Sanjuan, L. (2011): *La observación. México: Textos de apoyo didáctico*. http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Diez Montes, I, C. (2020): *El tránsito de la sororidad del espacio online al offline a través de la comunicación entre mujeres feministas en el grupo de Facebook #LasRespondonas* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica Del Perú]. Repositorio de la PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17673/DIEZ_MONTES_ILLARI_CHANI%20%283%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Duarte Cruz, J. M y García Horta, J.B. (2016): *Igualdad, Equidad de Género y Feminismo, una mirada histórica a la conquista de los derechos de las mujeres*. *Revista CS,* (18), 107-158. <http://dx.doi.org/10.18046/recs.i18.196>
- Drewett, C., Toronjil Oxlad, M y Augoustinos, M. (2021): *Breaking the silence on sexual harassment and assault: An analysis of #MeToo tweets* [Rompiendo el silencio sobre el acoso y la agresión sexual: un análisis de los tuits #MeToo]. *Computers in Human Behavior* 123, 2-10. <https://recursosdigitales.usb.edu.co:2082/10.1016/j.chb.2021.106896>
- Esquivel Domínguez, D. (2019): *Construcción de la protesta feminista en hashtags: aproximaciones desde el análisis de redes sociales*. *Comunicación y medios* (40), 184-198. DOI 10.5354/0719-1529.2019.53836
- Falla, M. (2014): *Ciberactivismo: La nueva forma de organización de masas monografía*. [Trabajo de Investigación, Universidad Santo Tomás]. Repositorio de la Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3704/Fallamaria2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fairclough, N y Wodak, R (2000): «Análisis crítico del discurso. En T. van Dijk (comp.), *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa, 367-404 <https://libroschorcha.files.wordpress.com/2017/12/el-discurso-como-interacci-c3b3n-social-teun-van-dijk.pdf>
- Fernández Romero, D., Corredor Lanás, P. y Satín Duran, M. (2011): *Nuevos espacios de comunicación, relación y activismo en la era digital: la Red como oportunidad para el feminismo*. *Asparkia,* 22, 61-72. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/598>
- Fiss, O. (1995): *¿Qué es el feminismo?* *Thémis,* 211, 1- 10 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5109773.pdf>.
- Galeano, S. (29 de enero de 2021): *¿Cuáles son las redes sociales con más usuarios en el mundo 2021?*, [Mensaje de un blog] <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>
- Garrido Rodríguez, C. (2020): *Repensando las olas del Feminismo. Una aproximación teórica a la metáfora de las "olas"*. *Revista de Investigaciones Feministas* 12(2), 483-492. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.68654>
- Gas Barrachina, S. (2019): *¿En qué contribuye el feminismo producido en las redes sociales a la agenda feminista?* *Dossiers Feministes* (25), 147-167. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7145317>.

- Guil, A. (2011): *Redes sociales y praxis ciberfeminista: Nuevas alianzas en Internet*. *Asparkia, investigación feminista* (22) 73-83. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/599>
- Gutiérrez Esteban, P. y Luengo Gonzales M.R. (2011): *Los feminismos en el siglo XXI. Pluralidad de pensamientos*. *Brocar*, 35, 335-351. <https://doi.org/10.18172/brocar.1610>
- Heller, E. (2008): *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.
- Hernández Conde, M; Arencón Beltrán, S. y Sola Morales, S. (2021): *Narrativas transmedia feministas. El caso del movimiento 8M español durante 2019*. *Dixit*, (35), 51-70. <https://dx.doi.org/10.22235/d35.26>
- Instituto Nacional de las Mujeres México (2015): *Las mujeres y los medios de comunicación*. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf
- Jackson, S. (2018): *Young feminists, feminism and digital media*. *Feminism & Psychology*, 28(1), 32-49. <https://doi.org/10.1177/0959353517716952>
- Kelly, J. (2012): *El simbolismo del puño levantado*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/04/120417_mano_cerrada_levantada_simbolismo
- Larrondo Ureta, A., Orbegozo Terradillos, J y Morales I G.J. (2021): *Digital Prospects of the Contemporary Feminist Movement for Dialogue and International Mobilization: A Case Study of the 25 November Twitter Conversation* [Perspectivas digitales del movimiento feminista contemporáneo para el diálogo y la movilización internacional: estudio de caso de la conversación de Twitter del 25 de noviembre.] *Ciencias sociales*; 10 (3), 84. <https://doi.org/10.3390/socsci10030084>
- Langley, A. (1999): *Strategies for Theorizing from Process Data*, *The Academy of Management Review*, 24 (4), 691-709. <https://doi.org/10.2307/259349>
- Monje Álvarez, C. A. (2011): *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva: Universidad Surcolombiana. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Nicholson, L. (1990): *Feminism/Postmodernism*. Routledge, 1-346. <https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9780203699386&type=googlepdf>
- Piedra Guillén, N. (2003): *Feminismo y postmodernidad: entre el ser para sí o el ser para los otros* *Revista de Ciencias Sociales* (Cr), 4, (102), 43-55. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15310204.pdf>
- Putnam, L., Phillips, N y Chapman, P. (1996): *Metáforas de la comunicación y la organización*. En Clegg, S., Hardy, C y Nord, W. (Eds), *Manual de Estudios Organizativos* (pp. 375-408). Sage.
- Ramírez Morales, M.R. (2019): *Ciberactivismo menstrual: feminismo en las redes sociales*. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 9(17), 1-18. <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a9n17.438>
- Rodríguez Suarez, J., Morán Neches, L y Herrero Olaizola, J. B. (2021): *Investigación en red, nuevos lenguajes y simbiologías del activismo digital: Una revisión sistemática*. *Comunicar*, 68(29), 47-58. DOI: <https://doi.org/10.3916/C68-2021-04>
- Valdivieso Ide, M. (2017): *Propuestas feministas en los procesos constituyentes Latinoamericanos de las últimas décadas*. En Sagot, M. (Ed). *Feminismos, pensamiento crítico y propuestas alternativas en América latina*. (pp. 43-60). Buenos Aires: CLACSO. <https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/Derechos%20Humanos%20y%20Constituci%C3%B3n/Propuestas%20feministas%20en%20procesos%20constituyentes.%20magdalena%20valdivieso.pdf>
- Vecchioli, V. (2011): *Presentación: Profesionales del derecho, activismo jurídico y creación de nuevos derechos. Hacia una mirada comprensiva del derecho desde las ciencias sociales*. *Política. Revista De Ciencia Política*, 49(1), pp. 5/18. <https://doi.org/10.5354/0719-5338.2011.16268>
- Soglia Belén, A. (2021): *Fotografía y ciberfeminismo: movilización, sujetos y cuerpos*. *Question*, 69(3), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e557>
- Sordo, A. I. (2021): *Rebranding: Qué es y cómo implementarlo con éxito*. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-rebranding>
- Suárez Carballo, F.M., Sanromán, J.R y Martins, N. (2021): *An analysis of feminist graphics published on Instagram by Spanish female professionals on the subject of International Women ,s Day (2019-2020)*. *Comunicación y Sociedad*. 34(2), 351-367. doi: 10.15581/003.34.2.351-367
- Schuster, J. (2013): *¿Feministas invisibles? Redes sociales y participación política de mujeres jóvenes*, *Ciencias Políticas*, 65(1) 8-24, doi: 10.1177/0032318713486474
- Tibaduiza Mariño, O. Z. (2018): *Acciones colectivas de las organizaciones sociales y su papel en la construcción de ciudades seguras para las mujeres desde el empoderamiento individual al colectivo*. [Tesis de maestría, Universidad Del Rosario] Repositorio de la Universidad Del Rosario. https://doi.org/10.48713/10336_17755
- Tinoco Domínguez, P. (2017): *El feminismo hoy a través de internet*. p.p 1-73 <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/97219/TINOCO%20-%20El%20feminismo%20hoy%20a%20trav%c3%a9s%20de%20Internet.%20Nuevas%20formas%20art%20adstica%20en%20el%20soporte%20digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Universidad de la Sabana (S.F) Diario Oficial – Edición 46.383 Ley 1090 de 2006. 1-27. https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Investigacion/Docs_Comite_Etica/Ley_1090_2006_-_Psicologia_unisabana.pdf

- Van Dijk, T. (1999): *El análisis crítico del discurso*. *Anthropos* (186), 23-36. <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20El%20cr%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (2002): *El análisis crítico del discurso y el pensamiento social*. *Athenea Digital*, 1, 18-24. <https://atheneadigital.net/article/download/n1-van/22-pdf-es>.
- Vivas Cortes, O, Gómez Sarmiento, J.L. y González Tobito, J.A. (2015): *Una aproximación al papel de las organizaciones y su incidencia en el desarrollo y el ejercicio de las libertades*. *Equidad & Desarrollo*, 1 (24), 139-163. <https://doi.org/10.19052/ed.3684>
- Wodak, R. (2001): *The discourse - historical approach*. En: Wodak, R. y Meyer, M. (Eds.). *Methods of critical discourse analysis* (pp. 63-95). Sage.
- Wodak, R y Meyer, M. (Eds.) (2009): *Methods of Critical Discourse Analysis, 2ª edición*. Los Angeles: Sage, 204 pp.; ISBN 978-1-84787-455-9

Financiación: Este artículo es producto de una investigación realizada en el Eje 3 Estudios organizacionales aplicado a lo público del programa de investigación Estudios de la implementación de políticas públicas de bienestar financiado por Convocatoria Interna de la Universidad de San Buenaventura, Cali.

Declaración de conflicto de intereses: La/s persona/s firmante/s del artículo declaran no estar incurso/s en ningún tipo de conflicto de intereses respecto a la investigación, a su autoría ni/o a la publicación del presente artículo.