

Conciencia feminista de futuras educadoras e impacto de los discursos multimodales de la cultura mediática y redes sociales

Dra. Rocío Jiménez Cortés
Universidad de Sevilla, España 

<https://dx.doi.org/10.5209/infe.96925>

Recibido: Julio 2024 • Evaluado: Enero 2025 • Aceptado: Enero 2025

Resumen: Introducción: Los discursos multimodales antifeministas, misóginos, sexistas y violentos que circulan en las redes sociales y en la cultura mediática, hacen que estos espacios digitales sean altamente contradictorios para el feminismo y complejos para una formación adecuada en la materia. El concepto de conciencia feminista como categoría analítica crítica hace referencia al aprendizaje e internalización de discursos que tienen un amplio impacto en la autoidentificación y en el compromiso personal con la acción colectiva hacia un mundo más igualitario entre hombres y mujeres y libre de violencias machistas. **Objetivo:** Este trabajo tiene como objetivo comprender la conciencia feminista de futuras educadoras. **Metodología:** Se sigue de un estudio cualitativo de corte etnográfico digital. Participan 50 mujeres que ejercerán como futuras educadoras. Se realiza un análisis temático reflexivo y crítico del discurso sobre la base de 10 círculos virtuales dialógicos en torno a 120 contenidos digitales que recogen discursos multimodales (memes, videos, viñetas, canciones, comentarios...) que forman parte de la cultura mediática y circulan por redes sociales. **Resultados:** Los resultados muestran diferentes mecanismos de negociación de nuevas feminidades que hacen que fluctúe la conciencia entre feminista y postfeminista, un potente discurso de falso empoderamiento (retrosexismo), emociones negativas asociadas a memes misóginos como ícono del nuevo sexismó hípster en medios, contradicciones discursivas y falta de recursos de afrontamiento que debilitan la acción feminista colectiva. En suma, se identifican cuatro tipos de conciencia feminista: pseudofeminista, "happy", "celebrity" y comprometida ("engaged"). **Discusión y conclusiones:** Se reflexiona sobre estos resultados a la luz de otros estudios actuales con implicaciones no solo para la investigación futura sino también para la formación en materia de feminismo, género e igualdad.

Palabras clave: educación superior; estudios de las mujeres; formación feminista; tecnologías de la información y la comunicación; investigación feminista; metodología feminista; conciencia feminista.

ENG Feminist awareness among future educators and the impact of multimodal discourses from media culture and social networks

Abstract: Introduction: The multimodal anti-feminist, misogynistic, sexist and violent discourses that circulate on social networks and in media culture make these digital spaces highly contradictory for feminism and complex for adequate training on the subject. The concept of feminist consciousness as a critical analytical category refers to the learning and internalization of discourses that have a broad impact on self-identification and personal commitment to collective action towards a more egalitarian world between men and women and free of sexist violence. **Objective:** This work aims to understand the feminist consciousness of future educators. **Methodology:** We follow a qualitative digital ethnographic study. 50 women participate who will serve as future educators. A reflective and critical thematic analysis of the discourse is carried out on the basis of 10 dialogic virtual circles around 120 digital contents that collect multimodal discourses (memes, videos, vignettes, songs, comments...) that are part of media culture and circulate through social networks. **Results:** The results show different negotiation mechanisms of new femininities that make consciousness fluctuate between feminist and postfeminist, a powerful discourse of false empowerment (retrosexism), negative emotions associated with misogynistic memes as an icon of the new hipster sexism in the media, discursive contradictions and lack of coping resources that weaken collective feminist action. In summary, four types of feminist consciousness are identified: pseudofeminist, "happy", "celebrity", and "engaged". **Discussion and conclusions:** These results are reflected in light of other current studies with implications not only for future research but also for training in feminism, gender, and equality.

Keywords: higher education; women's studies; feminist training; information and communication technologies; feminist research; feminist methodology; feminist consciousness.

Sumario: 1. Introducción. 2. Preguntas de investigación, objetivos generales y específicos. 3. El estudio de la conciencia feminista y sus dimensiones: Autoidentificación y emociones. 4. Sensibilidad mediática postfeminista como una nueva dimensión de la conciencia.. 5. Método. 5.1. Participantes. 5.2. Técnica, instrumento y procedimiento de recogida de datos. 5.3. Enfoque y procedimiento de análisis de datos. 6. Resultados. 6.1. Creencias y discursos contradictorios en torno a la igualdad, el empoderamiento de las mujeres y el origen estructural de las desigualdades que potencian una sensibilidad postfeminista. 6.1.1. La falta de conciencia feminista se asocia a explicaciones distorsionadas del origen de las desigualdades, falta de reconocimiento de las mujeres como sujetos de experiencias específicas de discriminación, conceptos de igualdad erróneos y sexismo contemporáneo/retrosexismo. 6.2. Mecanismos de negociación de nuevas feminidades que hacen que fluctúe la conciencia en un continuo entre feminista y postfeminista. 6.2.1. El feminismo como algo antiguo y desfasado con una agenda de actuaciones “aparentemente” superada. 6.2.2. Del feminismo “aguafiestas” al feminismo “happy” y el feminismo de celebrities como peligrosa estrategia de resistencia emocional . 6.2.3. Un potente discurso de falso empoderamiento (retrosexismo) e independencia de las mujeres con impacto en actitudes individualistas postfeministas. 6.3. Los memes misóginos como ícono del nuevo sexismó hípster generan reacciones de repulsa y emociones negativas, pero potencian la conciencia feminista dando impulso a la necesidad de acción colectiva. 6.3.1. El impacto de los memes (como tipo de discurso misógino multimodal) promueve una llamada a la acción colectiva y favorece la autoidentificación como “feminista”. 6.4. La indefensión aprendida ante el impacto continuo y feroz de los contenidos misóginos y sexistas difundidos en redes sociales generan actitudes tolerantes y normalizadoras.. 6.4.1. Contradicciones vitales y falta de recursos de afrontamiento que debilitan la acción feminista colectiva y generan tolerancia ante lo que “no se puede hacer nada”. 6.4.2. La experiencia personal pasa a segundo plano del análisis feminista siendo los temas mediáticos el centro del análisis reflexivo. 7. Conclusiones. Agradecimientos. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Jiménez Cortés, R. (2025). Conciencia feminista de futuras educadoras e impacto de los discursos multimodales de la cultura mediática y redes sociales. *Investigaciones Feministas*, 16(1), 171-184. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.96925>

1. Introducción

Con las nuevas formas de vida digital y mediática y el uso exponencial de redes sociales emergen nuevas sensibilidades feministas (Evans, 2023) y nuevas problemáticas de investigación ante el impacto de renovados discursos misóginos y antifeministas que circulan en la cultura mediática constituyendo un nuevo objeto de estudio de urgente atención para la investigación educativa (Ringrose *et al.*, 2021).

Una formación feminista adecuada capacita al profesorado para incorporar la perspectiva de género en su enseñanza de una forma crítica y fundamentada, adoptando estrategias educativas que sigan principios básicos de igualdad real entre hombres y mujeres. No obstante, son numerosos los discursos multimodales que circulan en la cultura mediática, a través de redes sociales, en los videojuegos y metaversos, en la industria musical, generando distorsión de los principios feministas que están en la base para educar en la igualdad entre hombres y mujeres. En la actualidad asistimos al impacto de discursos feministas y antifeministas que se engarzan en redes sociales y medios generando ideas contradictorias en torno a aspiraciones y fundamentos del feminismo. Somos partícipes de discursos misóginos y contenidos violentos que atentan frontalmente con una vida íntegra, respetuosa, segura y pacífica para las mujeres. Según Jasmine Linabary *et al.* (2020, p. 5) la visibilidad del feminismo en los espacios digitales existe en un momento histórico “en el mejor de los casos altamente contradictorio y en el peor profundamente misógino”. Las ideas contradictorias coartan las acciones educativas presentes y futuras en materia de igualdad entre hombres y mujeres. Como afirma Rosalind Gill (2016, p. 614) como académicas feministas nos encontramos en una situación aparentemente nueva con las nuevas tecnologías digitales y los nuevos entornos digitales y mediáticos para la cual se necesitan nuevos entendimientos.

Formar una conciencia crítica es hoy u hoy la única herramienta de que disponemos desde la educación ante el impacto de contenidos digitales cuestionables, perniciosos, sexistas, misóginos, antifeministas, etc. Para Sarah Conlin *et al.* (2021) la conciencia crítica es una comprensión de que las desigualdades sociales existen, son injustas y deben ser cuestionadas. Así como también han de ser cuestionados los aprendizajes hegemónicos y los lugares de opresión (Hipólito y Martínez, 2021). Por ello, estos nuevos espacios mediáticos y sus discursos y contenidos digitales han de ser objeto de investigación desde metodologías y prismas feministas que favorezcan la obtención de un conocimiento sólido para la mejora de la acción educativa.

2. Preguntas de investigación, objetivos generales y específicos

Las preguntas de investigación apuntan a saber: ¿Cómo es la conciencia feminista de las futuras educadoras? ¿A qué contradicciones discursivas derivadas de lo multimodal y mediático se enfrentan? ¿Qué

reacciones emocionales y actitudes presentan las futuras educadoras ante el postfeminismo, el antifeminismo, la misoginia y el sexismo de muchos de los contenidos digitales que circulan en redes sociales y están presentes en la cultura mediática que consumen y de la que participan? ¿Qué ideas reproducen, consumen y/o toleran? y ¿Cómo influyen estas en su conciencia feminista y en la acción colectiva para la igualdad entre hombres y mujeres?

Con esta investigación pretendemos dar cobertura a un objetivo general relacionado con comprender la conciencia feminista de las educadoras cuando analizan y someten a reflexión contenidos digitales que circulan en las redes sociales y los medios de comunicación sobre postfeminismo, antifeminismo, misoginia y sexismo.

Los objetivos específicos son:

1. Indagar en las subjetividades de las futuras educadoras participantes en torno al feminismo identificando sus recursos discursivos y las contradicciones a las que se enfrentan a la vez que observamos el carácter de su conciencia feminista.
2. Identificar reacciones emocionales y actitudes que muestran cuando se enfrentan a contenidos digitales antifeministas, misóginos y sexistas y posibles y sus asociaciones con tipos de discursos multimodales.
3. Comprender cómo se consumen, reproducen y toleran las ideas que dan forma a una determinada conciencia feminista y sus implicaciones para la acción colectiva de cara a la consecución de la igualdad real y efectiva entre hombres y mujeres.
4. Identificar y describir tipos de conciencia feminista mediática.

A continuación, conceptualizamos y abordamos desde la revisión de literatura científica las dimensiones de este concepto central como es la conciencia feminista y las medidas que han dado lugar a estudios evaluativos a lo largo de los últimos años. Indagamos también en el constructo de sensibilidad mediática postfeminista, así como en las nuevas formas neomachistas, antifeministas, sexistas y violentas que abanderan la difusión y viralización de contenidos en los nuevos espacios digitales, las redes sociales y la cultura mediática. Y todo ello, por su impacto no solo en la conformación de la conciencia feminista sino también por la repercusión de esta para la acción colectiva o el activismo feminista (Linabary *et al.*, 2020) y para el bienestar emocional de las mujeres (Conlin *et al.*, 2021) en los medios digitales.

3. El estudio de la conciencia feminista y sus dimensiones: Autoidentificación y emociones

Tradicionalmente, la conciencia feminista se ha definido operativamente para incluir la autoidentificación (como feminista), partir de creencias y valores feministas, tener una variedad de respuestas emocionales (por ejemplo, ira ante el sexismo, orgullo por las mujeres) y aplicar un análisis feminista a una variedad de situaciones y contextos (Henderson-King y Stewart, 1999). Concretamente, trabajos muy actuales sobre la evaluación de la conciencia feminista coinciden en incluir la identidad feminista como dimensión de la misma (Duncan *et al.*, 2021). No obstante, los estudios son cuantitativos a partir del diseño de escalas, existiendo en la literatura actual un vacío de trabajos que se aproximen a la conciencia feminista desde investigación cualitativa. Así, la medida de la conciencia feminista ha seguido tradicionalmente el modelo de Nancy Downing y Kristin Roush (1985) creando escalas de medición centradas en la identidad como la Escala de Identidad Feminista (FIS; Rickard, 1989), la Escala de Desarrollo de la Identidad Feminista (FIDS; Bargad y Hyde, 1991) y la Escala Compuesta de Identidad Feminista (FICS; Fischer *et al.*, 2000).

La propuesta de Lauren Duncan *et al.* (2021) se centra en la dimensión de la identidad feminista y en la autoidentificación con un ítem en la escala que expresa "Soy feminista". La autoidentificación, por tanto, es un elemento clave en los estudios sobre conciencia feminista. Así, Lauren Elder *et al.* (2021) en su estudio para evaluar el cambio en la identificación feminista utiliza la pregunta "¿te consideras feminista o no?" como variable dependiente central. Ambas medidas contienen escalas de respuesta graduadas por intensidad y aunque, hay estudios que han considerado que, disponer de estas opciones en un gradiente aumenta la autoidentificación feminista.

Para Green (1979) la autoidentificación como feminista conduce a una transformación de la conciencia y a una alteración en la percepción e interpretación de la vida cotidiana. Así, se considera más probable que las feministas utilicen un vocabulario feminista con argumentos, introduzcan el tema general del sexismo o temas feministas específicos como la discriminación laboral en su día a día. Por su parte, esta autora establece tres dimensiones de la conciencia: a) percepciones de las mujeres, b) autonomía y autocontrol y c) interpretación feminista abierta. Los hallazgos de su trabajo, de hace muchas décadas, apuntaban ya a ideas aún vigentes como que, las feministas se refieren a las mujeres como personas que luchan por la autonomía en diferentes situaciones de la vida. Las feministas introducen el feminismo en su interpretación de la vida cotidiana y perciben situaciones de manera diferente a las no feministas, lo que lleva a la conclusión de que su experiencia subjetiva es diferente.

No obstante, sabemos que la conciencia feminista no es monolítica ni unidimensional. También la dimensión emocional es clave para la conciencia. Y observamos especialmente que, los estudios apuntan a una conciencia mediática feminista en la que el afecto toma cuerpo en redes sociales. Así el estudio de lolanda Tortajada y Teresa Vera (2021) hace hincapié en las conexiones digitales que promueven las redes sociales y permiten a las mujeres compartir sus experiencias, y sus emociones. La rabia, la frustración y la ira provocada por el sexismo y la opresión interseccional pueden ser compartidas en redes intercambiando las prácticas de opresión que sufrimos día a día. Estudios recientes como el de Silvia Dauder y Martínez (2024) se

centran en esta emoción en una doble dimensión personal y política. De hecho, el propio término feminista está cargado de emociones y tiene un fuerte significado simbólico (Elder *et al.*, 2021). Según Catherine D'Ignazio *et al.* (2020) la política feminista comienza en los sentimientos y siempre las emociones han formado parte de los primeros grupos de sensibilización y de concienciación donde el objetivo es reorganizar esos sentimientos y experiencias y vincularlos con claves estructurales de opresión y discriminación para poderlos trasladar a políticas. Según esta autora:

"Navegar por el trauma y las emociones intensas es consistente con la toma de conciencia feminista, que siempre se consideró no solo una práctica política sino también una práctica curativa: una forma de procesar el dolor individual, reconocerlo como un patrón estructural y canalizarlo hacia la transformación colectiva" (p.150).

Para Salsabel Almanssori (2020) el malestar, la resistencia y la ira se encuentran entre las emociones que las pedagogías feministas teorizan como parte del proceso de aprendizaje.

4. Sensibilidad mediática postfeminista como una nueva dimensión de la conciencia.

En este apartado nos centramos en el constructo de "sensibilidad postfeminista" propuesto por Rosalind Gill (2007, 2016) como dimensión para el estudio de la conciencia feminista en la cultura mediática. La sensibilidad postfeminista es para Rosalind Gill (2017, p. 163) una "categoría analítica crítica" que refleja las formas en que los ideales feministas y antifeministas se mezclan en la cultura mediática contemporánea estableciendo los nuevos derroteros del feminismo. Para Sarah Banet-Weiser *et al.* (2020) como categoría analítica nos permite indagar no solo en la forma en la que se crean, se expresan y circulan estos discursos multimodales, sino que también nos permite estudiar cómo se consumen y se reproducen.

Como concepto teórico crítico está imbricado en otros como el sexismo contemporáneo (Swim *et al.*, 1995), el sexismo invertido (Zehnter *et al.*, 2021), el retrosexismo (Menéndez, 2017) o la misoginia popular (Banet-Weiser, 2018). Concretamente, la "misoginia popular", subrayada también por su forma cultural conectada digitalmente, declara a las mujeres y al feminismo responsables de la creciente precariedad económica de los hombres (Banet-Weiser, 2018). Siguiendo la literatura sobre la sensibilidad mediática postfeminista está relacionada con: a) el énfasis en el individualismo, la elección y la agencia, b) el silenciamiento del origen e influencia estructural y cultural de las desigualdades, c) intensificación y ampliación de formas de vigilancia, seguimiento y disciplinamiento de los cuerpos de las mujeres a través del complejo industrial de la belleza en redes sociales, d) la reconstrucción de la subjetividad femenina basada en un paradigma de la transformación constante y comparada con una misma y con otras en las redes y medios de comunicación, e) el resurgimiento de ideas sobre la diferencia sexual natural como explicativa de la desigualdad. Y es que, para una sensibilidad postfeminista, la explicación de las diferencias entre hombres y mujeres en las oportunidades de vida se deben a cuestiones personales basadas en la autodeterminación o el empoderamiento individual, confundiendo a menudo su origen en las dinámicas estructurales, f) la visión de las mujeres y del feminismo como responsables de la creciente precariedad, pérdida de derechos y discriminación de los hombres.

La cultura mediática canalizada de forma exponencial en la actualidad a través de las redes sociales (Instagram, Tiktok...) y otros espacios virtuales como videojuegos y metaversos generan necesidades y crean expectativas configurando nuevas feminidades. Según Martínez-Jiménez (2021) aún, bregando con discursos contradictorios sobre la imagen de las mujeres y lo que se espera de ellas, muchas de nosotras vamos encarnando el ideal del "girl power" donde se mezclan los valores de igualdad, independencia y libertad individual con un marketing generacional que marca un camino a lo que ha de significar ser mujer hoy.

De acuerdo con lolanda Tortajada y Teresa Vera (2021) el postfeminismo está cobrando fuerza en redes sociales porque se ha constituido en una nueva identidad que obstaculiza las demandas del feminismo político y que emborrona el rol de la mujer en la actualidad reivindicando su identidad a través de una dudosa idea de empoderamiento. Para estas autoras, las redes sociales están imbuidas de mensajes propios de una cultura mediática postfeminista que consiste en apelar a la autenticidad, a la originalidad de la identidad personal, la importancia del personaje y la individualidad más que a lo colectivo. Lo que supone situar al feminismo en un espacio egocéntrico y de consumo con falsas ideas de empoderamiento sobre las mujeres.

5. Método

El método que seguimos en esta investigación crítica y participativa se fundamenta en la etnografía digital feminista (Varis, 2021) y se basa en la capacidad de los foros de discusión en entornos virtuales para generar espacios en los que circulen argumentos y reflexiones en torno a la cultura mediática, así como en torno a los comentarios, memes y otros contenidos multimodales de las redes sociales. De acuerdo con Debra Borkovich (2022, p.1) este tipo de metodología tiene la particularidad de que "el trabajo de campo se realiza en mundos virtuales, sitios web y sistemas en red", lo que nos permite ver y analizar una comunidad de práctica y explorar los sistemas de significados, a través de los discursos multimodales en línea y hacerlo de manera sostenida durante un periodo de tiempo. Las plataformas institucionales de enseñanza virtual permiten articular círculos de debate en línea que permiten integrar discursos multimodales que circulan en Internet a través de redes sociales como X, YouTube, TikTok o Instagram), metaversos (videojuegos, blogs, ...), noticias en prensa online, memes... Este tipo de estrategias facilitan la investigación-acción feminista y posibilitan con ello, que se realice la investigación en un entorno educativo, participativo y seguro. Es importante para la investigación feminista el respeto hacia las opiniones vertidas y vela en todo momento porque

se expresen reflexiones y emociones en un contexto acogedor y respetuoso con todas las formas de pensar y sentir, con todas las subjetividades. Esta condición es clave para el desarrollo de reflexiones personales en torno al feminismo y constituye un valor ético en este tipo de investigación (Jiménez-Cortés, 2021).

5.1. Participantes

Participan en la investigación 50 futuras educadoras en un total de 10 círculos de discusión en los que se recopilan y discuten un total de 120 contenidos digitales que recogen discursos multimodales que circulan en internet a través de redes sociales, prensa digital, cine, música y conforman la cultura mediática. Estas futuras educadoras son estudiantes de Ciencias de la Educación con edades comprendidas entre los 18 y 22 años que consideran participar en el estudio de manera voluntaria con el único incentivo de estar contribuyendo con su participación a la obtención de conocimiento científico que podrá ser empleado para la toma de decisiones, sobre propuestas educativas futuras en la materia.

La mayor parte de los contenidos digitales son propuestos por las futuras educadoras y tienen la particularidad de que son revulsivos en torno a temas actuales de nuestra realidad social y son de diversa tipología como noticias de prensa, comentarios, extractos de programas de televisión, videos de canales de YouTube, canciones, videos de campañas de concienciación institucionales, viñetas y tiras de humor, videos de TikTok, videos de Instagram o red social x, memes y comentarios en redes o plataformas ciudadanas como osoigo, o páginas como fotogramas, tráileres de cine, entre otros.

5.2. Técnica, instrumento y procedimiento de recogida de datos

Para esta investigación empleamos la técnica de grupo de discusión canalizada a través de la organización de círculos virtuales dialógicos y de aprendizaje. La recogida de datos se realiza en entornos virtuales de aprendizaje, en el marco de plataformas institucionales y comprende una fase de selección de contenidos digitales, de análisis y reflexión. Para ello, se habilitan un total de 10 círculos de discusión virtuales (anónimizados e identificados con letras griegas) para la reflexión conjunta sobre los contenidos digitales recopilados y seleccionados desde las propias experiencias personales.

Las participantes comparten el contenido que ha de ser sometido a análisis y elaboran sus aportes individuales y grupales en torno al mismo. Los criterios para la selección de contenido son: a) contenido digital misógino que ya hayan visto por redes o recibido a través de WhatsApp y que consideren que hay que comentarlo, b) contenido digital que, según su criterio, sea feminista o antifeminista, c) contenidos digitales que según su criterio sea un exponente de roles y estereotipos de género y que circula por las redes sociales y d) contenido digital viral que, según su criterio, tiene un perfil machista y misógino. No se establece límite para los contenidos seleccionados para analizar y debatir. Se establecen para el círculo de discusión algunas preguntas guía que sirven para estimular el análisis y poder desarrollar de forma dialógica procesos de aprendizaje ante el impacto de estos contenidos de la cultura mediática. Las preguntas hacen referencia a: a) ¿Qué te sugiere el contenido digital? ¿Qué representa o refleja?, b) ¿Qué emociones suscita?, d) ¿Desde una perspectiva feminista que supone? En estos círculos participa profesorado feminista dinamizando los debates y aportando reflexiones.

Esta investigación tiene informe favorable de un comité de ética institucional. Se solicita a las participantes consentimiento informado en el que hacemos hincapié en que no anticipamos ningún riesgo particular al participar en esta investigación; sin embargo, siempre existe la posibilidad de que la participación en la investigación plantea cuestiones que requieran reflexión y elaboración de respuestas meditadas.

5.3. Enfoque y procedimiento de análisis de datos

Se adopta un enfoque combinado de análisis temático reflexivo (Braun y Clarke, 2022; Braun *et al.*, 2023) y análisis crítico feminista del discurso (Lazar, 2014). El análisis temático reflexivo permite en la investigación feminista incorporar la reflexividad como recurso del análisis de datos en la forma de proceder para la construcción de temas apoyados en evidencias científicas. El enfoque crítico del discurso aporta estrategias de indagación críticas que profundizan en el sentido y significado del lenguaje que se emplea y de su contexto (como analizar metáforas y otros recursos discursivos específicos).

Se siguen seis fases en el análisis de los datos:

- La fase de familiarización con el conjunto de datos (multimodales) y su contenido implica ver, escuchar, leer y releer los datos, para sumergirse y familiarizarse íntimamente con su contenido, y tomar notas sobre sus observaciones e ideas analíticas iniciales, tanto en relación con cada elemento de datos individual (por ejemplo, una reflexión en el espacio virtual) como en relación con todo el conjunto de datos (por ejemplo, el conjunto de discusiones en torno a un contenido digital). El programa informático Atlas.ti. v. 24 permite la incorporación de "memos" que actúan como notas sobre las que se elaboran reflexiones iniciales de las observaciones y lectura de los datos. Este software permite recuperar estos memos durante el proceso analítico para reflexionar sobre ellas facilitando el trabajo de síntesis, la toma de decisiones metodológicas y la codificación de ideas. Se emplearon especialmente memos teóricas basadas en la lectura de literatura científica.
- En la fase de codificación se construyen etiquetas concisas (códigos) que capturan y evocan características importantes de los datos que podrían ser relevantes para abordar las preguntas de investigación. No obstante, en este proceso se tienen en cuenta conceptos teóricos extraídos de la literatura científica de referencia. En esta fase se codifica todo el conjunto de datos, con dos o más rondas de codificación,

y luego cotejar todos los códigos y todos los extractos de datos fundamentales, para etapas posteriores de análisis. Para ello, empleamos el software Atlas.ti. v.24 que nos permite la codificación inicial de diferentes maneras combinadas, desde códigos “in vivo” que preservan ideas en las propias voces de las participantes como codificación abierta y por lista para la construcción de etiquetas y significados vinculados a los discursos. Durante las primeras rondas de familiarización con los datos se emplearon todas las formas disponibles de codificación.

- c) En la fase de construcción de temas iniciales, se examinan los códigos y los datos recopilados para comenzar a desarrollar patrones de significado más amplios y significativos (temas potenciales) y se comienzan a recopilar datos relevantes para cada tema candidato. Estos temas se generaron con base en percepciones personales de quien investiga sobre patrones amplios de significado en todos los códigos. Desarrollamos tres temas generales preliminares y siete subtemas vinculados.
- d) En la fase de desarrollo, revisión y organización de temas en mapas mentales visuales, comparamos los temas candidatos con los datos codificados y el conjunto de datos completo, para asegurarnos que cuentan una “historia” adecuada de los datos y que aborda las preguntas de investigación. En esta fase se desarrollan más los temas. Al revisar el análisis, se tuvo en cuenta que cada tema debía tener un concepto centralizador, los conceptos centralizadores debían ser únicos para cada tema, cuál era la relación y los límites entre los temas, y que los temas contaban una historia coherente que reflejaba el conjunto de datos y las respuestas a las preguntas de investigación.
- e) Se refinó, se nombró y organizó la estructura de temas, desarrollando un análisis detallado de cada tema, determinando el alcance y el enfoque de cada tema y determinando la “historia” de cada uno.
- f) Los resultados se redactan entrelazando la narrativa analítica y los extractos de datos, y contextualizamos el análisis en relación con la literatura existente y con las reflexiones, metodológicas, teóricas (la limitación de espacio de este artículo hace que no podamos profundizar más en los resultados expuestos siendo fieles al carácter de esta perspectiva analítica).

Se sigue como criterio de rigor la reflexividad entendida como “reconocimiento de que la investigadora o el investigador no es una figura aislada del contexto, grupo, cultura... que intenta comprender y representar, sino que forma parte de él” (Jiménez-Cortés, 2021, p.192).

La Figura 1 recoge los temas y subtemas en una primera ronda de análisis y seguimos una segunda ronda de análisis con un mayor nivel de abstracción y agrupación en temas superiores para la identificación y determinación de los tipos de conciencia feminista (ver en Figura 2).

Figura 1. Temas y subtemas principales en primera fase de análisis

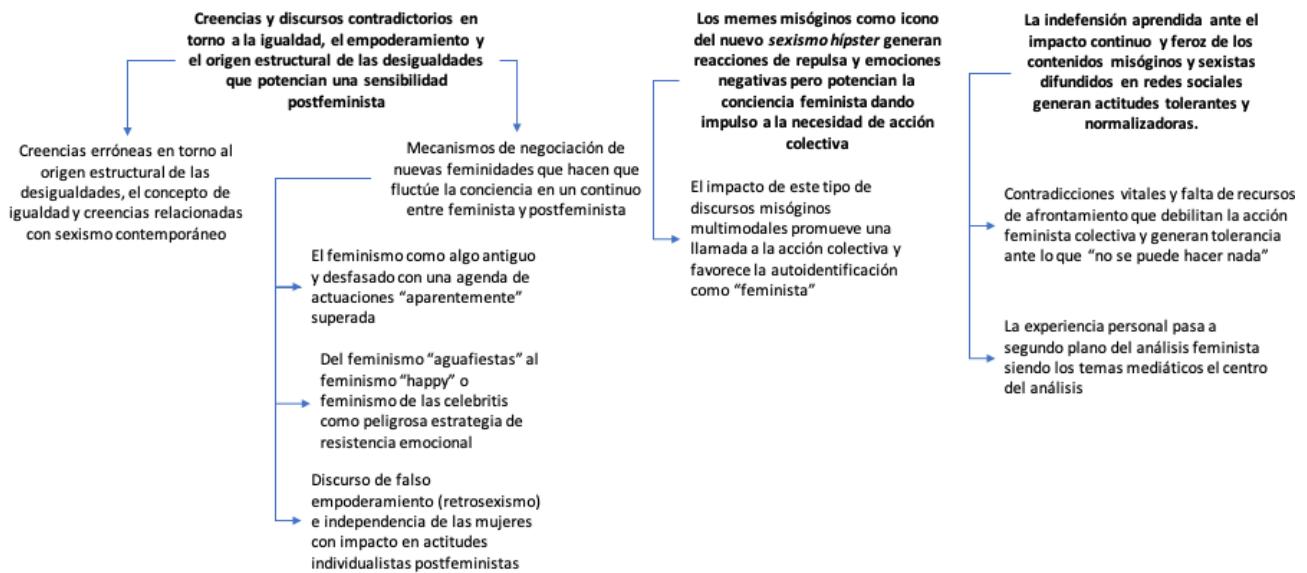


Figura 2. Reagrupación en temas superiores de mayor nivel de abstracción interpretativa en segunda ronda de análisis

Tipos de conciencia feminista mediática			
Conciencia pseudofeminista	Conciencia feminista "happy"	Conciencia feminista "celebrity"	Conciencia feminista "engaged"
<ul style="list-style-type: none"> -Realizan análisis esencialistas sobre las desigualdades de género y no emplean argumentos explicativos desde claves estructurales. -No se autoidentifican como feministas. -Tienen conceptos erróneos de igualdad de género. -Muestran discursos amparados en creencias sexistas contemporáneas. -Muestran discursos pseudofeministas (por ejemplo, temor a discriminar a los hombres si no se incluyen en el discurso y hablar en términos genéricos de "personas" cuando la situación alude específicamente a experiencias de mujeres) 	<ul style="list-style-type: none"> -Reaccionan con actitudes tolerantes y normalizadoras ante el impacto continuo y feroz de los contenidos misóginos y sexistas difundidos en redes sociales especialmente los derivados de la industria musical del trap y reggaetón. -Conciben el feminismo como algo antiguo y desfasado con una agenda de actuaciones "aparentemente" superada pero reconocen el papel del feminismo y se sienten interpeladas por él cuando entran en contradicciones. -No se autoidentifican como feministas, pero asumen los discursos multimodales "políticamente correctos" -Escasa resistencia emocional y conductas proactivas ante el impacto de contenido misógino. Muestran una indefensión aprendida para preservar el bienestar. 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizan análisis de las desigualdades de género desde una visión esencialista del poder de las capacidades personales de hombres y mujeres -Tienen creencias sobre el empoderamiento relacionadas con la libertad de elección de las mujeres en torno a su cuerpo y su sexualización mediática -Autoidentificación como "feminista" -Validan el "feminismo de celebrities" muy asociado a la independencia personal, a las narrativas íntimas transmedia de influencers y a la actitud individualista ante la vida -Desarrollan mecanismos de negociación de nuevas feminidades que hacen que fluctúe la conciencia en un continuo contradictorio entre feminista y postfeminista 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizan análisis de las desigualdades de género desde una visión estructural del poder y sitúan en el análisis sus experiencias personales -Realizan una llamada a la acción colectiva como repulsa al impacto de discursos misóginos multimodales -Autoidentificación como "feminista" -Muestran "conciencia de grupo" en el reconocimiento de situaciones discriminatorias o desiguales -Muestran una firme reacción emocional de rechazo, tristeza y vergüenza ante el <i>sexismo hipster mediático</i> canalizado por los memes misóginos y machistas.

Mostramos a continuación el desarrollo y exposición de resultados conforme a los temas y subtemas expuestos en las Figuras 1 y 2.

6. Resultados

6.1. Creencias y discursos contradictorios en torno a la igualdad, el empoderamiento de las mujeres y el origen estructural de las desigualdades que potencian una sensibilidad postfeminista

6.1.1. *La falta de conciencia feminista se asocia a explicaciones distorsionadas del origen de las desigualdades, falta de reconocimiento de las mujeres como sujetos de experiencias específicas de discriminación, conceptos de igualdad erróneos y sexismo contemporáneo/retrosexismo*

Los análisis esencialistas sobre las desigualdades de género son uno de los principales indicadores de una falta de conciencia feminista o pseudoconciencia feminista. En el desarrollo de la conciencia feminista la experiencia de opresión y las situaciones vividas de discriminación pasan de tener una explicación en el marco de una experiencia personal a una conexión con patrones más amplios de desigualdad social y estructural. De hecho, este es el principal objetivo de los grupos de concienciación feministas (D'Ignacio *et al.*, 2020). Son indicadores de una pseudoconciencia feminista: a) no cuestionar el origen estructural de esas desigualdades ni tener argumentos para explicarlas, vinculándolas a patrones sociales más amplios o incluso esgrimiendo argumentos desenfocados. Esto muestra un estado de inconsciencia con respecto a las desigualdades entre hombres y mujeres, b) apelar a esencialismos, estereotipos de género (como las mujeres son "frágiles", "sentimentales", "inservibles"...) y diferencias biológicas como por ejemplo, la "fuerza", para justificar lo que, aparentemente, entienden como una desigualdad de género, c) mantener un concepto de igualdad que consiste en hacer lo mismo que los hombres y con las mismas cualidades (por ejemplo: "entrenando de la misma forma podemos tener la misma fuerza"). Observamos estos indicadores en extractos de reflexiones:

"Me parece muy injusto que las mujeres no puedan luchar en las guerras, es problema de los hombres que nos ven frágiles, sentimentales e inservibles para combatir. Es cierto que, generalmente, las mujeres tenemos menos fuerza que los hombres (quitando claramente las excepciones que hay en toda regla), pero eso no quita que seamos menos útiles, ya que no solo cuenta la fuerza, sino también la precisión, la velocidad y muchas otras virtudes que tanto hombres como mujeres tenemos" (Círculo Lambda).

"Si hay mujeres en el ejército, es porque quieren irse a las misiones por el hecho de ayudar, puesto que eso es lo que les gusta. Y no entiendo por qué se suele pensar que ellas son más débiles, ya que, entrenando de la misma forma que un hombre, ambos pueden llegar a tener la misma fuerza y habilidades" (Círculo Gamma).

El feminismo es resignificado en términos de búsqueda de una falsa igualdad, donde los estereotipos de género y los roles de género se invierten para que las relaciones entre hombres y mujeres adquieran un rango igualitario. En el siguiente fragmento se puede observar por ejemplo, que ser feminista puede consistir en que las mujeres regalen también flores y bombones o abrir la puerta para dejar pasar a los hombres o entregar la fuerza de la misma manera:

"La definición de feminismo no se basa en que ahora sean las mujeres las que siempre paguen, abran las puertas para dejar pasar a los hombres, tengan detalles, regalen flores o bombones; claramente

todo esto lo pueden hacer ellas, pero eso no significa que lo tengan que hacer solo ellas por ser feministas, los hombres también pueden tener estos gestos porque, el feminismo siempre busca la igualdad" (Círculo Lambda).

Las contradicciones discursivas en este tipo de pseudoconsciencia feminista se aprecian en expresiones como: "no significa que lo tengan que hacer solo ellas por ser feministas, los hombres también pueden tener estos gestos". En estos relatos se abre un espacio de interpretación discursiva en la que se les da permiso a los hombres para tener estos gestos, aunque seamos feministas. Con ello, tratan de no entrar en contradicción simbólica con la imagen que tienen del feminismo y con la posible identificación como feministas.

Parte de estas contradicciones discursivas surgen relacionadas con una imagen mediática de las mujeres como "fuertes, valientes e independientes y no tenemos que sentirnos en la obligación de hacer nada" (Círculo Lambda)". La idea de mujer empoderada es persistente en los relatos asociados a la independencia y a los valores de criarse en una sociedad democrática. No obstante, esa idea de empoderamiento entra en contradicción discursiva y se cuestiona a la luz de ideas y discursos retrosexistas contemporáneos (Menéndez, 2017) como que la ley hoy en día favorece más a las mujeres:

"Las mujeres somos fuertes, valientes e independientes y no tenemos que sentirnos en la obligación de hacer nada, simplemente eso me parece un poco más una excusa, ya que tal y como está la ley hoy en día la mujer tiene muchas más "ventajas" de ganar el caso" (Círculo Lambda).

También se observan discursos que entran en contradicción y diluyen la idea de que las mujeres son sujetos de experiencias específicas de discriminación y que les ocurre por ser mujeres. De tal manera que emplean términos y expresiones genéricas que justifican esa falta de exclusividad en la experiencia vivida "al igual que cualquier persona". Esto evita concentrar la interpretación en el hecho de que ser mujeres es la causa que explica la situación vivida:

"Es frustrante ver cómo las mujeres, al igual que cualquier persona, enfrentan críticas y comentarios ofensivos simplemente por compartir su trabajo o experiencias en las redes sociales" (Círculo Beta).

6.2. Mecanismos de negociación de nuevas feminidades que hacen que fluctúe la conciencia en un continuo entre feminista y postfeminista

Se identifican tres mecanismos de negociación de nuevas feminidades y, por tanto, diversos tipos de conciencia feminista. Estos mecanismos de negociación que hemos explorado a partir del análisis crítico del discurso implican: a) considerar el feminismo como algo antiguo y desfasado, por lo tanto, no se puede sustentar una agenda de actuaciones lo que implica, a su vez, un riesgo de paralización de la acción colectiva, b) recurrir a otras formas de identidad feminista como la "happy" o la de celebrities, que son más amigables en los tiempos actuales y menos comprometidas que "el feminismo que se enfada" (en términos de Sarah Ahmed, 2023) y también son mucho más accesibles desde la cultura mediática en tanto que más representadas y c) conectar con una idea de empoderamiento de las mujeres amparada en la individualidad, en el consumo de productos, en el poder de la marca personal y mediática, y en la capacidad de poder elegir el nivel de sexualización, de sensualidad y de exposición del cuerpo en redes y medios.

6.2.1. El feminismo como algo antiguo y desfasado con una agenda de actuaciones "aparentemente" superada

Entre lo que la literatura considera conciencia feminista y postfeminista se pueden identificar empíricamente una diversidad de tipos de conciencia feminista mediática que expondremos a continuación. Una "conciencia feminista happy" se manifiesta asociada a la consideración de que el feminismo es algo desfasado. De hecho, para Rosalind Gill (2016), las ideas postfeministas inscritas en el imaginario mediático denotan una nueva identidad donde el rol de las mujeres, actualmente, implica reivindicar el empoderamiento y denostar las demandas del feminismo político al considerarse algo pasado que ya no tiene lugar. Estas ideas se observan en algunos de los discursos de los estudiantes dando por supuesto que el feminismo ya ha conseguido todos sus logros y que ya no hay motivos para la reivindicación o para seguir movilizándose como consideraban lolanda Tortajada y Teresa Vera, (2021). Por ejemplo, en el siguiente fragmento se observa cómo el tema del reparto igualitario de tareas del hogar es calificado como una "situación muy vista", y se hace referencia a algo pasado "antiguamente", "antes" y que, desde un punto de vista crítico e interpretativo, las aburre porque como afirman "hoy en día hay igualdad":

"Antiguamente, las mujeres no trabajaban y entonces se dedicaban a las tareas del hogar, pero actualmente esto no es así, (...). Esta situación está muy vista, pero poco a poco van cambiando, sobre todo aquellos hombres que saben que sus mujeres también se cansan y que no son máquinas, y ellos deciden ayudarlas" (Círculo Kappa).

"En este vídeo, una chica la cual estudia derecho para dedicarse a ser abogada compara cómo sería esa situación hace muchos años, ya que antes a las mujeres no se les permitía trabajar, puesto que, eso era trabajo de hombres mientras que la mujer se dedicaba a las tareas de casa, hoy en día hay igualdad de trabajo (al menos en España) y cada mujer puede dedicarse a su trabajo de ensueño sin ser juzgada por nadie" (Círculo Lambda).

6.2.2. Del feminismo “aguafiestas” al feminismo “happy” y el feminismo de celebrities como peligrosa estrategia de resistencia emocional

Sarah Ahmed (2023) ha categorizado el feminismo aguafiestas como el feminismo que se enfada. Según Iolanda Tortajada y Teresa Vera (2021) el postfeminismo selecciona aquellos elementos que mejor funcionan desde las lógicas neoliberales para dirigir los discursos hacia el autodesarrollo y el deseo de las mujeres de ser constantemente mejores. Y esto se acompaña de una idea de que el feminismo no está ahí para hacernos sufrir, sino todo lo contrario, para facilitar un sentimiento de comodidad con un feminismo más “happy”. Como afirma Laura Martínez-Jiménez (2021) es un feminismo que se vende y se consume en los medios como más sencillo y agradable porque evita el esfuerzo propiamente feminista de vivir siempre a contracorriente. Como observamos en la reflexión siguiente, “quitarse las gafas moradas y divertirse”, conlleva la asignación de la etiqueta de “falsa luchadora” en el movimiento feminista, que, en definitiva se interpreta como una falta de coherencia entre pensamiento y acto:

“En este video podemos observar, como esta chica comenta sobre que algunas mujeres quieren “quitarse las gafas moradas”, a lo cual se refiere dejar esa perspectiva feminista y bailar las canciones en las fiestas para divertirse y pasarlo bien (...) por cosas como estas de quitarnos las “gafas moradas” en ciertos casos, se les puede tratar de falsa lucha o falsas luchadoras y tratarlas de manera mucho más despectiva” (Círculo RHO).

6.2.3. Un potente discurso de falso empoderamiento (retrosexismo) e independencia de las mujeres con impacto en actitudes individualistas postfeministas

Para Wendy Peters (2022) los discursos postfeministas utilizan la “elección” y el “empoderamiento” de las mujeres como herramientas regresivas en los medios de comunicación, en la cultura popular y en las redes sociales. Así, aspectos que para el feminismo han sido siempre considerados como opresores como, por ejemplo, la utilización del cuerpo femenino, la belleza, la perfección... son ahora un referente de la liberación y la capacidad de decisión de las mujeres (Martínez-Jiménez, 2021). En nuestro estudio esta idea persiste y se puede observar en los siguientes relatos donde el cuerpo y la sexualización en redes es símbolo de empoderamiento porque es “elección” de las mujeres:

“Él no tiene que dejar o no dejar hacer algo a su novia porque no es su dueño, y mucho menos decir ese comentario de “tener Instagram es de buscona”, puesto que el tener Instagram y subir fotos tanto en bikini o de tu cara es algo normal, te quieres mostrar tal y como eres, y como se suele decir: mi cuerpo, mi decisión” (Círculo PHI).

Estas ideas relacionadas con el tipo de conciencia feminista se asocian a un perfil de feminismo de celebrities cuyos ideales encarnan influencers y celebridades que muestran a mujeres con pluralidad de opciones, para las que no existen barreras estructurales para tener éxito y haciendo que la responsabilidad, como afirmaba Angela McRobbie (2007), recaiga de manera individual en cada mujer. Esto limita la necesidad de acción colectiva e incluso restringe la crítica social. Es lo que Douglas, (2010, p. 12, cit. en Peters, 2022) considera una mezcla de poder exacerbado y de sexismo irónico que hace que el patriarcado pudiera hasta ser considerado placentero.

Para María Isabel Menéndez (2017) esto supone un impacto en la negociación de las subjetividades femeninas en directa relación con el cuerpo y más concretamente, con su constitución como un artefacto de seducción que da poder a las mujeres y es símbolo de autoestima, de libertad, de capacidad de elección:

“Lamentablemente, hoy en día sigue habiendo personas que piensan que el problema de sexualizar una foto es porque la mujer intenta “provocar” y no porque se sienta bien con ella misma, se quiera y se valore” (Círculo Gamma).

6.3. Los memes misóginos como ícono del nuevo sexismo hípster generan reacciones de repulsa y emociones negativas, pero potencian la conciencia feminista dando impulso a la necesidad de acción colectiva

Los memes como discursos multimodales que circulan por redes sociales pueden asumir un rol múltiple y ser herramientas útiles para el activismo, pero también pueden camuflar en el humor formas sutiles de discriminación y de mantenimiento del status quo y de relegación de las mujeres a determinados roles y espacios. Además de representar con especial virulencia machismo y misoginia. Así, lo recogen estas reflexiones:

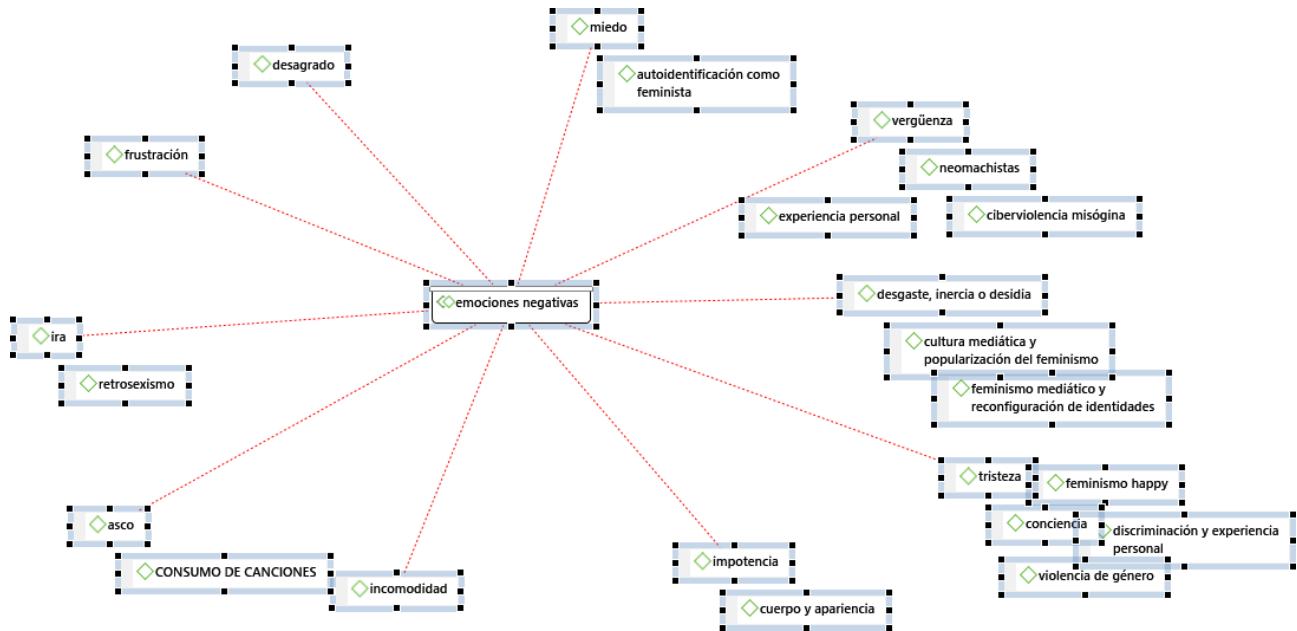
“En concreto para mí este meme representa el acoso sexual sistemático hacia las mujeres que aún existe en nuestra sociedad, y en el que incluso familiares o personas cercanas de nuestro entorno son partícipes. Este meme normaliza este tipo de violencia y no realiza ninguna labor para erradicar y acabar con este tipo de comportamientos” (Círculo Alfa).

“Esta imagen refleja cómo siguen existiendo chistes y memes sobre machismo y que gran parte de la población le ríen la gracia, que nadie es capaz de alzar la voz y de decir que eso está mal, ya que, hacerlo uno solo es muy difícil, esto se consigue uniéndonos, y pocas personas se quieren manchar las manos con este tipo de situaciones tan delicadas” (Círculo Beta).

El análisis realizado muestra además cómo se asocian a emociones negativas. La figura 3 muestra que, los contenidos retrosexistas, se asocian con la ira y la rabia, los contenidos relacionados con el cuerpo y la

apariencia se asocian con sentimientos de impotencia, así como la aparición de otras emociones como frustración, desagrado... (ver Figura 3).

Figura 3. Red de coocurrencias entre códigos centrada en el nodo de emociones negativas



De acuerdo con Salsabel Almanssori (2021) el malestar, la resistencia y la ira se encuentran entre las emociones que las pedagogías feministas teorizan como parte del proceso de aprendizaje y Catherine D`Ignazio (2020) considera que las emociones son fundamentales en un grupo de sensibilización. De hecho, hace referencia a cómo una breve guía para dirigir un grupo de sensibilización menciona los “sentimientos” más de cien veces. Los procesos de aprendizaje y de formación feminista implica desentrañar esos sentimientos y experiencias y relacionarlos con patrones más amplios de opresión para poder plantear actuaciones políticas.

6.3.1. *El impacto de los memes (como tipo de discurso misógino multimodal) promueve una llamada a la acción colectiva y favorece la autoidentificación como “feminista”*

Los memes misóginos y discriminatorios representan una nueva forma de sexismó hípster (Valencia, 2015) que se asocia con una necesidad de actuación inmediata y una llamada a la acción colectiva:

“Considero que no solo vale decir soy feminista, apoyo a las mujeres y estoy contigo. Está claro que una manifestación no va a hacer que de un día para otro todo cambie y dejen de pasar ese tipo de cosas en la actualidad, pero lo que sí que transmite a la gente es hacerles ver que las mujeres no estamos calladas y que nunca nos vamos a callar hasta que esto no cambie de alguna forma u otra” (Círculo Beta).

Los memes misóginos y discriminatorios funcionan como reactivos y promueven una conciencia feminista comprometida facilitando la reflexión sobre el feminismo:

“Pienso destacar que la lucha feminista no busca la superioridad de la mujer sobre el hombre, sino la eliminación de las desigualdades de género en todos los aspectos de la vida. La idea de que ser un hombre es más difícil que ser una mujer en la actualidad puede reflejar una falta de conciencia sobre los problemas, que aún enfrentan las mujeres en muchos aspectos, a pesar de los avances logrados” (Círculo RHO).

6.4. La indefensión aprendida ante el impacto continuo y feroz de los contenidos misóginos y sexistas difundidos en redes sociales generan actitudes tolerantes y normalizadoras.

En el análisis que hemos desarrollado apreciamos una amplia presencia de contenidos digitales relacionados con la música. Contenidos muy instaurados en un nuevo movimiento de una parte de la industria musical actual que se caracteriza por la violencia, la misoginia y el sexismo en las canciones y géneros musicales como el trap latino o el reggaetón. El calado de estos géneros musicales en la cultura mediática muestra actitudes en el discurso de las futuras educadoras que interpretamos como indefensión y conductas tolerantes ante un impacto feroz al que terminan “acostumbrándose”.

6.4.1. *Contradicciones vitales y falta de recursos de afrontamiento que debilitan la acción feminista colectiva y generan tolerancia ante lo que “no se puede hacer nada”*

La situación que generan estos contenidos digitales en las futuras educadoras es contradictoria a nivel vital y se observa una falta de recursos de afrontamiento. Lo que supone que generan tolerancia hacia su consumo y resistencia emocional como muestran las expresiones: “pelear contra ellas” o “aprender a convivir”. Así, lo observamos en las siguientes reflexiones:

“Estoy totalmente de acuerdo con M., las canciones de hoy en día tan virales, dejan a la mujer en muy mal lugar. Sin embargo, como ha comentado B., son canciones pegadizas y que escucho muy en mi día a día. En mi caso, solo las escucho, si me centro en la letra sé perfectamente lo mal que se trata a la mujer” (Círculo Kappa).

El feminismo las interpela, y en este proceso discursivo lo catalogan y justifican como presión social ante la conciencia de que hay contradicciones en sus conductas: las canciones de reggaetón pueden tener letras obscenas y misóginas, pero hay que bailarlas y dejarlas estar:

“Invita a una reflexión respecto a lo que estas canciones nos hacen sentir y si nos vemos con las fuerzas de “pelear” contra ellas y dejar de escucharlas, aunque estén pegadas en todas partes o simplemente aprender a convivir con ellas y esperar a que la situación mejore” (Círculo Omega).

6.4.2. *La experiencia personal pasa a segundo plano del análisis feminista siendo los temas mediáticos el centro del análisis reflexivo*

Para Catherine D'Ignazio *et al.* (2020) la sensibilización feminista no es sólo "sensibilización", sino más bien una práctica histórica y contemporánea específica que se tiene que comprender en el marco de las experiencias personales de opresión. Por ello, en nuestro proceso de análisis interpretamos la experiencia personal asociada a una conciencia feminista comprometida. Cualquier análisis de lo social atraviesa en primer lugar por la vivencia personal. Las historias personales se articulan como un indicador de conciencia feminista cuando se reflexiona sobre situaciones de privilegios, opresiones, discriminaciones, etc. Es decir, denotar conciencia de cómo funcionan los patrones de opresión es transitar de la creencia de que un problema es individual a verlo como un problema colectivo y que afecta a más mujeres. Por ello, exploramos en el análisis el lugar que ocupa la experiencia personal en los relatos. Los resultados muestran que el centro de sus análisis reflexivos de los contenidos digitales son los temas mediáticos fundamentalmente. Destacamos algunos relatos en los que la experiencia personal resulta el punto de referencia discursiva:

“La película refleja alguna situación que todas las mujeres hemos vivido y creo que sobre todo la escena en la que ella está andando por la playa y muchos hombres la miran y le gritan cosas, es una situación que muchas de nosotras hemos vivido y que por desgracia hemos tenido que aprender a vivir con ello cuando no es una cosa normal ni aceptable” (Círculo RHO).

Una lectura de la Figura 2 permite completar y articular otra forma de narrar los resultados que acabamos de exponer. Ya que, en ella se recogen los indicadores observados para cada tipo de conciencia feminista, facilitando la comprensión de los hallazgos a partir de la exposición de estas tipologías de manera comparativa.

7. Conclusiones

Este estudio de profundización en la conciencia feminista a través del discurso de futuras educadoras nos permite dar respuesta a los objetivos planteados. En relación con el primer objetivo específico llegamos a comprender las subjetividades e identificar las contradicciones a las que nos enfrentamos cuando estudiamos la conciencia feminista en mujeres con el perfil determinado de nuestras participantes. También observamos estados de la conciencia feminista, a la vez que, un análisis temático reflexivo, permite hacer interpretaciones y valoraciones críticas apegadas, también, a la conciencia de quien investiga, quien nombra y reflexiona en torno a temas que consideramos co-construidos en el marco de los círculos de debate. La fluctuación entre reflexiones feministas y postfeministas muestra cómo el manejo de ideas falsas sobre el empoderamiento de las mujeres y el empleo de elementos que son símbolos de opresión como el cuerpo, la llamada a la perfección o la belleza, se enarbolan en la cultura mediática actual y las redes sociales como referentes de un feminismo de celebridades. Este se aprecia centrado en la capacidad de elección, en el poder del cuerpo y la sexualización en redes como un “nuevo poder” de las mujeres. También observamos cómo una falsa idea de empoderamiento apoyada en ideas individualistas de independencia de las mujeres y de éxito personal consumidas a través de los medios como nuevas opciones postfeministas resultan ser amigables para estas mujeres jóvenes. Esta situación pervive con la creencia de que el feminismo tiene una agenda antigua y que, actualmente, estamos en momentos de igualdad consolidada, al menos en España. A su vez, este discurso sutil sobre un feminismo trasnochado emerge contradictorio con viejas prácticas de opresión y resistentes estereotipos de género que resurgen, pero disfrazados en nuevas formas mediáticas y digitales que albergan discursos misóginos desde el atractivo de lo multimodal.

Otros recursos discursivos se amparan en narrativas políticamente correctas sobre el feminismo (al sentirnos continuamente interpeladas por lo que es o no es “ser feminista”) pero con contradicciones en las argumentaciones y explicaciones de las situaciones analizadas mostrando que no se comprende el carácter estructural de la desigualdad entre hombres y mujeres. Siendo este uno de los aspectos básicos de los

procesos de concienciación feminista. Conviven conceptos erróneos de igualdad basados en esencialismos de género, capacidades, oportunidades de las mujeres y voluntades para llegar a ser “lo mismo” que los hombres. Además de identificar recursos discursivos con connotaciones de disculpa amparados en utilizar términos genéricos (como “personas”) para evitar discriminar a los hombres en unas situaciones que son propias de experiencias de las mujeres, por ser mujeres.

Con respecto al segundo objetivo específico la investigación ha permitido poner de relieve emociones negativas asociadas a la vida en red y especialmente a la repulsa de memes mediáticos que usan el humor en un sentido reafirmador de la misoginia. Emociones como la ira, el asco, la tristeza aparecen como una constante en los análisis reflexivos. Estas emociones se asocian, como ya muestra la literatura científica, con un compromiso con la acción colectiva y una llamada a la actuación. Pueden ser por tanto, recursos educativos estratégicos para la formación feminista.

Hemos dado cobertura al tercer objetivo específico, comprendiendo que el consumo, reproducción y tolerancia de las ideas que se asocian a diferentes conciencias feministas están relacionadas con la persistencia en medios de una música misógina que genera contradicciones vitales entre el disfrute personal (atendiendo a la llamada del feminismo *happy*) y la resistencia (apartando metafóricamente y momentáneamente lo que consideran “las gafas violetas” para poder disfrutar puntualmente de la vida). El feminismo se percibe como un ente social vigilante que las interpela y las puede llegar a señalar como falsas luchadoras si consumen música misógina o se dejan regalar flores o bombones. Estas contradicciones vitales quedan patentes en los discursos.

Por último, en cuanto al cuarto objetivo específico, la identificación y caracterización de cuatro tipos de conciencia feminista aporta un conocimiento que facilita el diseño de una pedagogía digital feminista efectiva. A su vez, nos permitirá trabajar críticamente desde un plano formativo y fundamentado con las ideas contradictorias y paradójicas sobre el feminismo que manejan las futuras educadoras y que dificultan una formación especializada y una actividad feminista presente o futura comprometida con transformaciones urgentes y necesarias en nuestra sociedad. Además, aportamos un conocimiento que ha de contribuir a una educación para la justicia social en términos de igualdad entre hombres y mujeres.

Los indicadores de los tipos de conciencia feminista nos permiten diseñar instrumentos de medida cuantitativos apoyados en las propias voces. Algunos avances y protocolos están ya publicados (Jiménez-Cortés, 2025; Jiménez-Cortés et al., 2025). Estas medidas no pretenden clasificar, sino evaluar logros de las acciones educativas feministas que se emprendan y comprender los procesos formativos de la conciencia para diseñar propuestas pedagógicas en pro de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Entre las limitaciones de este estudio hay que destacar la complejidad del propio constructo que estamos abordando, y su multidimensionalidad. Es un reto para la investigación actual evaluar la formación feminista y valorar su impacto en la conciencia feminista. Sabemos que el contexto, los recursos usados como reactivos, las circunstancias personales, el perfil de participantes, la pericia en el debate reflexivo y en la co-construcción de temas pueden influir en los resultados y el conocimiento que presentamos, de ahí su carácter idiosincrático. Esta línea de trabajo requiere más investigación empírica en la que participemos mujeres con una mayor diversidad de voces, características y condiciones que nos permitan ir aportando un número más amplio de conocimientos situados. Así mismo, este trabajo también requiere la participación de hombres con el cometido de comprender su conciencia feminista.

Agradecimientos

Proyecto I+D 2022-141057OB-I00 de investigación financiado por MCIN/AEI /10.13039/501100011033 y por FEDER, UE. Alfabetización crítica feminista en la formación inicial docente para abordar los discursos multimodales de la cultura mediática y el metaverso (FREEDOM PROJECT).

Referencias bibliográficas

- Ahmed, S. (2023). *Manual de la feminista aguafiestas*. Caja Negra.
- Almanssori, S. (2020). Feminist pedagogy from pre-access to post-truth: A genealogical literature review. *Canadian Journal for New Scholars in Education/Revue canadienne des jeunes chercheurs et chercheuses en éducation*, 11(1), 54-68.
- Banet-Weiser S (2018). *Empowered: popular feminism and popular misogyny*. Durham, North Carolina
- Banet-Weiser S, Gill, R. & Rottenberg, C. (2020) Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation *Feminist Theory*, 21(1), 3-24
- Bargad, A., & Hyde, J. S. (1991). Women's studies: A study of feminist identity development in women. *Psychology of women quarterly*, 15(2), 181-201.
- Borkovich, D. J. (2022). Digital ethnography: A qualitative approach to inquiry in online spaces. *Proceedings of the International Association for Computer Information Systems-Europe*, 1-2.
- Braun V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE.
- Braun, V., Clarke, V., Hayfield, N., Davey, L., & Jenkinson, E. (2023). Doing reflexive thematic analysis. En *Supporting research in counselling and psychotherapy: Qualitative, quantitative, and mixed methods research* (pp. 19-38). Springer International Publishing.
- Dauder, D. G., & Martínez, G. G. (2024). El valor epistémico de la ira/rabia: De la ira psicologizada a la rabia politizada. *Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 21(1), 7-17.

- D'Ignazio, C., Michelson, R., Hope, A., Hoy, J., Roberts, J., & Krontiris, K. (2020). "The Personal is Political" Hackathons as Feminist Consciousness Raising. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW2), 1-23.
- Conlin, S. E., Douglass, R. P., Moradi, B., & Ouch, S. (2021). Examining feminist and critical consciousness conceptualizations of women's subjective well-being. *The Counseling Psychologist*, 49(3), 391-422. <https://doi.org/10.1177/0011000020957992>
- Downing, N. E., & Roush, K. L. (1985). From passive acceptance to active commitment: A model of feminist identity development for women. *The Counseling Psychologist*, 13(4), 695-709.
- Duncan, L. E., Garcia, R. L., & Teitelman, I. (2021). Assessing politicized gender identity: Validating the Feminist Consciousness Scale for men and women. *The Journal of Social Psychology*, 161(5), 570-592.
- Elder, L., Greene, S., & Lizotte, M. K. (2021). Feminist and anti-feminist identification in the 21st century United States. *Journal of Women, Politics & Policy*, 42(3), 243-259. <https://doi.org/10.1080/1554477X.2021.1929607>
- Evans, L. (2023). "Lo vamos a conseguir": Instapoetry as a vehicle for feminist movements in the contemporary Spanish context. *European Journal of English Studies*, 27(1), 101-121.
- Fischer, A. R., Tokar, D. M., Mergl, M. M., Good, G. E., Hill, M. S., & Blum, S. A. (2000). Assessing women's feminist identity development: Studies of convergent, discriminant, and structural validity. *Psychology of Women Quarterly*, 24(1), 15-29. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2000.tb01018.x>
- Gill, R (2007). Postfeminist media culture: elements of a sensibility. *European Journal of Culture Studies* 10(2): 147-166 <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R. (2016). Post-postfeminism? New feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist Media Studies*, 16(4), pp. 610-630. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>
- Gill, R (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: a postfeminist sensibility 10 years on. *European Journal of Cultural Studies* 20(6), 602-626.
- Green, P. (1979). The feminist consciousness. *The sociological quarterly*, 20(3), 359-374. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1979.tb01221.x>
- Henderson-King, D., & Stewart, A. J. (1999). Educational experiences and shifts in group consciousness: Studying women. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(3), 390-399.
- Hipólito, N., & Martínez I. (2021). Diálogos entre el Buen Vivir, las Epistemologías del Sur, el feminismo decolonial y las pedagogías feministas. Aportes para una educación transformadora. *Estudios Avanzados*, (35), 16-28.
- Jiménez-Cortés, R. (2021). Diseño y desafíos metodológicos de la investigación feminista en ciencias sociales. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (50), 177-200. <https://doi.org/10.5944/empiria.50.2021.30376>
- Jiménez-Cortés, R. (2025). Validación de la Escala Freedom para medir y evaluar la conciencia feminista en Educación Superior. Actas del VII Congreso Internacional Ciencia, Feminismo y Masculinidades (CI-CFEM).
- Jiménez-Cortés, R., Bueno, L. & Hermoso, A. (2025). Métodos feministas y protocolos para investigar y formar la conciencia de género en las aulas universitarias. En Laura Triviño, L., Analía Leite, y Virginia Martagón (Coords.). "Aula feminista" como espacio dialógico docente desde un enfoque transdisciplinar (pp. 97-112). Octaedro.
- Lazar, M. M. (2014). Feminist critical discourse analysis. En Susan Ehrlich, Miriam Meyerhoff, and Janet Holmes, *The handbook of language, gender, and sexuality*, (pp.180-199). Wiley
- Linabary, J. R., Corple, D. J., & Cooky, C. (2020). Feminist activism in digital space: Postfeminist contradictions in# WhyIStayed. *New Media & Society*, 22(10), 1827-1848. <https://doi.org/10.1177/1461444819884635>
- McRobbie, A. (2007). Top girls? Young women and the post-feminist sexual contract. *Cultural studies*, 21(4-5), 718-737.
- Martínez-Jiménez, L. (2021). Postfeminismo neoliberal: una propuesta de (re)conceptualización desde los estudios culturales feministas. *Investigaciones feministas*, 12(2), 371-381 <https://dx.doi.org/10.5209/infe.73049>
- Menéndez, M. I. M. (2017). Entre el neomachismo y el retrosexismo: antifeminismo contemporáneo en las industrias culturales. *Revista Prisma Social*, 1-30. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1544>
- Peters, W. (2022). Post-feminist, post-race and post-closet discourses in Critical Studies in Media Communication from 2000-2020. *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 44(5), 469-492. <https://doi.org/10.1080/10714413.2021.2007207>
- Rickard, K. M. (1989). The relationship of self-monitored dating behaviors to level of feminist identity on the feminist identity scale. *Sex Roles*, 20(3-4), 213-226. <https://doi.org/10.1007/BF00287993>
- Ringrose, J., Mendes, K., Whitehead, S., & Jenkinson, A. (2021). Resisting rape culture online and at school: The pedagogy of digital defense and feminist activism lessons. En *Violence, victimisation and young people: Education and safe learning environments* (pp. 129-153). Springer International Publishing.
- Tortajada, I., & Vera, T. (2021). Feminismo, misoginia y redes sociales. *Investigaciones feministas*, 12(1), 1-4. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.74446>
- Swim, J. K., Aikin, K. J., Hall, W. S., & Hunter, B. A. (1995). Sexism and Racism: Old-Fashioned and Modern Prejudices, *Journal of personality and social Psychology*, 68(2), 199-214.

- Valencia, S. (2015). ¿Nuevas masculinidades? Sexismo hipster y machismo light. Susana Bercovich H. y Salvador Cruz Sierra (coords.), *Topografías de la violencia. Alteridades e impasses sociales*, Tijuana, El Colegio de la Frontera Norte, 113.
- Varis, P. (2021). Digital ethnography in the study of language, gender, and sexuality. En *The Routledge Handbook of Language, Gender and Sexuality*, (pp-164-177). Routledge.
- Zehnter, M. K., Manzi, F., Shrout, P. E., & Heilman, M. E. (2021). Belief in sexism shift: Defining a new form of contemporary sexism and introducing the belief in sexism shift scale (BSS scale). *PLoS ONE*, 16(3). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248374>