

Feminismo, misoginia y redes sociales

Iolanda Tortajada¹ y Teresa Vera²

Este monográfico se centra en la interrelación entre el feminismo, el antifeminismo y las redes sociales. Las redes sociales se han convertido en un espacio imprescindible para la visibilización, el debate y la defensa del feminismo. Pero en los entornos virtuales podemos encontrar desde discursos y producciones profeministas hasta otros de signo más posfeminista o antifeminista. Y, si bien el feminismo se ha fortalecido a través de las redes sociales, donde el activismo ha cuestionado las violencias machistas (Keller, Mendes y Ringrose, 2016; Mendes, Ringrose y Keller, 2018; Araña, Tortajada y Willem, 2019), también el antifeminismo y los ataques a las mujeres se han intensificado en tales espacios virtuales de la mano de grupos que generan y difunden mensajes misóginos aunando los atractivos de lo popular y lo digital (Jouët, 2017; Banet-Weiser y Miltner, 2016; Banet-Weiser, 2018).

El feminismo, en definitiva, encuentra en las redes sociales un ámbito desde el que promover entornos de debate, elaborar un discurso propio y fortalecer el activismo, pero, para ello, no sólo debe afrontar una creciente misoginia institucionalizada (Núñez Puente y Gámez Fuentes, 2017), sino que también debe luchar contra cierto feminismo falso y comercial que fagocita sus conceptualizaciones y las vacía de contenido político. Mucha de la actual popularización del feminismo es la de un posfeminismo *mainstream* (McRobbie, 2009; Lotz 2010; Gill 2007, 2011; Caballero, Tortajada y Willem, 2017), que trata de esquivar. Sin embargo, también debe mucho a la proliferación de producciones en línea de personas que se autodefinen como feministas y que tratan de vincularse con dicho movimiento. En cualquier caso, es evidente que la popularización del feminismo puede contener algunas trampas, ya que, dando visibilidad a mensajes promocionales de algunas celebridades y empresas, puede estar eclipsando tanto las denuncias de la violencia patriarcal como otros ejes de la interseccionalidad (McRobbie, 2009; Gill, 2011, Rottenberg, 2014).

La mediatización del feminismo ha adoptado diferentes formas en función de las posibilidades brindadas por las propias plataformas tecnológicas. Lo colectivo y lo artístico han ido dando paso a opciones más individuales y pedagógicas (Keller, 2012), así como a prácticas basadas en la solidaridad afectiva (Keller, Mendes y Ringrose, 2016). Las prácticas activas de consumo y producción (Bruns, 2008) han permitido el surgimiento de identidades diversas, la visibilización de voces y cuerpos marginados (Cochrane, 2013) y la creación de mensajes pro derechos individuales y colectivos (Mihailidis y Thevenin, 2013) y, en este tipo de prácticas, las redes sociales se configuran como espacios de apoyo, aceptación y respeto, lo que pone de manifiesto su potencial feminista (Harris, 2008; Keller, 2012; Szostak, 2013). Aunque, al mismo tiempo, los ataques a las feministas y al feminismo se recrudecen en las redes y la misoginia, en muchos sentidos, campa a sus anchas, Internet ha posibilitado también la creación de una comunidad global de feministas que están combatiendo estas violencias de forma novedosa a través de espacios de resistencia a las femineidades hegemónicas, y del uso del humor para combatir el antifeminismo (Araña, Tortajada y Willem, 2019).

De ahí que este número especial se centre en el análisis de las interacciones entre las prácticas y creaciones feministas, las misóginas y las antifeministas en las redes sociales, a fin de captar la dimensión, la forma y la complejidad de todas ellas.

Como evidencia de la normalización de la violencia en todos los espacios, el digital, amparado en el anonimato y las afinidades gregarias resultan un terreno fértil para los discursos misóginos. El uso de internet para expresar las desigualdades y para denigrar y agredir a las mujeres es una práctica globalizada pero también estratégica como foro alternativo a los avances, los logros, las políticas y las prácticas feministas. Con el objetivo último de reinstaurar la normas tradicionales de género y reasignar los roles conformes al sistema sexo-género, la esfera digital se torna en un lugar peligroso para las mujeres: amenazas, intimidación, extorsión, acoso en línea, deseo de infligir daño. Los ataques son personales y genéricos a la vez, son discursos que alientan conductas pero son reconocibles, comparables, ancestrales en ocasiones. Reconocerlos es la primera medida para gestionarlos, para combatirlos y para erradicarlos. Con este propósito los artículos que se reúnen en esta

¹ yolanda.tortajada@urv.cat
Universitat Rovira i Virgili (España)

² mvb@uma.es
Universidad de Málaga (España)

primera parte presentan la rearticulación digital del machismo, el ruido que entorpece el diálogo perpetuando los prejuicios y estereotipos sexistas, nutriendo las formas violentas de la reacción.

Menéndez, Amigot e Iturbide abordan la participación del público y la circulación de los discursos de odio canalizados en los foros digitales de cuatro diarios vascos a partir de las noticias protagonizadas por mujeres en las secciones de política y deportes, espacios tradicionalmente masculinos, y en informaciones referidas a la violencia de género, las políticas de igualdad y/o el feminismo. Pese al cambio de soporte, el discurso permanece inmutable; tan solo adaptado a los requerimientos del soporte: los mensajes discuten los avances en igualdad, restan reconocimiento a las mujeres como sujetos autónomos, y mantienen un sexismo ambivalente que enturbia el proceso informativo a la vez que desvirtúa la participación para convertirla en mera confrontación. Las descalificaciones, las difamaciones, las incoherencias o las referencias racistas y sexistas nutren el arsenal neomachista ante las transformaciones sociales, ante la agencia y la ciudadanía de las mujeres.

En *¿Empoderadas u objetivadas? Análisis de las ciberfeminidades en las influencers de moda*, Cuenca concreta su investigación en el análisis de catorce influencers como modelos exitosos de incorporación a las posibilidades laborales que ofrecen las redes sociales. Sus perfiles, las temáticas que tratan y la instrumentalización de sus cuerpos las hacen susceptibles de un abordaje difuso a partir de la manera en que, en unos casos, representan roles de género tradicionales, en otros permiten el empoderamiento de sus protagonistas desde un feminismo hegemónico, o, incluso, son cosificadas y sexualizadas a partir de la “mirada masculina” presente en un proceso que, aparentemente, solo involucra a las mujeres. Concluye la investigación enfatizando que las representaciones están sujetas a la feminidad tradicional encarnada en cuerpos normativos, idealizadas en las relaciones de pareja y narradas a partir de las bodas y embarazos como hitos principales de sus vidas compartidas.

De manera muy cercana a la investigación anterior, la propuesta de Díaz, Padilla y Requeijo sobre la Sexualización de niñas en Instagram insta a una inteligencia semántica que identifique estas formas sutiles de sexualización que recrean, una y otra vez, y en ocasiones con el consentimiento y la complicidad de los progenitores, el mito de Lolita. Las imágenes y los hashtags poseen connotaciones sexualizadas implícitas que se reiteran en otras redes sociales, como YouTube y TikTok, donde los y las menores participan asiduamente aceptando, si cuestionarlo siquiera, las condiciones de uso y las claves de interpretación de las identidades y de las narrativas. La propuesta es sensibilizadora pero también preventiva promoviendo la monitorización de contenidos, la formación en entornos educativos y la adquisición de competencias críticas vinculadas a la alfabetización mediática.

En *Misoginia youtuber*; conseguir audiencia con humor sexista, Pibernat analiza a tres *youtubers* masculinos muy populares del mundo hispano, elRubius, Germán Garmendia y Wismichu. Siendo un fenómeno tan innovador en el campo de la producción y el consumo de contenidos audiovisuales entre adolescentes, mantienen unas diferencias de género ciertamente extremas tanto en popularidad y seguimiento como en las temáticas tratadas. El éxito de estos productos se basa en un relato despreocupado que se acompaña de un humor ofensivo, generalmente sexista cuando no misógino, basado en la burla, especialmente contra las mujeres, los personajes femeninos de videojuegos, e incluso sus propias seguidoras. Con todo, la crítica a estos contenidos y las acusaciones directas de machismo revierten, pese a todo, incrementando el éxito de estos creadores de contenidos, ídolos para los adolescentes y jóvenes de hoy en día.

Biscarrat y Albenga estudian las líneas de investigación que se destacan en la literatura académica francesa, particularmente en los campos disciplinarios de la sociología y las ciencias de la comunicación, sobre la misoginia en internet. Reúnen discursos sexistas y antifeministas, analizan las prácticas digitales del feminismo 2.0, y examinan las llamadas “apropiaciones ordinarias” del feminismo al margen de los ámbitos académicos o militantes. Así en un contexto de violencia estructural pero con incidencia muy reciente en la agenda pública, las autoras señalan la timidez de la investigación académica que es consecuente, entienden, con la hegemonía del discurso misógino en Francia. Aunque advierten que se trata de una instantánea de la situación que incluye los trabajos franceses y no los del área francófona completa, valoramos esta aportación por la proximidad y por lo coincidente con tendencias generales como, por ejemplo, el discurso contra la llamada “teoría de género” de la blogosfera católica tradicionalista.

En línea con las dinámicas reaccionarias globales y particularmente vertebrado con la aportación francesa, Rivas-Venegas, aporta un estudio sobre el lenguaje del nacional-populismo en línea con el conservadurismo postmoderno que cierra esta primera parte del monográfico. Para ello analiza la proliferación de los discursos misóginos en redes sociales y canales digitales como fenómenos reactivos a los avances del feminismo. La investigación de carácter léxico se concreta en el corpus retórico misógino y violento de la formación ultraderechista VOX para sustentar las nociones de “palabras gruñido” o la de “arsenales léxicos”, para confrontar el análisis cualitativo de las “palabras clave” de este movimiento populista. Dicha retórica no es original sino coincidente con los discursos de raigambre nacional-católica contra la llamada “ideología de género” de la Conferencia Episcopal Española y los nuevos arsenales léxicos del nacional-populismo; es consecuente también con la tradición ultra-liberal que aparta al estado de los recursos para proteger a las mujeres y a sus derechos y, paradójicamente, reivindica para sí el control sobre la libertad sexual. Si en las palabras se encuentra

la particular cosmovisión de sus portavoces, el sentido, como intitula Rivas-Venegas, es demoledor: *contra las mujeres...*

Como se recoge en su título, este monográfico no sólo se ocupa de los ataques digitales al feminismo, sino que da cuenta también de un panorama de prácticas transformadoras que promueven el feminismo en las redes sociales. Los artículos que presentamos a continuación muestran la gran diversidad de apropiaciones que construyen espacios en línea donde se crean entornos seguros, pedagógicos y políticos que posibilitan la reflexión y la organización de respuestas a las discriminaciones sexistas, homófobas o racistas, entre otras. Ya sea desde las instituciones, desde el activismo o desde el arte, se hace un uso creativo, democratizador y reivindicativo de las redes sociales, entendidas como herramientas para el cambio. Estamos ante un proceso de contestación global más o menos consolidado.

Abriendo este bloque, Sánchez-Labela Martín y Romo Parra estudian las estrategias comunicativas del feminismo institucional en YouTube. De su análisis se desprende que, si bien los institutos de la mujer españoles incorporan las redes sociales en sus acciones de sensibilización y acercan a la ciudadanía informaciones de interés público, aún queda mucho por hacer, no sólo para que aprovechen todo el potencial de canales como YouTube para comunicar sus actividades y líneas de acción, sino para que estas herramientas incrementen la participación ciudadana. Como en otros casos, los organismos públicos no acostumbran a impulsar una comunicación bidireccional efectiva, pero, tratándose de cuestiones de igualdad y de derechos, sería deseable entrelazar de manera más consistente las herramientas de comunicación en línea y las políticas definidas para responder a las necesidades de la comunidad.

La introducción a la teoría *queer* de Paul B. Preciado que realiza Domínguez-Benítez nos permite reflexionar sobre aspectos clave para la configuración feminista de las redes sociales. Así, podemos entender la necesidad crítica (en un sentido amplio) de elaborar discursos y prácticas centrados en desvelar cómo los sistemas capitalista y patriarcal-colonial producen una forma específica de subjetividad contemporánea. Los debates que recoge el texto sobre esencialismo, constructivismo, performatividad, dispositivos de poder o tecnologías del género están presentes en gran parte de las polémicas y polarizaciones actuales del feminismo en el entorno digital, y de ahí la particular relevancia de este repaso teórico. La narrativa de Preciado donde se diluyen cuerpo, texto y activismo desbordando taxonomías binarias, enmarca las propuestas que siguen, inspiradas en esta epistemología híbrida y disidente.

Después de estas primeras presentaciones de acciones institucionales y elaboraciones académicas de los dos últimos trabajos, el número concluye con cuatro artículos sobre iniciativas activistas y *artistas*. Zaera, Tortajada y Caballero-Gálvez recogen las experiencias e interpretaciones de quienes han generado discursos contrahegemónicos y, en concreto, exploran la resignificación de un meme creado por Vox que, posteriormente, fue convertido en símbolo de contestación por el colectivo LGTBIQ+: el emoji *Gaysper*. El artículo nos adentra en las percepciones sobre la creación de una imagen simbólica de carácter subversivo, efímero y digital, recogidas a través de grupos de discusión. Mediante el humor, una noción política del orgullo y una respuesta creativa a los ataques homófobos, se crea y se pone en circulación un símbolo que es ampliamente adoptado por el colectivo LGTBIQ+ y otras comunidades y que trasciende lo digital. Las redes sociales son percibidas en este caso como un espacio de comunicación, de acción política y de lucha por la representación, un lugar en el que los grupos no hegemónicos construyen y defienden sus identidades y posicionamientos ante el racismo y el sexismo modernos, o ante el odio sobre el que todavía se construyen muchos de los discursos en esas plataformas tecnológicas. *Gaysper* no hubiera sido posible sin la lógica digital de las producciones e interacciones en las redes sociales y es una muestra del potencial transformador de dichos medios.

Cerva-Cerna analiza la criminalización por parte de las autoridades universitarias y gubernamentales y los medios de comunicación de la protesta feminista de jóvenes estudiantes en México. Las *colectivas* universitarias amplifican sus acciones políticas de confrontación a través de las redes sociales. Gracias a ellas, difunden y articulan nuevas formas de lucha *offline* y se autopresentan a través de símbolos feministas que dan a conocer en entornos no universitarios. Una de sus principales acciones es la denuncia de las violencias machistas y los feminicidios que se producen tanto dentro como fuera de la universidad. Las redes sociales permiten evidenciar tanto la misoginia de los medios de comunicación como la insensibilidad gubernamental, a la vez que crear un contradiscurso para visibilizar tanto el carácter incruento de las acciones de las *colectivas* como las violencias que sufren las mujeres. La criminalización que ejercen las autoridades y los medios pretende desacreditar (e incluso anular) la acción de las *colectivas*, pero las jóvenes estudiantes usan las redes sociales para construir una identidad propia, más allá de las organizaciones estudiantiles masculinizadas y exclusoras.

En “Lucha feminista gitana en España, lucha interseccional”, Marques Gonçalves y Willem presentan y analizan las prácticas activistas de las mujeres gitanas que combaten el antigitanismo. Las autoras abordan la cuestión del feminismo gitano y aportan ejemplos del potencial interseccional del feminismo *online* y contribuyen a cuestionar así algunos estereotipos sobre la capacidad de las mujeres gitanas para actuar y superar barreras, así como sobre la relevancia de su papel en el activismo actual, y en particular, en el feminismo (más allá de la visión blanca y estrecha de la versión más convencional de este). A través del contenido publicado en Facebook y Twitter por feministas gitanas, las autoras dan fe de toda una serie de acciones a través de las que se está configurando el feminismo gitano digital. Entre las variantes de acción desplegadas, destacan la

denuncia, la creación de redes, la intervención, la pedagogía y el propio análisis feminista. El contenido que se crea y se comparte en los espacios digitales de las feministas gitanas no es enteramente privativo de estas y puede verse también, en parte, en muchos otros espacios feministas, pero la mirada gitana y la lucha contra el antigitanismo convierten esos entornos en algo singular e imprescindible para un feminismo interseccional.

Cierra el número un estudio sobre “Flo6x8: intervenciones feministas para la ocupación y la resistencia”. Sell-Trujillo, Nuñez-Domínguez y Aix-Gracia apuestan por la etnografía digital para captar la proyección y las apropiaciones de flo6x8, un colectivo que se autodefine como anticapitalista y flamenco, y que ejerce el feminismo también desde el cante. Se centran en una de sus acciones virales para explorar cómo los recursos de la actuación, la producción de vídeos y la distribución en red realimentan el discurso público de una forma creativa y política. Quienes participan en el espacio que genera flo6x8 crean y comparten nuevos significados que van más allá de los propuestos por el propio colectivo, y les añaden nuevas reflexiones y acciones. En su dimensión contemporánea, las propuestas de flo6x8 llaman a la acción en un contexto y unos momentos concretos, y adquieren relevancia por esta capacidad de respuesta colectiva específica, que genera también un sentir feminista propio. En su dimensión relacional, el espacio digital y en red de flo6x8 se construye a través de la expresión de los posicionamientos, valores e identidades que se comparten, y contribuye a construir la lucha feminista desde sus letras, su apropiación del flamenco y su sororidad, demostrando así que el activismo feminista digital no sigue las lógicas comerciales o dramáticas y construye otro tipo de mundos.

Referencias bibliográficas

- Araüna, Núria, Tortajada, Iolanda y Willem Cilia (2019). Discursos feministas y vídeos de youtubers: límites y horizontes de la politización yo-céntrica. *Quaderns del CAC*, 45, 25-34.
- Banet-Weiser, Sarah y Miltner, Kate M (2016). #MasculinitySoFragile: culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, 16, 171-174. doi: 10.1080/14680777.2016.1120490.
- Banet-Weiser, Sarah (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press.
- Bruns, Axel (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producership*. New York: Peter Lang.
- Caballero-Gálvez, Antonio, Tortajada, Iolanda y Willem, Cilia (2017). Autenticidad, marca personal y agencia sexual: el posfeminismo lésbico en youtube. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 353-368. doi: 10.5209/INFE.55005.
- Cochrane, Kira (2013). *All the Rebel Women: The rise of the fourth wave of feminism*. Londres, Reino Unido: Guardian Books.
- Gill, Rosalind (2007). *Gender and the Media*. Cambridge: Polity.
- Gill, Rosalind (2011). Sexism reloaded, or, it's time to get angry again!. *Feminist Media Studies*. 11 (1), 61-71. doi: 10.1080/14680777.2011.537029.
- Gill, Rosalind (2016). Postfeminism and the New Cultural Life of Feminism. *Diffractions. Graduate Journal for the Study of Culture*, 6, 1-8.
- Harris, Anita (2008). Young women, late modern politics, and the participatory possibilities of online cultures, *Journal of Youth Studies*, 11(5), 481-495. doi: 10.1080/13676260802282950.
- Jouët, Josiane (2017). Digital Feminism Questioning the Renewal of Activism. *Journal of Research in Gender Studies*, 1(1), 133-157. doi: 10.22381/JRGS8120187.
- Keller, Jessalynn Marie (2012). Virtual feminisms, Girls' blogging communities, feminist activism, and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 15(3), 429-447. doi: 10.1080/1369118X.2011.642890.
- Keller, Jessalynn Marie; Mendes, Kaitlynn & Ringrose, Jessica (2016). Speaking “unspeakable things”; documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27(1), 22-36. doi: 10.1080/09589236.2016.1211511.
- Lotz, Amanda D. (2010). Postfeminist television criticism: Rehabilitating critical terms and identifying postfeminist attributes. *Feminist Media Studies*, 1(1), 105-121. doi: 10.1080/14680770120042891.
- McRobbie, Angela (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. Londres, Reino Unido: Sage.
- Mendes, Kaitlynn; Ringrose, Jessica & Keller, Jessalynn Marie (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236-246. doi:10.1177/1350506818765318.
- Mihailidis, Paul & Thevenin, Benjamin (2013). Media Literacy as a Core Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy. *American Behavioral Scientist*, 57(11), 1611-1622. doi:10.1177/0002764213489015.
- Núñez Puente, Sonia y Gámez Fuentes, María José (2017). Spanish Feminism, popular misogyny and the place of the victim. *Feminist Media Studies*, 17(5), 902-906. doi: 10.1080/14680777.2017.1350527.
- Rottenberg, Catherine (2014). The Rise of Neoliberal Feminism. *Cultural Studies*, 28(3), 418-437. doi: 10.1080/09502386.2013.857361.
- Szostak, Natasha (2013). Girls on Youtube: Gender Politics and the Potential for a Public Sphere. *The McMaster Journal of Communication*, 10, 47-58.