

Medios sociales y feminismo en la construcción de capital social: la red estatal de comunicadoras en España

Emelina Galarza Fernández
Andrea Castro-Martínez
Aimiris Sosa Valcarcel

Universidad de Málaga
meligalarza@uma.es
andreacastro@uma.es
aimirissosa@uma.es



Fecha de presentación: agosto de 2019
Fecha de aceptación: noviembre de 2019
Fecha de publicación: diciembre de 2019

Cita recomendada: GALARZA FERNÁNDEZ, E.; CASTRO-MARTÍNEZ, A. y SOSA VALCARCEL, A. (2019). «Medios sociales y feminismo en la construcción de capital social: la red estatal de comunicadoras en España». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 61, 1-16. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3247>>

Resumen

En el contexto de la cuarta ola del movimiento feminista, este estudio analiza la Red Estatal de Comunicadoras Feministas como resultado de la acción colectiva ciberactivista Las Periodistas Paramos, desarrollada en España a propósito de la huelga del 8M de 2018. A partir de la revisión bibliográfica, la entrevista en profundidad y el análisis de contenido se describen las nuevas formas de organización, las normas grupales y las redes de información generadas por el colectivo. Los resultados demuestran que, con la creación de una estructura en red, la acción colectiva de Las Periodistas Paramos supera los objetivos iniciales para los que fue concebida, cuando logra un consenso en torno a la identidad feminista que antes no existía, alcanza un nivel superior de organización y una institucionalidad representativa propia, con la dinamización y el respaldo del tejido asociativo formal e informal. Se concluye que la fortaleza de los vínculos creados por el capital social de Las Periodistas Paramos en las redes sociales en línea permite que el debate sobre los asuntos que afectan a las mujeres trascienda el espacio digital e involucre a nuevos actores comprometidos con la discusión pública.

Palabras clave: periodistas; feminismo; cuarta ola; capital social; red social

Resum. *Mitjans socials i feminisme en la construcció de capital social: la xarxa estatal de comunicadores a Espanya*

En el context de la quarta onada del moviment feminista, aquest estudi analitza la Xarxa Estatal de Comunicadores Feministes com a resultat de l'acció col·lectiva ciberactivista Les Periodistes Parem, desenvolupada a Espanya a propòsit de la vaga del 8M de 2018. A partir de la revisió bibliogràfica, l'entrevista en profunditat i l'anàlisi de contingut es descriuen les noves formes d'organització, les normes grupals i les xarxes d'informació generades pel col·lectiu. Els resultats demostren que, amb la creació d'una estructura en xarxa, l'acció col·lectiva de Les Periodistes Parem supera els objectius inicials per als quals va ser concebuda quan aconsegueix un consens entorn de la identitat feminista que abans no existia i assoleix un nivell superior d'organització i una institucionalitat representativa pròpia amb la dinamització i el suport del teixit associatiu formal i informal. Es conclou que la fortalesa dels vincles creats pel capital social de Les Periodistes Parem a les xarxes socials en línia permet que el debat sobre els assumptes que afecten les dones transcendeixi l'espai digital i hi involucri nous actors compromesos amb la discussió pública.

Paraules clau: periodistes; feminisme; quarta onada; capital social; xarxa social

Abstract. *Social media and feminism in the construction of social capital: The national female communicators network in Spain*

In the context of the fourth wave of the feminist movement, this study analyzes the results of the Las Periodistas Paramos cyber-activist collective action that arose in Spain in connection with the 8M strike of 2018. Based on a review of the literature, in-depth interviews and content analysis, the new forms of organization, group norms and information networks developed by the collective are described. The results show that, through the creation of a network structure, the collective action of Las Periodistas Paramos surpasses the initial objectives for which it was conceived. When it achieves consensus around a feminist identity that did not exist before, it reaches a higher level of organization and a representative institutionality of its own, with the dynamization and support of the formal and informal associative network. It is concluded that the strength of the links created by the social capital of Las Periodistas Paramos in online social networks allows the debate on issues that affect women to transcend the digital space and involve new actors committed to public discussion.

Keywords: journalist; feminism; fourth wave; social capital; social network

1. Introducció

El feminismo como movimiento social se ha visto favorecido por el auge de las redes digitales en el contexto de la comunicación global (Castells, 2014), que permite que los conceptos se vuelvan más fáciles «de atrapar, de difundir y de visibilizar» (Bonavitta et al., 2015: 6). Al estar la red constituida por nodos iguales y ser así plana, se convierte en un espacio en el que no existen jerarquías ni cadenas de mando; por tanto, las mujeres pueden conformar estructuras capaces no solo de transmitir información, sino también de movi-lizar, organizar y construir (Boix, 2015).

La propia idiosincrasia de la red y su actual uso hace que se creen contenidos y se compartan de manera atemporal sin las limitaciones del mundo físico, se produzca una información alternativa, se consoliden formas distintas de interacción y organización (Gershon, 2016) y se desarrolle la participación y el activismo político y social (Catalina-García et al., 2019).

La investigación ha demostrado que el valor derivado de la integración de estos recursos no solo tiene una incidencia en las relaciones personales —a nivel individual o de comunidad—, sino que redefine las conceptualizaciones tradicionales de capital social (Bourdieu, 1985; Coleman, 1988; Lin, 2001), dentro y fuera del espacio público digital (Ardèvol-Abreu et al., 2018; Huber et al., 2019).

Se ha constatado incluso que el capital social de las redes en línea crea vínculos fuertes para la participación ciudadana en determinados asuntos (Mustapha et al., 2016; Choi y Shin, 2017; Deng y Peng, 2018), que, fuera de las plataformas digitales, resultan más difíciles de materializar, dadas las limitaciones espaciotemporales del mundo sin conexión a Internet y sus modelos de estructuras organizativas. De acuerdo con Gil de Zúñiga et al. (2017: 61):

La forma en que las personas hacen conexiones, fomentan los valores de su comunidad y tratan de hablar sobre sus problemas comunitarios en las redes sociales predice si estos ciudadanos continuarán haciéndolo en sus comunidades, fuera de dichas redes, a lo largo del tiempo. Sin embargo, compartir valores, ayudarse unos a otros o cuidar de los demás en las comunidades fuera del espacio digital no predice tan fuertemente que continuarán haciéndolo en el contexto de las redes sociales.

De ahí que el escenario digital resulte propicio para el desarrollo de acciones colectivas y de movimientos sociales que, a partir de una identidad definida, persiguen el cambio y la transformación social mediante su incidencia en un aspecto concreto de la realidad (Hwang y Kim, 2015; Sánchez y Rodríguez, 2015). Sirvan de ejemplo los movimientos de indignación globales como el 15M en España, el Occupy Wall Street, la primavera árabe o las protestas en América Latina contra el Área de Libre Comercio para las Américas (ALCA).

Se encuentran además las movilizaciones protagonizadas por mujeres en diferentes partes del mundo, como es el caso del Tren de la Libertad, la Marcha Estatal contra las Violencias Machistas, las manifestaciones en torno al 8 de marzo (8M), las campañas del #MeToo, el #NiUnaMenos y #lasperiodistasparamos, entre otras (Sosa, Galarza y Castro-Martínez, 2019).

Independientemente de su origen geográfico, objetivos y reivindicaciones, estas movilizaciones se caracterizan por una serie de dinámicas que Puyosa (2015: 200-201) resume en: arranque emocional de la movilización y elaboración de marcos de injusticia; uso intensivo de la web y el teléfono móvil para la comunicación política autónoma; construcción de identidad colectiva a partir de marcos de valores y un lenguaje propio del movimiento; debates

sobre temas y valores en enclaves deliberativos; carácter difuso de la estructura del movimiento y coaliciones fluidas de redes de activistas conectadas con múltiples organizaciones de naturaleza híbrida; dinámicas de capital social que combinan vínculos fuertes y vínculos débiles; acción colectiva para la ocupación del espacio público; acción política de contrapúblicos o contrahegemónica; conformación de redes con estructura de mundo pequeño, y propagación de ideas por difusión en cascadas o contagio en redes.

En la mayoría de los casos, el éxito de estas acciones radica en lograr un impacto efectivo en la esfera pública tradicional, con la ocupación del espacio físico a partir de una estrategia comunicativa en red. La presente investigación se interesa por conocer los resultados inmediatos y consecutivos de una de las movilizaciones que mayor trascendencia ha tenido para el movimiento feminista y para el colectivo de mujeres periodistas y comunicadoras en España.

Se trata de la acción ciberactivista de Las Periodistas Paramos (en adelante, LPP), cuya idea inicial no tuvo otras pretensiones que la divulgación de las reivindicaciones del colectivo y la llamada a la huelga feminista del 8 de marzo de 2018, a través de las redes sociales y los medios de comunicación de las participantes. Sin embargo, la adhesión de miles de periodistas y comunicadoras —nacionales e internacionales— puso el foco de atención en una de las problemáticas sociales vigentes, tanto en las redacciones como fuera de ellas: la desigualdad estructural entre hombres y mujeres.

El estudio de los resultados de dicha acción colectiva —a nivel interno, asociativo y comunicativo— conlleva el planteamiento de los siguientes objetivos de investigación:

1. Describir la acción colectiva LPP en el contexto de la cuarta ola feminista.
2. Caracterizar la Red Estatal de Comunicadoras Feministas como resultado consecutivo de LPP.
3. Determinar el modo en que los resultados de LPP contribuyen al capital social del movimiento feminista.

Esta perspectiva de análisis es fruto de la larga trayectoria no solo del movimiento feminista, sino también de la teoría crítica feminista. «Saber cómo hemos logrado llegar hasta aquí nos lleva a estudiar el feminismo como un movimiento social, una teoría y una forma de vivir la vida» (De Miguel, 2015: 11), sobre todo si se tiene en cuenta que «la teoría clásica y la investigación en el campo de los movimientos sociales y la sociología política han ignorado, en gran medida, la influencia del género en la protesta social» (Taylor, 1999: 10).

1.1. LPP en el contexto de la cuarta ola feminista

Desde 2013, el movimiento feminista en España ha protagonizado movilizaciones que registran un alto grado de participación. Es el caso del 8M de 2018,

con manifestaciones que lograron desbordar las calles en más de 120 ciudades españolas (Ideograma, 2019) y con la convocatoria a una huelga de mujeres bajo el lema «Si nosotras paramos, se para el mundo». Con el objetivo de respaldar el paro desde los medios de comunicación nace la iniciativa de siete periodistas feministas de desarrollar dinámicas de organización y coordinación para la construcción de acciones en línea y fuera de línea.

En este contexto surge LPP, colectivo integrado por mujeres profesionales de la comunicación cuyo discurso reivindica la igualdad de género en el gremio y se inserta en la narrativa de la cuarta ola del movimiento feminista.

Investigadoras, periodistas y activistas reclaman que estamos ante la cuarta ola del movimiento feminista (Munro, 2013; Cochrane, 2013; Evans y Chamberlain, 2015; Cobo, 2019; Galarza, 2019; Mateo, 2018), a pesar de las críticas recibidas por usar la metáfora de las olas en la narrativa de la historia de las mujeres (Hewitt, 2010; Laughlin et al., 2010). El concepto es asumido como una forma de caracterizar la continuidad y el cambio en la política feminista, y no como una cuestión generacional e identitaria (Cullen, 2014; Dean y Aune, 2015). Además, esta narrativa favorece la idea de que las olas surgen en función de los contextos sociopolíticos y sus efectos, y por tanto es considerada como el «*timekeeping* del feminismo» (Chamberlain, 2017: 45).

Existe consenso en la academia sobre los elementos que identifican a la cuarta ola del movimiento feminista. Cochrane (2013) los resume en cuatro ejes: la cultura de la violación, el feminismo en línea, el humor y la interseccionalidad y la inclusión. Su trabajo demuestra, en palabras de Chamberlain (2017: 2), la «intensidad afectiva» de la cuarta ola como una de sus características constitutivas o, dicho en palabras de Cobo (2019: 137), «el objetivo del feminismo hoy debe ser formar solidaridades informadas y autorreflexivas entre nosotras».

Otro de sus elementos está relacionado con la globalización del feminismo. Allá donde se produzcan las movilizaciones —aun cuando sean convocadas por personas no autoidentificadas como feministas— se interpela el discurso patriarcal, se reivindica la efectividad real de la paridad, la eliminación de toda forma de violencia contra las mujeres, específicamente la violencia sexual, así como la aplicación de una legislación con perspectiva de género (Galarza, 2019; Miyares, 2018; Mateo, 2018).

Entre los rasgos que resultan significativos se encuentran el uso de las redes sociales (Munro, 2013) y el activismo en línea que posibilita una «multitud conectada» (Rovira, 2018; Toret, 2013; Knappe y Lang, 2014). El activismo en red se erige como «una potencia para el feminismo» (Rovira, 2018: 228) que ha desembocado, por un lado, en el aumento de las protestas dado el acceso a la participación de voces antes calladas, y que, por otro lado, supone la existencia de nuevos marcos de actuación de interconexión permanente entre la red y la calle, que, según Baer (2016), están rehaciendo el feminismo, aunque igualmente se ha encontrado con la hostilidad que también es trasladada de Internet a la calle (McRobbie, 2016).

2. Metodología

Desde una perspectiva cualitativa se realiza esta investigación descriptiva que analiza la Red Estatal de Comunicadoras Feministas (RECF) como resultado de la acción colectiva de LPP en el 2018. Se utiliza el estudio de caso como diseño metodológico que «tiende a focalizar, dadas sus características, en un número limitado de hechos y situaciones para poder abordarlos con la profundidad requerida para su comprensión holística y contextual» (Neiman y Quaranta, 2006: 218).

El estudio se inserta en el paradigma feminista de investigación que, interpretando la realidad, determina lo que es visible (Amorós, 1998) y redefine las categorías en las investigaciones de las ciencias sociales, al introducir la variable analítica del género (Cobo, 2005).

Para la recolección de los datos se acude a la revisión bibliográfica documental, que permitió el análisis y la construcción del corpus teórico y contextual de la investigación, así como a la entrevista en profundidad para conocer la estructura organizativa derivada de las LPP. Se realizaron un total de 11 entrevistas a las representantes de las redes territoriales que se han constituido en la Red Estatal de Comunicadoras Feministas (figura 1). Este criterio de selección se justifica en que dicha red constituye la entidad organizativa que agrupa de facto a las comunicadoras españolas tras la huelga del 8M de 2018.

Figura 1. Integrantes de la Red Estatal de Comunicadoras Feministas



Se realiza también un análisis de contenido del documento de mínimos de la RECF estableciendo diversas categorías y subcategorías (tabla 1).

Tabla 1. Cuadro de análisis del documento de mínimos de la RECF

RED ESTATAL DE COMUNICADORAS FEMINISTAS		
Documento de mínimos		
Identificación del emisor	Individual/colectivo	Explícita/subyacente
	Mujeres	
	Comunicadoras	
Origen		
Identidad	Feminista	Explícita/subyacente
	Gremial	
	Otros	
Objetivos		
Denuncias		
Requisitos de membresía	Alineación con el feminismo	
	Identidad grupal/individual	
	Espacio mixto/no mixto	
	Papel activo	
	Representación	
	Filosofía de la RECF	
Procedimiento de incorporación		

Fuente: elaboración propia.

3. Resultados

La RECF es la estructura formal en la que se organizan las comunicadoras españolas como resultado de la acción colectiva de LPP. Se trata de un espacio no mixto de reflexión y construcción feminista que tiene como objetivo principal tejer comunidad entre las profesionales feministas del mundo de la comunicación, para que el ejercicio de la profesión se ejerza con todas las garantías que otorgan los derechos laborales y para que el mensaje comunicativo pueda realizarse desde la igualdad.

El análisis del documento de mínimos de esta red revela que su autoría pertenece a la propia red, constituida de forma explícita como un emisor colectivo que comprende a mujeres comunicadoras vinculadas a España. Recoge de forma clara que el origen de esta estructura formal en la que se organizan las comunicadoras españolas se deriva de la acción colectiva de LPP y de la movilización en torno a la huelga del 8M de 2018 y de su vinculación con el camino recorrido por el movimiento feminista. La identidad con la que se reconoce explícitamente la RECF es feminista y gremial. Como objetivos prioritarios se fija la mejora de las condiciones laborales de las mujeres en el ámbito de la comunicación y la introducción, así como el afianzamiento de la perspectiva feminista dentro del sector. Esto se relaciona con las denuncias

que plantea, pues considera que es necesaria la defensa de un mensaje comunicativo realizado sin presiones, acoso, precariedad ni censura, ya que una comunicación que no esté construida desde la igualdad no es una comunicación completa.

Para formar parte de la red es necesario cumplir determinados requisitos, como son: defender los principios del feminismo y participar de forma activa en la consecución de los objetivos planteados por la red y en sus acciones; ser una asociación, un colectivo, una plataforma o un grupo de mujeres ligados profesionalmente a la comunicación en un ámbito territorial o temático y estar vinculadas al Estado español; nombrar a una vocal y a una suplente para que representen a la asociación ante la red en los debates y en las tomas de decisiones, y entender que la filosofía de la red se basa en conformar un espacio de respeto en el que se trabaja por mejorar las condiciones de las mujeres comunicadoras y en eliminar el sexismo de las informaciones.

La pertenencia a la red es colectiva, ya que sus miembros son grupales. Sin embargo, pueden formar parte de ella de forma temporal, pero sin derecho a voto, personas que no estén integradas en una asociación o colectivo hasta el momento en que se sumen a uno o creen uno nuevo. El procedimiento de incorporación a la RECF es a través de la aprobación de los miembros con voto, que son aquellas asociaciones o colectivos que forman parte de la red.

La constitución de esta estructura y de sus formas de organización, sobre todo a nivel territorial, ha estado mediada por el empleo de herramientas participativas (figura 2), como el uso de Telegram, las redes sociales, las reuniones físicas, el WhatsApp, el teléfono, el correo electrónico, las reuniones virtuales, las asambleas, etc.

Figura 2. ¿Qué herramientas participativas se emplearon tras la huelga del 8M de 2018 para que las profesionales de los medios de comunicación siguieran conectadas y articuladas?



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la organización de los procesos de participación de forma inmediatamente posterior al desarrollo del 8M en España, según las entrevistadas, el modo en que se establecieron fue principalmente por distribución geográfica, seguida de intereses personales, intereses profesionales y finalmente por pertenencia a medios. Las entrevistadas descartan que las jerarquías profesionales fueran una de las fórmulas utilizadas como método para estructurarse. Por ello, puede afirmarse que se trató de una organización horizontal con preeminencia del factor geográfico.

En consonancia con esta fórmula organizativa, el total de las entrevistadas coincide en indicar que la acción de LPP favoreció la creación posterior de redes territoriales de mujeres. De hecho, durante la huelga del 8M se fueron creando diversas redes territoriales tanto en España como en el extranjero, donde también las corresponsales españolas se han organizado y agrupado (tabla 2).

Tabla 2. Redes territoriales de mujeres comunicadoras creadas tras el 8M

Redes territoriales de mujeres comunicadoras creadas tras el 8M	
Nombre de la red	Territorio al que pertenece
Red de Periodistas de Madrid	Madrid
Periodistas Colombine	Murcia
Comunicadoras 8M	España
Vivas comunican	Canarias
Comunicadoras Granada	Andalucía
Periodistas feministas de Castilla y León	Castilla y León
Periodistas Fem	Cataluña
Lesbeatruius	Valencia
ADIPM	Andalucía
Las Periodistas Paramos Extremadura	Extremadura
Plumas moradas	Bélgica
Xornalistas Galegas	Galicia
Mujeres Periodistas de Sevilla	Sevilla

Fuente: elaboración propia.

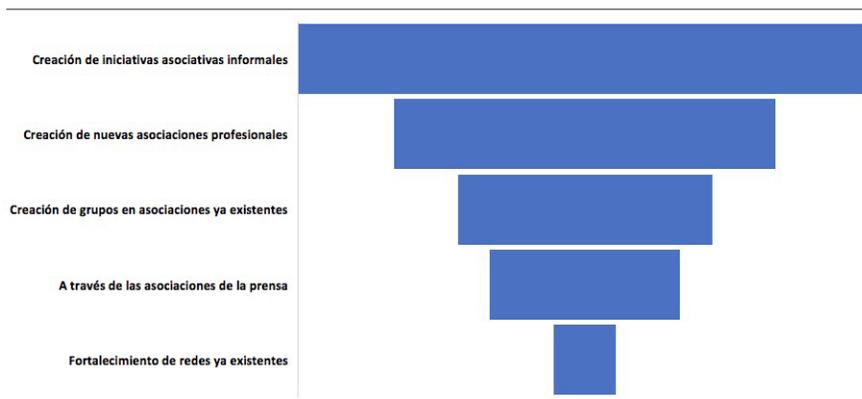
Ordenadas por importancia decreciente, estas redes territoriales se caracterizan principalmente por su carácter profesional, su interés por la igualdad, la sororidad, la incidencia política y el interés social, la vinculación a los medios y otros aspectos, como defender un periodismo feminista.

El principal resultado asociativo que surge como consecuencia de LPP es, para la mayoría de las entrevistadas, el fortalecimiento de las redes de mujeres dentro de los medios. Sin embargo, también destacan otros como la creación de grupos de trabajo, el apoyo a la comunidad de mujeres periodistas, la creación de asociaciones y la convocatoria de asambleas.

LPP «dio un fuerte estímulo a las organizaciones ya existentes e impulsó la creación de muchas otras que se vieron contagiadas y arropadas por la situa-

ción general de la lucha profesional y feminista» (Emilia Bolinches Ribera, comunicación personal, 15 de mayo de 2019). Además de fortalecer a las redes que ya existían de forma previa a la huelga del 8M, alrededor de LPP se ha generado tejido asociativo mediante diversas vías (figura 3), como son la creación de iniciativas asociativas informales, nuevas asociaciones profesionales, grupos de trabajo en asociaciones profesionales ya existentes o a través de las asociaciones de la prensa.

Figura 3. Generación de tejido asociativo alrededor de LPP



Fuente: elaboración propia.

A nivel organizativo resulta relevante la celebración de una asamblea el 2 de junio de 2018, a partir de la cual se crearon grupos de trabajo como Laboral, Ayuda Mutua, Perspectiva de Género, Organización, Lobby o Red Estatal de Periodistas Feministas. Si bien una mayoría considera que esta formación de redes ha aumentado la conciencia como colectivo profesional de ser mujer periodista, todas sí coinciden en que ha propiciado un aumento de la conciencia feminista.

Destacan otros resultados como una «mayor concienciación en la sociedad de la importancia del periodismo con perspectiva de género» (Luz Sánchez Gámez, comunicación personal, 9 de mayo de 2019) y una mayor incidencia política y presencia en redes (Marian Álvarez, comunicación personal, 8 de mayo de 2019).

Según Ana Reviejo (comunicación personal, 8 de mayo de 2019), Comunicadoras 8M, uno de los grupos de trabajo y de presión creados a partir de LPP, ha conseguido que el Ministerio de Igualdad no ponga a cero cada año el recuento de las víctimas mortales de violencia machista. Además, la acción en redes para detectar titulares machistas está influyendo en mayor cuidado a la hora de redactar, y en algunos casos en la rectificación pública.

Para Cristina Ruiz Fernández (comunicación personal, 12 de mayo de 2019) LPP «ha supuesto un impulso sin igual en la toma de conciencia y en el fortalecimiento del colectivo, en este sentido la fortaleza de las compañeras

de grandes medios como RTVE o eldiario.es ha aportado mucho». Este impulso se debe a que LPP se interpreta como un hito cuya labor y su desarrollo posterior:

[...] ha fortalecido las organizaciones existentes y ha impulsado la creación de nuevas, a la vez que ha transformado el interés individual de las periodistas potenciando la unión con sus compañeras de trabajo afines a los intereses no solo profesionales, sino también feministas. (Emilia Bolinches Ribera, comunicación personal, 16 de mayo de 2019)

Según Ana Reviejo (comunicación personal, 8 de mayo de 2019), LPP ha sido:

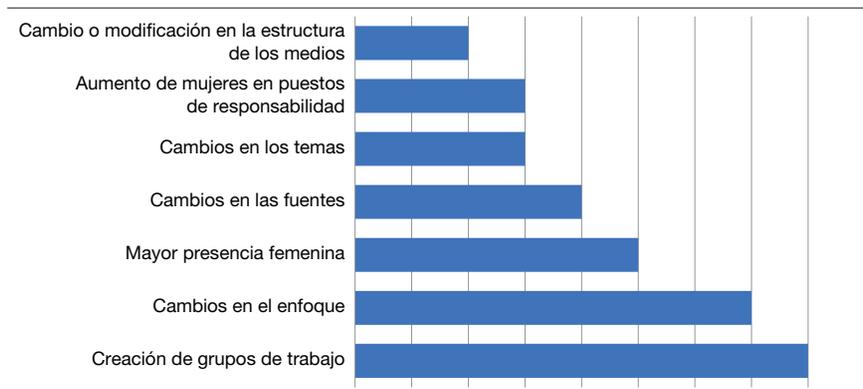
[...] un espejo de conjunto en el que las periodistas con perspectiva feminista se han reconocido como parte de un gran colectivo con objetivos similares. El contacto cercano en los territorios ha servido para que ese sentimiento incipiente se consolide, se estructure y no deje de aumentar. Las periodistas feministas se reconocen ahora en los distintos medios.

Este efecto de fortalecimiento de la conciencia feminista y profesional de las mujeres comunicadoras no solo se ha producido en el ámbito asociativo, sino que también ha tenido consecuencias dentro del espacio de trabajo de las periodistas y comunicadoras. Así lo declaran la mayoría de las entrevistadas, que consideran que tras el 8M y la acción de LPP se han fortalecido también las redes de mujeres dentro de los medios de comunicación.

Por su parte, los resultados a nivel comunicativo que se han dado en las redacciones tras el 8M y la acción de LPP (figura 4) se identifican como: creación de grupos de trabajo, cambios en el enfoque, mayor presencia femenina, cambios en las fuentes, cambios en los temas, aumento de mujeres en puestos de responsabilidad y cambio o modificación en la estructura de los medios. Sin embargo, estos resultados aún no se han producido de manera generalizada, sino que se han dejado notar de forma leve.

Francamente todavía entiendo que son mínimos. Es decir, que creo que algo se ha notado en algún tema, en algún enfoque, en las fuentes, en algunas mujeres en puestos de responsabilidad... Pero todavía no es patente, los hombres continúan detentando el poder de las redacciones, de los temas, de los enfoques y de las responsabilidades y decisiones. Creo que no se corresponde el ímpetu visto en torno al 8M y a LPP con los resultados en las redacciones y en los medios. (Emilia Bolinches Ribera, comunicación personal, 16 de mayo de 2019)

En el proceso de constitución de las redes destaca no solo el establecimiento de relaciones entre mujeres con las mismas inquietudes, sino también la visibilidad del feminismo y el aumento de la sororidad. Así lo explica Marian Álvarez (comunicación personal, 8 de mayo de 2019): «A muchas les ha cambiado la mentalidad de relacionarse con otras en la profesión. Hemos dejado de ser enemigas según los patrones patriarcales, estamos unidas y dispuestas a ayudarnos».

Figura 4. Resultados a nivel comunicativo de LPP dentro de las redacciones

Fuente: elaboración propia.

Además, la mayoría expresa la vocación de futuro de la sororidad como línea de acción, ya que, aunque no se haya consolidado todavía de manera firme en todos los territorios, e incluso algunas perciben claras reticencias frente al feminismo dentro de las redacciones, se mantiene la fuerza de esta tendencia.

4. Discusión y conclusiones

Aunque, como señalan Ardèvol-Abreu et al. (2018), el auge de las plataformas digitales ha favorecido el desarrollo de nuevas estructuras de relaciones sociales, el capital social que de ellas se genera mantiene sus bases teóricas clásicas: el carácter colectivo, las interacciones y el reconocimiento mutuo entre los individuos (Bourdieu, 1985; Coleman, 1988; Lin, 2001).

La fortaleza de los vínculos creados por el capital social de las redes sociales en línea permite que el debate sobre los asuntos que afectan a determinadas comunidades trascienda el espacio digital e involucre a nuevos actores comprometidos con la discusión pública (Gil de Zúñiga et al., 2017).

El uso de Internet por parte del movimiento feminista en su cuarta ola tiene una presencia y una presión continua con estrategia a gran escala y que contribuye a un cambio político (Boix, 2015). Los resultados de esta investigación demuestran que, con la creación de una estructura como la RECF, la acción colectiva de LPP supera los objetivos iniciales para los que fue concebida, cuando logra un consenso en torno a la identidad feminista que antes no existía, alcanza un nivel superior de organización y una institucionalidad representativa propia, con la dinamización y el respaldo del tejido asociativo formal y, especialmente, del informal.

Esta red es resultado de la interacción social que ha provocado LPP en el colectivo de las mujeres comunicadoras en España, cuya desagregación a nivel territorial consolida la importancia de trabajar la igualdad de género desde lo local. Y es que la RECF se constituye como un espacio no mixto y abiertamente

feminista, construido con el objetivo de reivindicar la comunicación con visión de género y de proteger a las comunicadoras en el ejercicio de sus profesiones, al tiempo que sirve para crear comunidad. Se reconoce, por tanto, a las redes de comunicadoras feministas surgidas a partir del 8M de 2018 como una extensión fuera de línea del capital social generado por LPP en las redes sociales.

La estructura organizativa horizontal de la RECF se ha visto favorecida por el uso de herramientas digitales que, como apunta Castells (2014), permiten una articulación y organización propias de las nuevas formas de activismo social. La red se caracteriza además por el interés de sus integrantes en la igualdad y por un sentimiento común de sororidad o afectividad en términos de la narrativa de la cuarta ola (Chamberlain, 2017).

El fomento de la identidad feminista y profesional dentro del colectivo de mujeres comunicadoras españolas ha producido un fortalecimiento de redes de mujeres dentro de los medios que ha influido en la creación de grupos de trabajo, nuevos enfoques, una mayor presencia femenina, cambios en las fuentes y en los temas, aumento de mujeres en puestos de responsabilidad y modificaciones en la estructura de los medios.

Si bien estos efectos resultan aún leves porque no se han implementado totalmente ni generalizado a todos los medios, indican la transformación social que provocan las acciones colectivas (Sánchez y Rodríguez, 2015), en este caso relacionada con el cambio de perspectiva en torno a la igualdad de género, que es consecuencia directa de la movilización llevada a cabo por LPP.

Aunque la acción ciberactivista de LPP no tuvo una identidad colectiva feminista, resulta concluyente la contribución de todo este proceso a la cuarta ola del movimiento feminista a la que aluden Cobo (2019), Miyares (2018) y Mateo (2018), en tanto le aporta el capital social construido por las comunicadoras a partir de su interrelación social basada en la confianza colectiva, las normas grupales y las redes de información generadas.

Este capital social adquiere mayor valor si se tiene en cuenta la condición de emisoras privilegiadas de las comunicadoras, cuyo acceso preferencial al discurso público —que les otorga la posibilidad de incidir en la opinión pública— constituye *per se* un capital social entregado, directa o indirectamente, al feminismo.

Referencias bibliográficas

- AMORÓS, C. (1998). «El punto de vista feminista como crítica». En: BERNABÉ, C. (ed.). *Cambio de paradigma, género y eclesiología*. Navarra: Verbo Divino, 21-36.
- ARDÈVOL-ABREU, A.; DIEHL, T. y GIL DE ZÚÑIGA, H. (2018). «Building social capital: How the news and the strength of the ties in the political discussion foster reciprocity». *Revista Internacional de Sociología*, 76 (1), 1-15.
<<https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.1.16.147>>
- BAER, H. (2016). «Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism». *Feminist Media Studies*, 16 (1), 17-34.
<<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>>

- BANET-WEISER, S. (2015). «Whom are we empowering?: Popular feminism and the work of empowerment». En: *Console-ing Passions: International Conference on Television, Video, Audio, New Media and Feminism*. Dublín, 18-20 de junio de 2015.
- BOIX, M. (2015). «Desde el ciberfeminismo hacia la tecnopolítica feminista». *Pillku*. Recuperado el 10 de junio de 2019, de <<http://pillku.org/article/desde-el-ciber-feminismo-hacia-la-tecnopolitica-fem/>>.
- BONAVITTA, P.; GARAY HERNÁNDEZ, J. de y CAMACHO, E. (2015). «Mujeres, feminismos y redes sociales: Accesos, censura y potencialización». *Question: Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1 (48), 33-44. Recuperado el 6 de mayo de 2019, de <<http://oaji.net/articles/2016/3111-1458168095.pdf>>.
- BOURDIEU, P. (1985). «The forms of capital». En: RICHARDSON, J. G. (ed.). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Nueva York, NY: Greenwood, 241-258.
- CASTELLS, M. (2014). «El poder de las redes». *Vanguardia dossier*, 50, 6-13. Recuperado el 8 de junio de 2019, de <https://www.researchgate.net/...y_redes.../Movilizacion-social-y-redes-sociales.pdf>.
- CATALINA-GARCÍA, B.; GARCÍA-JIMÉNEZ, A. y MENOR SENDRA, J. (2019). «Social and political engagement of university students in the digital sphere: Uses of social networks for citizen participation». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 60, 25-41. <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3179>>
- CHAMBERLAIN, P. (2017). *The Feminist Fourth Wave Affective Temporality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. <<https://doi.org/10.1007/978-3-319-53682-8>>
- CHOI, D. y SHIN, D. (2017). «A dialectic perspective on the interactive relationship between social media and civic participation: The moderating role of social capital». *Information Communication & Society*, 20 (2), 151-166. <<https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154586>>
- COBO, R. (2005). «El género en las ciencias sociales». *Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 249-258. Recuperado el 24 de junio de 2019, de <<https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/8441>>.
- (2019). «La cuarta ola feminista y la violencia sexual». *Revista Paradigma*, 22, 134-140. Recuperado el 21 de junio de 2019, de <<https://bit.ly/2HsMUXI>>.
- COCHRANE, K. (2013). *All the rebel women: The rise of the fourth wave of feminism*. Londres: Guardian Books.
- COLEMAN, J. (1988). «Social capital in the creation of human capital». *American Journal of Sociology*, 94, 95-121. Recuperado el 1 de junio de 2019, de <<https://www.jstor.org/stable/2780243>>.
- CULLEN, P. (2014). «Conceptualising generational dynamics in feminist movements: Political generations, waves and affective economies». *Sociology Compass*, 8, 282-293. <<https://doi.org/10.1111/soc4.12131>>
- DEAN, J. y AUNE, K. (2015). «Feminism Resurgent?: Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe». *Social Movement Studies*, 14 (4), 375-395. <<http://dx.doi.org/10.1080/14742837.2015.1077112>>
- DENG, X. y PENG, S. (2018). «Trust, norms and networks in social media environmental mobilization: A social capital analysis of Under the Dome in China». *Asian Journal of Communication*, 28 (5), 526-540. <<https://doi.org/10.1080/01292986.2018.1458325>>

- EVANS, E. y CHAMBERLAIN, P. (2015). «Critical Waves: Exploring Feminist Identity, Discourse and Praxis in Western Feminism». *Social Movement Studies*, 14 (4), 396-409.
<<https://doi.org/10.1080/14742837.2014.964199>>
- GALARZA, E. (2019). «La nueva realidad legal feminista de la explotación sexual en Andalucía afecta a los medios de comunicación». *Revista Paradigma*, 22, 32-36. Recuperado el 21 de abril de 2019, de <<https://bit.ly/2HsMUXI>>.
- GERSHON, R. (2016). *Digital Media and Innovation: Management and Design. Strategies in Communication*. Londres: Sage.
- GIL, J. (2012). «Las redes sociales como infraestructura de la acción colectiva: Análisis comparativo entre Facebook y N-1 a través del 15-M». *Sistema: Revista de Ciencias Sociales*, 228, 65-80. Recuperado el 15 de julio de 2019, de <<https://goo.gl/NcjQna>>.
- GIL DE ZÚÑIGA, H.; BARNIDGE, M. y SCHERMAN, A. (2017). «Social Media Social Capital, Offline Social Capital, and Citizenship: Exploring Asymmetrical Social Capital Effects». *Political Communication*, 34 (1), 44-68.
<<https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1227000>>
- HEWITT, N. (2010). *No Permanent Waves: Recasting Histories of US Feminism*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- HUBER, B.; GIL DE ZÚÑIGA, H.; DIEHL, T. y LIU, J. (2019). «Effects of Second Screening: Building Social Media Social Capital through Dual Screen Use». *Human Communication Research*, 45 (3), 334-365.
<<https://doi.org/10.1093/hcr/hqz004>>
- HWANG, H. y KIM, K. (2015). «Social media as a tool for social movements: The effect of social media use and social capital on intention to participate in social movements». *International Journal of Consumer Studies*, 39 (5), 478-488.
<<https://doi.org/10.1111/ijcs.12221>>
- IDEOGRAMA (2019). *Informe: La comunicación del movimiento feminista en el Estado español*. Ideograma. Recuperado el 11 de julio de 2019, de <www.ideograma.org/wp-content/uploads/2019/03/COMUNICACION_MOVIMIENTO_FEMINISTA_IDG.pdf>.
- KNAPPE, H. y LANG, S. (2014). «Between Whisper and Voice: Online Women's Movement Outreach in the UK and Germany». *European Journal of Women's Studies*, 21 (4), 361-381.
<<https://doi.org/10.1177/1350506814541643>>
- LAUGHLIN, K. A.; GALLAGHER, J.; COBBLE, D. S. y BORIS, E. (2010). «Is It Time to Jump Ship?: Historians Rethink the Waves Metaphor». *Feminist Formations*, 22 (1), 76-135.
<<https://doi.org/10.1353/nwsa.0.0118>>
- LIN, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Nueva York, NY: Cambridge University Press.
- MATEO, G. (2018). «Y después de la huelga feminista del 8M, qué». *Revista de Treball, Economia i Societat*, 88, 1-8. Recuperado el 17 de mayo de 2019, de <<http://www.ces.gva.es/sites/default/files/2018-04/art1.pdf>>.
- MCRobbie, A. (2016). *Anti-feminism, then and now*. Open Democracy. Recuperado el 10 de mayo de 2019, de <<https://www.opendemocracy.net/transformation/angela-mcrobbe/anti-feminism-then-and-now>>.
- MIGUEL, A. de (2015). *Neoliberalismo sexual: El mito de la libre elección*. Madrid: Ediciones Cátedra.

- MIYARES, A. (2018). «La “Cuarta ola” del feminismo, su agenda». *Tribuna Feminista*. Recuperado el 29 de mayo de 2019, de <<https://tribunafeminista.elplural.com/2018/03/la-cuarta-ola-del-feminismo-su-agenda/>>.
- MUNRO, E. (2013). «Feminism: A Fourth Wave?». *Political Insight*, 4 (2), 22-25. <<https://doi.org/10.1111/2041-9066.12021>>
- MUSTAPHA, L.; GBONEGUN, V. y MUSTAPHA, M. (2016). «Social Media Use, Social Capital, and Political Participation among Nigerian University Students». *Tripodos*, 39, 127-143. Recuperado el 11 de junio de 2019, de <http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/384/569>.
- NEIMAN, G. y QUARANTA, G. (2006). «Los estudios de caso en la investigación sociológica». En: VASILACHIS, I. (ed.). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa, 213-234.
- PUYOSA, I. (2015). «Los movimientos sociales en red: Del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político». *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 128, 197-214. Recuperado el 16 de junio de 2019, de <<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2311>>.
- ROVIRA, G. (2018). «El devenir feminista de la acción colectiva: Las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas». *Teknokultura*, 15 (2), 223-240. <<https://doi.org/10.5209/TEKN.59367>>
- SÁNCHEZ, M. y RODRÍGUEZ, Z. (2015). «Acciones colectivas de las organizaciones de mujeres por la paz en Colombia». *Revista de Paz y Conflictos*, 8 (2), 149-177. Recuperado el 16 de junio de 2019, de <<https://revistaseug.ugr.es/index.php/revpaz/article/view/3190>>.
- SOSA, A.; GALARZA, E. y CASTRO-MARTÍNEZ, A. (2019). «The collective cyber-activist action of “Las periodistas paramos” for the feminist strike of 8M in Spain». *Comunicación y Sociedad*, 1-24. <<https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7287>>
- TAYLOR, V. (1999). «Gender and Social Movements: Gender Processes in Women’s Self-Help Movements». *Gender and Society*, 1 (13), 8-33. <<https://doi.org/10.1177/089124399013001002>>
- TORET, J. (2013). *Tecnopolítica: La potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- VALENTI, J. (2014). «When everyone is a feminist, is anyone?». *The Guardian*. Recuperado el 11 de junio de 2019, de <<http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/nov/24/when-everyone-is-a-feminist>>.