

Treball de Fi de Grau

Títol

Dibujando mujeres reales

Autoria

Sara Bueno París

Professorat tutor

Catalina Gayà Morlà

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

03/06/2019

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Dibuixant dones reals			
Castellà:	Dibujando mujeres reales			
Anglès:	Drawing real women			
Autoria:	Sara Bueno París			
Professorat tutor:	Catalina Gayà Morlà			
Curs:	2018/19	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Feminisme, dones, il·lustracions, xarxes socials, joves
Castellà:	Feminismo, mujeres, ilustraciones, redes sociales, jóvenes
Anglès:	Feminism, women, illustrations, social networks, young

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	<p>Es tracta d'un reportatge literari en el qual s'aborda com, en paral·lel a l'auge del moviment feminista, ha aparegut un nou sector de dones il·lustradores que estan contribuint a transmetre les idees i valors del feminisme. Publicant les seves vinyetes en plataformes com Instagram, i aprofitant la capacitat de les xarxes socials per a fer arribar missatges al públic, les il·lustradores han aconseguit convertir-se en representants del feminisme actual. El reportatge ajuda a entendre la proposta comunicativa de les il·lustradores i com aquesta arriba a la joventut a través de les xarxes socials.</p>
----------------	--

Castellà:	Se trata de un reportaje literario en el que se aborda cómo, en paralelo al auge del movimiento feminista, ha aparecido un nuevo sector de mujeres ilustradoras que están contribuyendo a transmitir las ideas y valores del feminismo. Publicando sus viñetas en plataformas como Instagram, y aprovechando la capacidad de las redes sociales para hacer llegar mensajes al público, las ilustradoras han conseguido convertirse en representantes del feminismo actual. El reportaje ayuda a entender la propuesta comunicativa de las ilustradoras y cómo esta llega a la juventud a través de las redes sociales.
Anglès:	This is a literary report addresses how, in parallel to the rise of the feminist movement, a new sector of women illustrators has emerged, helping to convey the ideas and values of feminism. Posting their vignettes on platforms like Instagram and leveraging the ability of social networks to get messages to the public, women illustrators have managed to become representatives of the current feminism. The report helps to understand the communicative proposal of the women illustrators and how it reaches the youth through social networks.

ÍNDICE

Un movimiento necesario	2
Feminismo para jóvenes en la red	18
Hacia la representación de la mujer real	33
Los retos de la ilustración	40
El feminismo a partir de ahora	56
Mujeres reales	61
Bibliografía	65

DIBUJANDO MUJERES REALES

Un movimiento necesario

Que no se ponga rojo, que no se ponga rojo. Conforme se acerca al paso de peatones del final de la calle, Bea suplica no tener que quedarse parada delante de ese bar. El Charrito está lleno desde las seis de la mañana. El vaivén de vecinos y trabajadores de la zona que se acercan a la terraza a beber o a comer algo se mantiene constante hasta pasada la medianoche. A veces hay tanta gente, que las mesas ocupadas llegan hasta el semáforo de la esquina. Por las mañanas, los clientes sonrían agradecidos al camarero que les sirve el desayuno, pero Bea baja la cabeza pensando que hubiese sido mejor salir antes de casa y bajar por la acera de al lado. Desde que empezó la universidad en septiembre Bea sigue cada mañana la misma rutina para llegar a clase. Se viste, con cuidado “para no ir demasiado provocadora”; se maquilla, sin pasarse “para no llamar la atención”; desayuna y se va. El día que decidió plantarle cara al camarero acababa de estrenar la minifalda que le habían regalado sus amigas hacía un año para su cumpleaños y llegaba tarde a clase.

- Pero qué guapa vas hoy, tómate algo, anda.
- Tío, pero qué pesado. Déjame en paz ya.

Bea, que es muy alta y tiene una voz bastante fuerte, aún no entiende por qué en ese momento su cuerpo y su voz se encogieron haciéndola sentir tan indefensa. Tenía acumulada toda la rabia que los comentarios diarios de ese camarero le habían hecho sentir y, sin embargo, no fue capaz de demostrárselo. Lo que en su cabeza era un grito, en realidad, fue casi un susurro de desesperación. Durante unos días, estuvo bajando a la universidad por la calle paralela al bar, pero ya hace unas semanas que ha vuelto a la ruta de siempre. Cada día, cuando llega a mitad de la calle, sube el volumen de la música y mira de lejos el semáforo. Adaptando su paso al color de la lucecita, se fija discretamente en la puerta del bar donde muchas veces parece que el camarero la esté esperando. Desde que se vuelven a ver, él ya no le dice nada, pero ahora le sonrío y la mira fijamente desde arriba hasta que acaba de cruzar la carretera. Bea sabe que, en otras circunstancias, se

hubiese fijado en este alto, moreno, musculoso y tatuado joven que trabaja cada día como camarero en uno de los mejores bares de la zona. Dice que incluso podría sentirse atraída por él, pero que, sin embargo, lo que siente ahora es una enorme repugnancia y algo de miedo. Este pensamiento le hace ser consciente de que cualquier hombre, en cualquier momento y en cualquier lugar, puede suponer una amenaza para una mujer.

Ser mujer es peligroso. En España, según los datos del I Barómetro Feminista, elaborado por la empresa 40dB para la revista CTXT, un 63'5% de las mujeres admiten haber sufrido situaciones de acoso físico o psicológico, mientras que un 26% de ellas declaran haber sido en algún momento de su vida víctimas de agresiones físicas o sexuales.

Laura cuenta que cuando iba al instituto, pasaba cada día por el parque de la Ciutadella, donde hombres con gabardina esperaban ansiosos el momento de poder mostrarles a las chicas como ella, su cuerpo desnudo. A Anna, cuando tenía 14 años y esperaba a sus amigas en el cine, la agarró un hombre por la espalda y le ofreció dinero a cambio de sexo. Anabel, dejó de tener relación con su mejor amigo porque rechazó acostarse con él una noche de fiesta, y él en vez de aceptarlo, la llamó guarra y se metió con su físico. Marina, escucha desde su habitación cómo su vecino maltrata a su pareja, y desde que llamó a la Policía tiene pánico a cruzarse con él en la escalera. A Elisa, su profesor de música la llamó “fresca” por llevar en clase una camiseta de tirantes con “demasiado escote”. Y hace unas noches, Paula decidió irse de la discoteca porque un grupo de desconocidos estuvo manoseándola sin consentimiento.

Ellas no son las únicas que han sufrido este tipo de situaciones de acoso o violencia de género. Estas historias, por muy increíbles que parezcan, son el día a día de miles de mujeres que, por desgracia, viven en una sociedad que proporciona a los hombres libertad absoluta para juzgarlas, acosarlas, agredirlas y maltratarlas, y a ellas las educa para la supervivencia, dando por hecho, que están en inferioridad de condiciones.

Si Bea contara el acoso que lleva meses recibiendo por parte del camarero del bar de la esquina, probablemente le dirían “no te preocupes, cambia de acera y no te pasará más”. De hecho, eso es lo que hizo durante algunos días. Estuvo cambiándose de acera durante casi una semana, hasta que una noche decidió que

al día siguiente volvería a pasar por delante del Charrito. Esa misma noche, Bea hizo exactamente lo mismo que hacía cada día antes de irse a dormir: dar un último repaso a todas sus redes sociales. Mirando su móvil, se dio cuenta de que su pantalla era una sucesión de publicaciones de mujeres que, de una forma u otra, reivindicaban su libertad y denunciaban todas las situaciones de desigualdad y menosprecio a las que se veían sometidas en su día a día. Desde su cuenta de Instagram, entró a la de @eres_una_caca, una cuenta gestionada por una mujer que, a través de la animación de figuras de plastilina con forma de caca, denuncia en formato de vídeo, micromachismos y comportamientos masculinos que representan la violencia de género.

En la descripción de uno de sus vídeos, leyó: “todas las mujeres, desde los diez, once, doce años, vienen siendo agredidas violentamente en cualquier espacio público. Guárdate tus piropos. Lo que hace falta es más y más y más feminismo”. En el mismo vídeo, cuatro figuras redondas y marrones hacen comentarios como “con ese cuerpo yo te hacía un traje de saliva”, o “vaya tetazas” a lo que se sobreentiende que es una mujer que camina por la calle. Al final de la animación, las cacas acaban aplastadas por un pie que representa al movimiento feminista. Gracias a ese vídeo, Bea recapacitó sobre la situación a la que se enfrentaba cada mañana, y se dio cuenta de que no era ella quien debía cambiarse de acera para evitar la situación, ni quien debía preocuparse por si su forma de vestir o maquillarse era o no la adecuada, sino que era el joven camarero, y todos los hombres como él, quienes tenían que cambiar su actitud y su mentalidad hacia las mujeres. Es increíble cómo un simple vídeo colgado en una red social, puede hacer que una persona cambie su punto de vista acerca de una determinada situación o un determinado comportamiento.

Ahora, Bea sigue yendo por su ruta de siempre a la universidad y sigue deseando que el semáforo no se ponga en rojo para no tener que pararse delante de la puerta del bar. Sigue sintiendo tensión, inseguridad y rabia cada vez que se cruza con el camarero, pero también es consciente de que forma parte de un movimiento que le dará la fuerza y la voz necesarias para hacer frente a esta situación. Un movimiento que, poco a poco, pero de forma constante, combate – entre otras cosas – para terminar con la mentalidad machista de la sociedad y el acoso y

violencia de género hacia la mujer en todos los ámbitos de su vida y, sobre todo, en el espacio público.

La madrugada del 7 de julio de 2016, durante las Fiestas de San Fermín en Pamplona, un grupo de cinco hombres abusó sexualmente de una joven de 18 años en el portal de un edificio del centro de la ciudad. Ella los denunció por violación, y la justicia consideró que no era así, condenando a estos hombres a 9 años de prisión “por abuso sexual”. La Audiencia Provincial de Navarra fue capaz de demostrar, gracias a las leyes del Código Penal Español, que no se trataba de un caso de agresión sexual, sino de abuso, porque “no había existido ningún tipo de violencia ni intimidación” en el acto. Tan solo dos años después, y provocando uno de los mayores estallidos del movimiento feminista en España, los cinco miembros de ‘La Manada’ fueron puestos en libertad provisional bajo fianza, una libertad que, a día de hoy, aún mantienen.

La conquista de un espacio público seguro sigue siendo todavía un anhelo para las mujeres, y casos como el de ‘La Manada’ lo confirman. Cuando ellas relatan sus experiencias con el acoso o las violencias machistas en los espacios públicos ya no importa si era de día o de noche, si iban caminando solas por la calle o cogieron el metro fuera de hora punta, si estaban de fiesta o volvían del trabajo, si era 2005, 1997, o 2019, ni tampoco la edad que tenían. En las situaciones y sucesos que describen existen miles de variables, cambian las escenas, las características de los hombres, cambia el contexto, el detonante..., pero las sensaciones de la mujer son siempre las mismas: inseguridad, vulnerabilidad, menosprecio, miedo. Las mujeres son conscientes de que ser mujer es peligroso, siempre lo ha sido, y a día de hoy continúan luchando para poner fin a esta situación, para poder sentirse libres y seguras en cualquier momento y en cualquier lugar.

El movimiento feminista lleva años luchando a favor de la seguridad pública de la mujer y, aunque ha habido avances, la realidad del asunto es poco alentadora. En los medios de comunicación, las redes sociales, y las conversaciones entre amigas, aparecen casi cada día noticias e historias de acoso y violencia machista sufrida en la calle, en el transporte público, en el trabajo, en los bares... Las mujeres siguen sin sentirse respetadas en el espacio público, pero luchan de forma constante para conseguirlo. Esta lucha por la seguridad y el respeto es una

de las más duraderas de todas las llevadas a cabo por el movimiento feminista, y es una lucha que aún, a día de hoy, sigue en pie.

Desde el pasado año, el día 8 de marzo ha sido, además de un momento histórico para el feminismo, uno de los momentos clave para entender la importancia que tiene para las mujeres la lucha por la seguridad y el respeto en el espacio público. Cada 8 de marzo, cientos de miles de mujeres llenan las calles de todas y cada una de las ciudades del país para protestar por la desigualdad a la que están sometidas en todos los ámbitos de su vida. Durante las protestas, una de las reivindicaciones más recurrentes tanto en pancartas como en lemas y cánticos, es la de terminar con la violencia, el acoso, o el abuso al que las mujeres se ven obligadas a enfrentarse cada día en el espacio público.

La primera vez que las mujeres se unieron para reivindicar su falta de libertad y seguridad en el espacio público fue durante la considerada ‘Segunda ola’ del feminismo, después de la Segunda Guerra Mundial. Hasta el momento, durante la ‘Primera ola’ del movimiento, grupos de mujeres ya se habían unido para otras causas igualmente significativas pero que tenían un carácter más bien legal: consistían en la superación de los obstáculos legislativos a la igualdad. Pero a partir de los años 60 del siglo XX comenzó una nueva etapa, que duró hasta los años 90, en la que las nuevas generaciones se unieron para protestar contra cualquier forma de sexismo. La reivindicación durante estos años se centró en los debates sobre la sexualidad, la familia, el lugar de trabajo, los derechos reproductivos, el propio cuerpo femenino, y, sobre todo, en cómo el patriarcado en general afectaba a la construcción de las identidades femenina y masculina. El feminismo de la ‘Segunda ola’ reclamó, entre otras cosas y por primera vez, una sexualidad libre de violencias machistas, la descriminalización del aborto, el placer sexual de la mujer, una vida doméstica libre de explotaciones, y la seguridad de las mujeres por las noches en el espacio público. En concreto, para esta última demanda el movimiento puso en marcha una de sus campañas más exitosas. Bajo el lema “Reclama la noche”, mujeres de todo el mundo cargadas con antorchas marchaban de noche por las calles de sus ciudades reclamando poder pasear tranquilas y seguras cuando se hacía oscuro.

A partir de los años 90, la agenda de movilizaciones a favor de esta cuestión siguió manteniéndose al alza. Gracias a la consolidación de los estudios sobre la mujer

como disciplina, la creación de institutos, departamentos y programas específicos para defender los derechos y libertades de las mujeres entró en auge. Desde estas instituciones se comenzó a hacer hincapié en la educación para la prevención de cualquier tipo de violencia sexual, y con el transcurso de los años se fueron implementando campañas para concienciar, sobre todo a los jóvenes, de que no debe existir la violencia machista en el espacio público. A día de hoy, en la gran mayoría de discotecas, celebraciones al aire libre, fiestas mayores, o cualquier otro evento multitudinario, hay carteles contra la violencia de género y el acoso machista. Esto es así porque se entiende que, en este tipo de acontecimientos, se suelen crear situaciones que, por desgracia, pueden dar pie a cualquier tipo de violencia sexual, y en las que el alcohol y las aglomeraciones sirven, de forma injustificada, de pretexto y excusa para que se produzcan abusos y agresiones sexuales. Las noticias y las historias de las mujeres que acuden a estos lugares lo confirman, y por este motivo, instituciones como los Ayuntamientos, asociaciones y colectivos de mujeres, o los propios organizadores de los eventos, llevan a cabo campañas de difusión contra la violencia machista y de educación a favor de la denuncia de esta. En concreto en España, en la misma línea, los colectivos de mujeres feministas implantaron en 2017 los llamados “punto violeta” en festivales o fiestas mayores, espacios gestionados por mujeres que, junto con el apoyo de la organización del evento, atienden y aconsejan a cualquier mujer que haya sufrido una agresión, sea del tipo que sea. Además, cada vez son más las discotecas y bares que se están sumando a la campaña “Pregunta por Ángela”, que consiste en la activación de un protocolo de seguridad cada vez que una mujer denuncie en la barra cualquier tipo de acoso diciendo al camarero o camarera: “¿está Ángela?”.

El hecho de que se estén llevando a cabo tantas campañas y tantos protocolos de actuación en contra de la violencia sexual en espacios públicos, no hace nada más que demostrar que las agresiones, el acoso, y la violencia de género siguen estando muy presentes en la vida de las mujeres, que son cada vez más conscientes de la necesidad existente de continuar con la lucha y llevarla más allá para que, de una vez por todas, se puedan apreciar cambios significativos.

Esta lucha no es la única que perdura en el tiempo. Las mujeres siguen llevando a cabo muchas otras como esta, trabajadas desde la conciencia y los valores del

feminismo, con el fin de avanzar hacia la conquista mayor: la igualdad entre la mujer y el hombre, idea base del movimiento feminista.

Las cronologías sitúan el nacimiento del movimiento feminista a finales del siglo XIX, pero realmente, no se conoce cuándo apareció por primera vez la conciencia feminista. Desde la antigüedad clásica han existido mujeres que han aportado sus propias ideas o conocimientos y que han sido invisibilizadas y menospreciadas por ello. También mujeres que se han rebelado contra el rol que la sociedad les había impuesto y han reivindicado una vida mejor. Sin embargo, en aquel entonces no existía un movimiento organizado que las acompañara en sus reivindicaciones y reforzara sus valores, y como consecuencia, esas mujeres quedaron invisibilizadas. Por suerte, algunas de ellas han sido rescatadas del olvido por otras mujeres pertenecientes al ahora sí existente movimiento feminista. A pesar de que no se puede hablar del feminismo como movimiento hasta el siglo XIX, no hay que olvidar que antes de esa fecha muchas mujeres fueron conscientes de su situación de inferioridad y de la desigualdad a la que estaban sometidas, y se rebelaron, de un modo u otro, contra el sistema.

Las protestas expresadas por todas estas mujeres forman parte de lo que en las cronologías se denomina 'Protofeminismo' o feminismo premoderno, etapa previa a la 'Primera ola' feminista. En Europa, en la Edad Media, se abrió un debate filosófico, político, literario y científico sobre la condición femenina que duró hasta bien entrado el siglo XVIII. Se conoce como la "querrela de las mujeres", y en él participaron filósofos y pensadores de la talla de Jean – Jaques Rousseau que, siguiendo las ideas de su predecesor Aristóteles, argumentaron sobre la inferioridad, según ellos natural, de la mujer y la consiguiente superioridad del hombre. En este contexto intervino, en 1405, la escritora filósofa y humanista Christine de Pizan, con su obra *La ciudad de las damas*, una utopía en la que se cuestionaba cómo sería una ciudad sin las guerras provocadas por los hombres, y en la que defendía una imagen positiva de la mujer. La obra, insólita para su tiempo, fue adjudicada hasta 1786 a un hombre, Giovanni Bocaccio. Esta no fue, seguramente, la primera vez en la historia que se le adjudicó a un hombre el trabajo de una mujer. Durante décadas, las mujeres tuvieron un acceso restringido a la educación y su formación consistió solamente en una alfabetización básica y en el aprendizaje de las labores manuales y domésticas. El

arte, la literatura, la política o las ciencias eran territorios prohibidos para la mujer, que debía preservar su ignorancia para poder llevar a cabo su único rol: la reproducción.

La adquisición de competencias relativas al acceso a la vida pública, política, laboral o académica era tan solo una prerrogativa masculina. Esta discriminación sexual de roles y valores se prolongó durante todo el siglo XIX y gran parte del siglo XX y, a pesar de las transformaciones sociales ocurridas a lo largo del siglo XXI, desgraciadamente hoy en día aún persiste la mentalidad de que existen trabajos exclusivos para hombres y trabajos para mujeres.

La discriminación social de las mujeres a lo largo de la historia provocó que durante esta primera etapa de feminismo premoderno comenzaran a surgir en Europa agrupaciones de mujeres que reivindicaban igualdad de derechos – sobre todo educativos – y así, aparecieron los primeros clubs femeninos que recogían quejas y elaboraban reivindicaciones conjuntas. Durante los años de la Revolución Francesa, las mujeres francesas quisieron participar en la lucha y protagonizaron distintas movilizaciones, como la Marcha sobre Versalles en 1789 y, tres meses después, la toma de la Bastilla. Para reivindicar su formación militar, Pauline Léon, fundó en 1791 uno de estos nuevos clubs femeninos, la Sociedad de las Republicanas Revolucionarias, con el fin conseguir formación para proteger sus hogares de los ataques contrarrevolucionarios. Sin embargo, tras haber participado en la Revolución, al finalizar esta, las mujeres fueron excluidas de la educación militar, de los derechos políticos que se conquistaron, e incluso fueron criminalizadas. Dos años más tarde, además, el gobierno decretó la clausura de los clubs femeninos y prohibió a las mujeres acudir como espectadoras a las sesiones parlamentarias. Fueron ellas mismas quienes el mismo año se manifestaron ante el Consejo General de la Comuna para desafiar esta prohibición. Las tejedoras, así las llamaron, se ganaron la reputación de sanguinarias y fueron demonizadas.

Durante estos mismos años, algunas mujeres intelectuales, ayudaron también a sentar las bases del feminismo moderno. Por su parte, Marie Gouze escribió en 1791 la *Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana* en respuesta a la *Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano* (1789) - que distinguía entre los ciudadanos activos (hombres independientes y con

propiedades), y los pasivos (hombres sin propiedades y mujeres) – denunciando la falta de igualdad y libertad para las mujeres, a las que se les denegaban todos los derechos. También, Mary Wollstonecraft, escritora y filósofa inglesa viajó a París en plena Revolución y, en 1792, redactó *Vindicación de los derechos de la mujer*, obra donde defendía que las mujeres debían tener los mismos derechos que los hombres. Estos textos ayudaron a las mujeres a expandir su conciencia feminista y los grupos reivindicativos comenzaron a ser cada vez más numerosos. Sin embargo, ninguna de estas dos mujeres reivindicó en sus obras el derecho político más importante de la historia de la mujer: el derecho al voto.

Las reivindicaciones legales continuaron al alza durante los últimos años del siglo XVIII, pero a principios del XIX nació la lucha que marcó los inicios de la considerada ‘Primera ola’ del movimiento feminista, la lucha sufragista. La reivindicación del voto femenino llevó al movimiento al terreno del activismo y la desobediencia civil en varias partes del mundo. En esta fase fueron las trabajadoras quienes salieron a la calle y, además de exigir derechos civiles como el voto, demandaron mejores condiciones laborales. Se organizaron grandes manifestaciones, se crearon organizaciones por el sufragio femenino, y grandes teóricas unificaron por primera vez el socialismo y los derechos de las mujeres. En Estados Unidos, en 1848, Lucretia Mott, fundadora de la primera sociedad femenina contra la esclavitud, y Elizabeth Cady Stanton, activista abolicionista, convocaron la primera Convención sobre Derechos de las Mujeres. Ahí redactaron la Declaración de Seneca Falls, un texto inspirado en la Declaración de Independencia de los Estados Unidos, que fue firmado por 100 mujeres y que denunciaba las restricciones políticas y legales de la mujer. La lucha por el sufragio femenino culminó cien años más tarde, cuando en 1948 la ONU lo estableció en su Declaración Universal de los Derechos Humanos como derecho universal.

Además del sufragismo, también hubo otras luchas ligadas a los derechos de las trabajadoras y figuras que promovieron un feminismo socialista y revolucionario. Flora Tristán, Emma Goldman, Aleksandra Kollontái, o Rosa Luxemburgo destacaron por sus reivindicaciones durante esta ‘Primera ola’ del feminismo.

Una vez superados los obstáculos legales a la igualdad entre mujeres y hombres, tras la Segunda Guerra Mundial, la lucha feminista despertó de nuevo y,

reconociendo la deuda histórica con sus predecesoras las sufragistas, renovó el programa reivindicativo para adaptarlo al contexto social del momento, el Estado del Bienestar. Durante el último tercio del siglo XX, el movimiento feminista se centró en la liberación de la mujer en todos los ámbitos y más allá de las construcciones sociales. Simone de Beauvoir, Betty Friedan y Kate Millett escribieron durante estos años tres obras fundamentales que sentarían las bases del feminismo sucesor. En *El segundo sexo*, escrito en 1949, Simone de Beauvoir reflexiona sobre la identidad de las mujeres, entendiendo esta como un producto cultural construido desde la sociedad, y sostiene que la principal tarea del sexo femenino es reconquistar su propia identidad a partir de su criterio con el fin de mejorar su vida y ampliar sus libertades. En 1963, Betty Friedan analiza en *La mística de la feminidad* el malestar de las mujeres estadounidenses de clase media al ser relegadas de nuevo al ámbito doméstico después de la guerra. Tres años después de la publicación de esta obra, Friedan fundó la Organización Nacional de Mujeres (NOW), que fue el máximo exponente del feminismo liberal de la época, y donde las mujeres reivindicaron la igualdad de oportunidades laborales, la paridad política, o la representación igualitaria en los medios de comunicación, entre otras cosas. Finalmente, en *Política sexual* (1969), Kate Millet propone que para acabar con el patriarcado era necesario acabar con las relaciones de dominación en ámbitos como las relaciones de pareja o la familia. Esta última sentó las bases del feminismo radical, que optaba no solo por la reivindicación de un espacio público igualitario, sino también por la transformación del espacio privado.

Las feministas radicales fueron quienes incluyeron la lucha contra la violencia de género en la agenda reivindicativa, que comenzó a ser cada vez más potente y constante. Las manifestaciones masivas fueron uno de los distintivos del movimiento feminista de esta 'Segunda ola'. Las mujeres, apoyadas por instituciones como el Movimiento de la Liberación de la Mujer (1970) salían a la calle a reclamar igualdad en el salario, igualdad de oportunidades en la enseñanza y el empleo, trabajo doméstico remunerado, anticonceptivos y abortos libres y gratuitos, creación de guarderías, una sexualidad libre de violencia machista, y otras muchas consignas en torno al cuerpo y la sexualidad femenina.

Además de todas las nuevas reivindicaciones, que supusieron un gran avance en cuanto a los valores del feminismo, hubo otro factor que ayudó en el crecimiento del movimiento. A partir de los años 70, las ideas feministas de base consiguieron hacerse un hueco dentro de las instituciones de reconocimiento mundial. La ONU proclamó el año 1975 como Año Internacional de la Mujer, y llevó a cabo importantes conferencias de denuncia en torno a la situación de la mujer en el mundo. Una de estas conferencias, la celebrada en Copenhague en 1980 dio inicio al Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer, que se celebró bajo el lema de “Igualdad, desarrollo y paz en la salud, la educación y el empleo de las mujeres”. La ONU también aprobó en 1979 la Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) y llevó a cabo los llamados ‘Informes Sombra’ para evaluar si sus países cumplían o no en cuanto a equidad de género.

Sin embargo, con la llegada de los años 80 y hasta los años 90, se produjo a nivel mundial una reacción conservadora en torno al movimiento feminista. En primer lugar, los medios de comunicación – sobre todo los estadounidenses – empezaron a difundir mitos que demonizaban al feminismo y a las mujeres que formaban parte de él con el fin de frenar el avance tan potente que estaba teniendo en todo el mundo. Por otro lado, se intensificaron los debates dentro del propio movimiento: aparecieron nuevas corrientes que pusieron sobre la mesa diferentes modelos de mujer y se crearon controversias acerca de la sexualidad, la prostitución, la transexualidad, la pornografía o el sadomasoquismo. Además, estalló una crisis interna promovida por mujeres negras, lesbianas, transexuales, árabes o indígenas, que decían no sentirse representadas en el que para ellas era un feminismo hegemónico que sólo representaba a las mujeres blancas, de clase media, heterosexuales y de países occidentales. Todos estos aspectos provocaron la aparición de diferentes puntos de vista desde los que entender el feminismo, y es por esto por lo que en la ‘Tercera ola’ se pasó a hablar de feminismos en plural.

En 1984 la profesora hindú Chandra Talpade Mohanty, representante de la teoría del feminismo postcolonial, publicó el artículo *Bajo los ojos de Occidente* para criticar la imagen que el feminismo occidental daba de las mujeres del llamado tercer mundo, como víctimas y analfabetas. En 1990 Judith Butler publicó *El género en disputa* e inauguró la teoría *queer* que ha impregnado el feminismo

hasta la actualidad. Esta corriente sostiene que el sexo, igual que el género, es algo construido, y critica la reducción de las identidades a opciones binarias – hombre y mujer, homosexual y heterosexual–, para proponer una mayor diversidad. Años más tarde, esta teoría unió fuerzas con el movimiento feminista en la lucha por los derechos de las personas LGTBQ, lucha que aún mantienen. En 1985 la norteamericana Donna Haraway publicó el *Manifiesto ciborg*, texto que inspiró al Ciberfeminismo, que ve las tecnologías digitales como un espacio a conquistar y en el que transformar los roles de género convencionales. A día de hoy, puede demostrarse la validez de las ideas que Donna Haraway defendía en este manifiesto, ya que existe una presencia consciente y articulada de los feminismos en internet y las redes sociales, feminismos que utilizan el humor, la ironía o la denuncia para difundir sus mensajes.

Aunque estos años se consideran conservadores, se podría decir que fueron los que realmente sentaron las bases del feminismo como lo conocemos hoy en día. Las mujeres de esta época introdujeron en el movimiento muchos nuevos debates que a día de hoy se han convertido en nuevos ámbitos de lucha. Se profundizó en el carácter internacional de los feminismos, se empezó a usar la palabra “empoderamiento” como estrategia de avance social, se dio un paso gigante en la inclusión de la agenda feminista dentro de las instituciones, se habló por primera vez de la perspectiva de género, y se idearon nuevas estrategias de divulgación feminista a través de nuevos medios.

De esta manera, el movimiento feminista entró en el siglo XX con una agenda de temas mucho más amplia y unas mujeres mucho más complejas. Las mujeres siguieron reivindicando todas aquellas cuestiones de desigualdad que permanecían arraigadas en su vida tanto social como política y, además, idearon desde el movimiento nuevas formas de lucha para conseguir expandir los valores y consignas del feminismo a todas las instituciones, ya fueran del ámbito político, económico, social o cultural. Durante casi tres siglos de historia, el movimiento feminista ha conseguido cambiar poco a poco la condición de la mujer tanto en su persona como respecto al hombre, pero desgraciadamente, todavía quedan muchos aspectos por cambiar.

El panorama laboral de las mujeres sigue implicando una serie de dificultades específicas añadidas. En primer lugar, la brecha salarial – la diferencia entre el

salario de la mujer y el hombre – parece haberse estancado en los últimos años, cuando los hombres cobran el 20% más que las mujeres. Estas últimas, además, sufren en mayor medida los contratos temporales y el desempleo, y a lo largo de su carrera se encuentran con dos grandes dificultades: el “techo de cristal”, que es el conjunto de todas las barreras invisibles que dificultan a las mujeres el acceso a puestos directivos o de alta responsabilidad; y el “suelo pegajoso”, que hace relación al obstáculo que supone para el desarrollo de la vida profesional de las mujeres el hecho de que sigan estando relegadas a las tareas de cuidado familiar y trabajo doméstico. El “suelo pegajoso” mantiene atrapadas a muchas mujeres en la base de la pirámide económica, impidiendo su realización personal más allá del ámbito familiar. Esto también afecta a las mujeres migrantes, que suelen verse obligadas a trabajar en empleos precarios que normalmente consisten en cuidados y labores domésticas que otras familias deciden externalizar. Las mujeres en cuyas familias no se externalizan las labores domésticas suelen verse afectadas por la llamada “doble jornada laboral”. Aunque las administraciones han impulsado las políticas de conciliación (reducción de jornada, permisos de maternidad y paternidad...) en muchos casos la responsabilidad familiar y del hogar suele adjudicarse a las mujeres. Por eso el feminismo defiende la corresponsabilidad: que tanto mujeres como hombres se hagan cargo de las tareas de cuidados, repartiéndolos de manera justa y equitativa para que tanto ellas como ellos puedan disfrutar de su vida personal, familiar y laboral.

Las mujeres, además, siguen viéndose más afectadas que los hombres por factores como la precariedad, los recortes en servicios públicos, las guerras, los desplazamientos migratorios o el deterioro del medio ambiente. Esto está provocando que la feminización de la pobreza vaya siendo cada vez más notable. De hecho, según el último informe de “ONU Mujeres”, a nivel mundial hay 122 mujeres pobres de entre 25 y 34 años por cada 100 hombres del mismo rango de edad. Además, según el “8 informe de Seguimiento del indicador de riesgo de pobreza y exclusión social en España 2008 – 2017”, elaborado por el INE, la tasa de pobreza femenina en España es del 27,1%, es decir, que en total hay 6,4 millones de mujeres en riesgo de pobreza, frente a los 5,9 millones de hombres.

En el ámbito político, aunque las mujeres son la mitad de la población, están infrarrepresentadas en las instituciones y organismos tanto públicos como privados. El feminismo sigue reclamando formas de gobernar en las que se reconozcan las capacidades de las mujeres y se distribuya la autoridad de forma más equitativa. El movimiento ha acuñado también el concepto de “interseccionalidad”, para poder hacer frente a las desigualdades entre mujeres de diferentes identidades o contextos sociales, y sigue demandando a los políticos que pongan en marcha medidas para corregir la situación.

En el ámbito social y cultural, la mayoría de los problemas que las mujeres denuncian parten de la base de que la sociedad mundial sigue inmersa en una mentalidad y un sistema patriarcal. A las mujeres se les impone un modelo de belleza hegemónico que excluye cualquier tipo de diversidad, se les imponen roles y etiquetas de género que refuerzan la existencia de estereotipos y la discriminación. El sexismo cada vez quita más protagonismo al sexo femenino y los medios de comunicación y las redes sociales, con su forma de tratar a las mujeres, no hacen más que favorecer que esta mentalidad persista. Los debates sobre la sexualidad femenina, las orientaciones sexuales, las diversidades de género, o el derecho al aborto siguen aún estando abiertos y la perspectiva de futuro, a pesar de que ha mejorado, no es del todo positiva.

Todos estos problemas se refuerzan y encadenan unos con otros, y aunque la consciencia que se crea sobre cada uno de ellos es muy diferente, todos tienen la misma importancia para el feminismo. A pesar de esto, a día de hoy, las mujeres se enfrentan a un problema que sobrepasa a todos los anteriores: la violencia de género. Al fin y al cabo, esta es la máxima representación de la cultura patriarcal en la que están estancadas las sociedades de todo el mundo. Las cifras de asesinatos no descienden. Según el balance de la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, actualizado a 13 de mayo, veinte mujeres han sido asesinadas por sus parejas o exparejas en España en lo que va de año, 995 desde que empezaron a contarse en 2003. Pero estos asesinatos representan tan solo la punta de un iceberg que se sostiene por culpa de muchos otros tipos de violencia machista que parecen ser invisibles. Son manifestaciones de violencia de género que abarcan desde el acoso o la violencia psicológica, hasta las múltiples formas de micromachismos existentes. La violencia se despliega desde formas explícitas

hasta formas más sutiles y cala en todos los ámbitos de la vida de las mujeres. Acabar con la violencia machista implica perseguirla en todas sus expresiones y para ello es necesario que las mujeres cuenten con el apoyo de instituciones, medios de comunicación y ciudadanía para ser acompañadas en su lucha contra la cultura de la discriminación.

Gracias al impulso del feminismo en los últimos años, cuestiones como la violencia de género han dejado de ser un asunto privado para convertirse en un problema público que debe ser abordado también desde las instituciones que, a su vez, se han democratizado y han introducido la perspectiva de género para dar voz a mujeres que pongan sobre la mesa todos los problemas que provoca la desigualdad. Para llevar a cabo esta lucha de base contra la desigualdad estructural de las mujeres, tanto las instituciones como los diferentes colectivos feministas están llevando a cabo una importante labor educativa con la intención de frenar las ideas machistas e introducir, desde las edades más tempranas, una conciencia feminista. Sin embargo, no son solo las instituciones y los colectivos de mujeres quienes están creando una conciencia cada vez más feminista en la sociedad, sino que son otras mujeres que, desde diferentes ámbitos – sobre todo creativos – están divulgando los valores feministas y reforzando el movimiento. Ya en los años 90, las mujeres se dieron cuenta de que los valores feministas no eran algo que debiera difundirse únicamente a través del ámbito académico o institucional, y por eso diferentes artistas de diferentes ámbitos creativos introdujeron en sus obras el componente reivindicativo. Provocadoras y en ocasiones irreverentes, artistas y músicas irrumpieron en la escena de la última década del siglo XX para dar visibilidad al movimiento feminista y a sus reivindicaciones en contra de la desigualdad. En Rusia, el movimiento “Riot Grrrl” dio lugar a grupos punk de mujeres feministas, y la tendencia se expandió por todo el mundo. En el mundo del arte, las “Guerrilla Girls” comenzaron a denunciar la ausencia de creadoras en los museos con carteles en los que usaban el humor como herramienta. Ellas fueron las primeras en evidenciar la falta de visibilidad de las mujeres creadoras y lo poco que se valoran las producciones femeninas. La presencia de las mujeres en el mundo del arte ha sido más como objeto de representación que como artistas y creadoras, pero, sin embargo, la historia demuestra que no se trata de que no hayan existido mujeres pintoras, músicas, escritoras, o cineastas, sino que su trabajo ha sido totalmente

invisibilizado y menospreciado. En la actualidad, numerosas voces denuncian que museos, festivales, galardones y un sinfín de instituciones culturales siguen ignorando a la mitad de la población y no incluyen en igualdad de condiciones a las creadoras, que cada vez son más. El arte se ha convertido en uno de los formatos más potentes para la difusión de los valores y las ideas feministas y ahora, las artistas y creadoras lo están aprovechando para reforzar el movimiento feminista y expandirlo a la mayor cantidad de gente posible.

El arte es una de las formas de creación cultural que más se relaciona con el contexto social al que pertenece. Artistas y creadoras plasman en sus obras las características sociales, políticas o culturales del contexto del que forman parte. Refuerzan determinadas ideas y se inspiran en otras para llevar a cabo su trabajo como artistas. Al fin y al cabo, el arte de una determinada época es la representación gráfica de cómo vivía y pensaba la sociedad del momento. En este momento, en España, el movimiento feminista está más que presente en una sociedad que ahora no contempla una realidad que quede mínimamente alejada de la lucha y las reivindicaciones por la igualdad de la mujer en todos los aspectos de su vida. El arte en todas sus expresiones se ha adaptado a esta nueva condición social, reforzando sus ideas y reforzándose a sí mismo como plataforma de divulgación. Música, pintura, dibujo, escritura, cine, televisión, diseño o fotografía, han ido impregnándose de las ideas feministas y sus creadoras se implican cada vez más en plasmar determinados valores en sus obras. Paralelamente al auge del movimiento feminista ha nacido una nueva generación de artistas que, comprometiéndose con el movimiento y sus valores, centran su trabajo en la reivindicación del empoderamiento femenino, la denuncia de la desigualdad generada por la mentalidad machista y el patriarcado, la crítica hacia determinadas situaciones de violencia, la normalización de cualquier forma de diversidad, o la ruptura de los estereotipos. Estas mujeres utilizan su creatividad y su capacidad de influencia social, para introducir en su público un punto de vista más crítico y, de alguna manera, encaminarlo hacia la mentalidad feminista.

En esta nueva generación de artistas implicadas con el movimiento hay un sector en concreto que está consiguiendo hacer llegar la conciencia feminista al público de todas las edades y de una forma muy potente, rápida y eficaz. Las ilustradoras consiguen con un dibujo y a veces alguna frase, transmitir a su público un

mensaje cargado de ideología. Son capaces de, en una ilustración, hacer entender a alguien un determinado concepto, hacer que alguien se sienta identificado con alguna situación, hacer más comprensibles determinados argumentos, o normalizar muchos aspectos de la vida de las mujeres. Cada una de ellas parte de un punto de vista en cuanto al feminismo o se centra en un determinado ámbito de la lucha del movimiento, pero todas ellas juntas, han creado un colectivo que poco a poco – y a la vez que el movimiento feminista – ha ido ganando fuerza y visibilidad. Desmontan estereotipos, defienden la libertad de las mujeres en todos los aspectos, critican el pensamiento machista, rompen las barreras del patriarcado, denuncian micromachismos y, sobre todo, representan la realidad social para demostrar que aún queda mucho por conseguir en el terreno de la igualdad.

Feminismo para jóvenes en la red

El vídeo de @Eres_una_caca seguía reproduciéndose una vez tras otra en el móvil de Bea mientras ella se concienciaba de que, a la mañana siguiente, volvería a cruzarse con el camarero del Charrito.

- Ojalá poder hacer esto en la vida real – escribió por el grupo de Instagram a sus tres compañeras de piso a la vez que les enviaba el vídeo
- Pues sí, que asco – le respondió Paula.

Al día siguiente, a la hora de la cena, que es el único momento del día en el que Bea y Paula coinciden, Bea volvió a hablarle del vídeo.

- Imagínate que no hubieses encontrado este vídeo en Instagram, igual aún seguirías yendo a clase por la otra acera – Paula es la más mayor del piso, también la más madura, y era la única que seguía a @Eres_una_caca antes de que Bea descubriera ese vídeo.
- Mi favorito es este – dijo Paula, mientras buscaba el vídeo que quería enseñarle. - Me hace gracia, pero es muy real.

En la pantalla de su móvil, apareció entonces, sobre un fondo rojo, una caca alargada con ojos, boca, cejas y brazos que, con una diadema que anunciaba

“Happy New Year”, y una copa de cristal en la mano, se disponía a hacer un brindis frente a su familia.

“Familia, brindemos por un nuevo año lleno de salud, paz y amor para todos”. Después de una breve pausa y una larga mirada hacia su copa, la caca, en representación de un hombre adulto, prosiguió: “María, pero ¿por qué no me has llenado la copa?, anda vete a por el champagne y dile a mi madre que se dé prisa, que lleva horas en la cocina, a ver cuándo termina. Madre mía, si es que tengo que estar en todo.”

Igual que en el resto de los vídeos, la figura de caca acababa siendo aplastada por un pie gigante a la vez que se escuchaba la melodía representativa de la cuenta en la que una voz entona de forma graciosa la frase “eres una caca”. Justo debajo del vídeo, Lula Gómez, su creadora, había escrito: “¿Qué harás esta noche cuando los machos de la familia se comporten como los cretinos que son? No lo permitas más. Cambia las fiestas. Defiende a tu madre, hermana, abuela, tía. Deja en evidencia esta injusticia y haz que el año comience feliz para todas”.

Las dos se rieron al terminar de ver el vídeo, pero se pusieron serias al leer las palabras de Lula. Las dos habían vivido situaciones como esta.

Durante más de media hora, Bea y Paula estuvieron mirando algunos de los vídeos de @Eres_una_caca, comentando todas las “injusticias y desigualdades” que Lula representaba en sus animaciones, pero, sobre todo, riéndose de la voz y el aspecto de todos los hombres con forma de caca que acababan siendo aplastados por culpa de sus comentarios machistas.

- Pues se ha hecho famosa super rápido – dijo Bea señalando los más de 150 mil seguidores de la cuenta.
- Normal, es que ahora todo esto está super de moda – añadió Paula.

Después de recoger la mesa, las dos se fueron a sus habitaciones, y siguiendo la misma rutina de cada noche, se tumbaron en sus camas para continuar mirando sus móviles.

Las dos son muy activas en sus redes sociales, pero Paula, que tiene más de mil seguidores, usa muchas veces sus *Instagram Stories* para compartir su opinión sobre asuntos que considera trascendentales, como el feminismo. Después de la

conversación que acababa de tener con Bea en el salón, no tardó ni diez minutos en coger el libro que sus amigas le habían regalado por su 23 cumpleaños, para decidir cuál de todas las ilustraciones de Flavita Banana iba a publicar esa noche en su historia.

La editorial Astiberri publicó en septiembre de 2017 el libro “Archivos estelares”, que contiene una recopilación de las mejores y más populares viñetas de la ilustradora Flavia Álvarez, más reconocida como Flavita Banana. Ese mismo año, Paula gritó de emoción al tener entre sus manos lo que para ella es “uno de los mejores manuales de feminismo”.

Sobre un fondo blanco y con un inconfundible trazo irregular en rotulador negro, Flavita Banana ilustra una conversación entre tres brujas. Las tres, mujeres adultas de cabello negro, visten un largo y abotonado vestido negro, de manga larga y cuello alto, y unas botas de tacón, también negras. Dos de ellas, situadas a la derecha de la imagen, montan sobre su escoba sobrevolando el suelo, como buenas brujas que son, pero están detenidas delante de la tercera bruja, que las mira de frente. Esta última no monta su escoba, sino que está de pie y sujeta la escoba con las dos manos, moviéndola ligeramente de lado a lado por encima del suelo. La bruja, seria, les dice a sus dos compañeras: “Entonces, cuando se acerquen, la cogéis así (la escoba), y ya veréis que con el tiempo nos dejarán en paz”.

Esta ilustración sigue siendo, a día de hoy, una de las ilustraciones favoritas de Paula, y al publicarla ese día en su Instagram, sus mensajes directos se llenaron de aplausos y corazones rojos.

La ilustración de las brujas de Flavita Banana que Paula publicó en sus *Instagram Stories*, la vieron un total de 920 personas, y según las estadísticas que le aparecen junto a las visualizaciones, 38 de esas personas pulsaron sobre la publicación original para verla en el perfil de Flavia. Esto significa que, gracias a la publicación de Paula, 38 de sus seguidores pudieron descubrir o reencontrarse con el perfil y las ilustraciones de Flavita Banana.

Instagram se ha convertido, en los últimos 5 años, en una de las redes sociales más potentes y más utilizadas a nivel mundial. Según el Estudio Anual de Redes Sociales del año 2018, presentado por la Agencia de Digital Commerce Marketing

Elogia e IAB Spain (Interactive Advertising Bureau), el 85% de los internautas de entre 16 y 65 años en España utilizan las redes sociales, es decir, un total de 25,5 millones de usuarios. Y a pesar de que Facebook y Twitter siguen siendo las redes sociales más mencionadas en las encuestas, Instagram es la red social que mayor aumento en cuanto a usuarios ha estado registrando en los últimos años, llegando a ser la tercera red social más utilizada en España.

El estudio también revela que para la Generación Z (todos aquellos jóvenes de entre 16 y 23 años) la red social favorita es Instagram, y es también en la que más tiempo pasan. Además, un 72% de los jóvenes encuestados dice seguir a personas influyentes en esta red social. Este auge de popularidad es la causa de que, a día de hoy, Instagram ya no sea solamente una plataforma en la que los usuarios muestran su día a día y publican sus fotografías favoritas, sino que se haya convertido en un espacio lleno de ideología y opinión. Más de mil millones de usuarios de todo el mundo comparten a diario a través de su perfil todo tipo de contenido, y herramientas como las *Instagram Stories*, han ayudado a que este sea cada vez más de carácter ideológico. Instagram, además de ser una plataforma para el entretenimiento, es ahora una plataforma de opinión, participación e interacción, en la que una publicación, y el mensaje que la acompaña, pueden llegar de forma inmediata a un gran número de usuarios.

Cuando Paula publicó en su Instagram la ilustración de las brujas de Flavita Banana, la vieron un total de 920 personas de entre sus 1.300 seguidores, pero la publicación original, la ilustración que Flavita Banana publicó en su cuenta hace ya dos años, cuenta con más de 16.300 “me gusta” y 100 comentarios.

El pasado 30 de abril, Flavia publicó en su Instagram una de las primeras viñetas que había realizado tiempo atrás. Manteniendo su estilo – fondo blanco y trazo negro irregular – representa en la ilustración una mujer que, sentada en el suelo, está arreglando una bicicleta. Un hombre sujeta detrás de la mujer la rueda de la bicicleta, y de la boca de ella sale un bocadillo de texto en el que se lee: “Lo único agotador de hacer cosas de hombres es justificarse”. Los más de 40.000 “me gusta” y 200 comentarios que tiene esta, que es una de sus últimas publicaciones, demuestran que su cuenta de Instagram no ha dejado de crecer. A día de hoy tiene casi 500.000 seguidores y tres libros publicados, y se ha convertido en una de las más populares representantes de la ilustración feminista en España.

La popularidad en Instagram, sin embargo, no conlleva únicamente cascadas de “me gusta” y seguidores, sino que convierte los perfiles más populares, en foros de debate. En la publicación de las brujas con escoba que Flavia publicó en 2017, hay sólo 100 comentarios, y todos ellos están plagados de halagos, aplausos, y palabras de admiración. Sin embargo, en sus últimas publicaciones, que tienen muchos más comentarios, los alagos y las palabras positivas sin contenido ideológico u opinión, pasan completamente desapercibidos.

Dibujados sobre un fondo blanco, con el típico trazo negro e irregular de Flavia, en lo que podría ser la cocina de una casa cualquiera, hay un hombre, Manolo, que mira cómodo la televisión desde su butaca mientras su mujer lava los platos de una comida que, seguramente, antes había preparado ella.

- Feliz 1852 – dice ella.
- 2019 – le corrige él.
- Eso.

Más de 60.000 “me gusta” y 230 comentarios acompañan a esta publicación. “Misma viñeta del año pasado, solo tuve que actualizar el año. ¿Por qué será?”, comenta Flavia al pie de la publicación. Los comentarios de algunos hombres responden a su pregunta.

- *Mon pare*
- La pobre señora tendrá Alzheimer y por eso no se entera de nada, sino no veo el problema.
- No todos los hombres somos así.
- ¿Por qué Instagram me recomienda cuentas de mierda como esta?
- ¿Lavar los platos es más trabajo que levantarse cada día a las seis de la mañana para ir a trabajar? Ustedes no quieren trabajar porque no quieren, te aseguro que cualquier hombre querría quedarse en casa todo el día.
- Cada uno elige sus tareas, si fuese al revés, la mujer yendo a trabajar y el hombre fregando los platos, os daría completamente igual, progres hipócritas.
- No lo entiendo, ¿alguien me lo explica?

Algunas mujeres contradicen sus comentarios, intentan explicarles que lo que ilustra la viñeta es la desigualdad de género a la que aún muchas mujeres se ven

sometidas, y les ofrecen firmes argumentos que desmontan los suyos. Ellos contraatacan a la defensiva, y mientras tanto, muchos otros usuarios se lamentan de que la publicación ilustre la realidad social y la falta de avance en cuanto la igualdad entre mujeres y hombres. El espacio de comentarios del Instagram de Flavita Banana parece ahora un foro de debate que, además de ser la clara representación del auge del pensamiento feminista, es la prueba de que, a día de hoy, la lucha del movimiento continúa siendo muy necesaria.

Es un tal @juanxo290 el que se pregunta, bajo la ilustración de Manolo y su mujer, que por qué Instagram le recomienda cuentas, según él, “de mierda” como la de Flavita Banana. Este hecho, que para él supone un disgusto, para Bea supuso un cambio de mentalidad respecto a la situación que estaba viviendo cada mañana al encontrarse con el camarero del Charrito. El algoritmo de Instagram no puede contentar a todos los usuarios, pero en la mayoría de los casos, no se equivoca en la recomendación de cuentas. La noche que Bea comenzó a seguir a @Eres_una_caca, automáticamente, después de pulsar sobre el botón azul de “seguir”, se desplegó bajo los datos del perfil de Lula, una barra de sugerencias de otros perfiles relacionados. Los nombres y las fotos de perfil de @daniellamartic, @rociosalazar_ilustracion, @alejandralunik, @lola.vendetta, @catana3el, o @feministailustrada, aparecieron entonces en la pantalla de Bea, que entró en un bucle de descubrimiento de contenido feminista.

“Quizás me conozcas por mis pelos” leyó Bea en la descripción. Deslizó su dedo sobre la pantalla de su móvil y, tras tres filas de publicaciones, encontró una que realmente le llamó la atención.

Sobre un fondo blanco hay dibujada y coloreada una mujer joven. La mujer está desnuda, y el dibujo muestra un cuerpo natural, sin partes censuradas, con arrugas, imperfecciones y vello corporal. Desde diferentes partes de su cuerpo, nacen líneas que se extienden perpendicularmente hasta unirse con una palabra escrita a la derecha de la joven. En azul, la palabra “obsceno” aparece unida a la boca, el pezón, la barriga, el culo, el sexo y los pies de la mujer; y en rojo, la palabra “asqueroso” señala su axila, su pezón, su abdomen, sus ingles, sus piernas y también sus pies. En la base de la ilustración se puede leer: “con cariño: la sociedad, xoxo”.

Rocío Salazar, ilustradora sevillana, firma la publicación con un “el Patriarcado te ama”. Empezó a publicar sus trabajos en Instagram en 2017, unas ilustraciones que tienen como protagonista a la mujer libre. A través de cuerpos semi o completamente desnudos de mujeres y unas cuantas palabras, Rocío denuncia una sociedad que impone el concepto de “feminidad” como característica básica de la mujer. Denuncia las normas y los estereotipos, y reivindica la libertad de decisión de la mujer en torno a su cuerpo y su aspecto.

El pasado 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, unas 200.000 personas llenaron las calles de Barcelona para reivindicar cuestiones como esta, en lo que fue una manifestación masiva – incluso más que la del año anterior – a favor de los derechos de las mujeres.

La ilustradora Raquel Riba Rossy había convocado para esa misma tarde del 8 de marzo, un encuentro de mujeres para ultimar los preparativos de la manifestación.

- Aquí pone que han quedado a las seis en Els Jardins d’Emma de Consell de Cent - dijo Nuria mientras enseñaba la historia de Instagram de Raquel Riba Rossy al resto de sus compañeras.
- Acabamos las pancartas rápido y vamos. Son diez minutos andando – dijo Irene mientras pegaba sobre un gran cartón marrón la fotocopia de uno de sus dibujos favoritos de Lola Vendetta.

Tres mujeres ocupan, sobre un fondo oscuro, el centro de la ilustración. Las tres son jóvenes, y están completamente desnudas. En sus rostros, serios, se aprecia una mirada que mezcla sentimientos de desaprobación e incredulidad. Hay algo con lo que ellas no están de acuerdo. La mujer de la izquierda, de cabello corto y pelirrojo, sostiene con sus manos su gran barriga de embarazada. A la derecha de la imagen, otra mujer de cabello negro y despeinado y de aspecto cansado, sujeta entre sus brazos, a la altura del pecho, a un bebé ensangrentado que aún permanece unido al cordón umbilical que cuelga de su sexo, también ensangrentado. En el centro, entre las otras dos mujeres, aparece Lola Vendetta con restos de sangre entre sus piernas. Tiene los brazos tensos, estirados a lo largo de su cuerpo, y los puños apretados. Por encima de las cabezas de las tres mujeres, en letras blancas y mayúsculas se lee: “SEXO DÉBIL, LOS COJONES”.

Al llegar a los jardines donde Raquel Riba Rossy había convocado a sus seguidoras, Nuria e Irene encontraron a más de 50 mujeres que sujetaban pancartas como las suyas. Lola Vendetta y sus reivindicaciones, sobresalían, en forma de pancartas, por encima de las cabezas de las mujeres que habían asistido a la cita, y Raquel, su creadora, observaba emocionada ese escenario.

Lola Vendetta nació hace cinco años como el ‘alter ego’ de Raquel, para reivindicar de cara al público una serie de situaciones molestas para las mujeres y fomentar su empoderamiento. En 2014 se dio a conocer en las redes sociales, y a día de hoy, cuenta con más de 400.000 seguidores en Instagram.

Este año, Lola Vendetta ha sido una de las protagonistas de las pancartas de la manifestación, pero el año pasado, la protagonista del 8 de marzo fue la mujer de la capa de Margalida Vinyes.

En cuatro pasos, una mujer se desanuda y se quita su delantal violeta para darle la vuelta y atárselo al cuello a modo de capa de superheroína. Encima de la ilustración el eslogan “*Dóna-li la volta*” invitaba a todas las mujeres a adherirse a la huelga del 8M. La ilustración dio la vuelta al mundo, y meses más tarde, desde Argentina usaron exactamente la misma imagen para – cambiando el violeta del delantal por el color verde – fomentar la lucha por la legalización del aborto. Esta imagen, que ya se ha convertido en algo viral, servirá durante un tiempo indefinido para fomentar la lucha de las mujeres y su participación en las manifestaciones del Día Internacional de la Mujer.

La tarde del 8 de marzo de 2018, semanas después de que Margalida Vinyes publicara su ilustración, se batieron récords de asistencia en todas las manifestaciones feministas programadas en un total de 120 ciudades de España. En Madrid, la Delegación del Gobierno cifró en 170.000 a los manifestantes – que en 2017 habían sido 40.000 – y en Barcelona, la Guardia Urbana calculó que asistieron a la manifestación unas 200.000 personas, más del doble que el año anterior. Los medios de comunicación del país se llenaron de noticias y titulares que explicaban lo que acababa de ser un momento histórico para el feminismo. “Marchas feministas masivas desbordan las calles en un 8M para la historia”, tituló eldiario.es; “Cientos de miles de personas se lanzan a la calle en una movilización feminista sin precedente”, escribió el diario El País. 2018 fue sin duda el año que marcó el auge del movimiento feminista, que ya había empezado

a coger fuerza en 2017, gracias al “boom” del #MeToo – #Cuéntalo en España – un movimiento que nació hace más de una década como una nueva forma de denuncia hacia casos de acoso o abuso machista.

La activista estadounidense Tarana Burke lanzó, en 2006, el *Me Too Movement* como una iniciativa para dar voz a las víctimas de acoso sexual y a la vez, promover la sororidad y el diálogo entre las mujeres. Para entonces, el movimiento no tuvo apenas repercusión social, pero en 2017, gracias a las redes sociales, comenzó a hacerse popular. En septiembre de 2017, el *New York Times* sacaba a la luz casi tres décadas de abusos sexuales por parte del famoso productor de Hollywood, Harvey Weinstein. El 5 de octubre del mismo año, la actriz Alyssa Milano publicó un tuit en el que invitaba a todas las mujeres acosadas o agredidas sexualmente a hacer pública su denuncia en Twitter bajo la etiqueta #MeToo.

“Suggested by a friend: if all the women who have been sexually harassed or assaulted wrote ‘Me Too’ as a status, we might give people a sense of the magnitude of the problem. If you’ve been sexually harassed or assaulted, write ‘Me Too’ as a reply to this tweet”, escribía Alyssa Milano. El tuit, a día de hoy, tiene más de 65.000 comentarios, todos ellos repletos de historias y denuncias de acoso y abuso sexual.

De igual forma que el escándalo de Harvey Weinstein desencadenó el #MeToo en Estados Unidos, el caso de La Manada lo hizo con el #Cuéntalo en España. Eldiario.es publicó en diciembre de 2018, las conclusiones que la periodista Cristina Fallarás, una de las impulsoras del *hashtag* en España, había extraído tras realizar una base de datos con la recopilación de todos los tuits que miles de mujeres habían escrito con la etiqueta #Cuéntalo, tras conocerse la sentencia de La Manada. “El resultado del rastreo son 160.000 tuits originales: 40.000 de ellos contaban agresiones en primera persona y 11.000 de ‘alguien que no podía hacerlo’ – casos de asesinatos, abuelas, madres o anonimato–. Más de 3.000 casos de víctimas menores de edad, más de 1.000 a menores de 12 años. 50.000 tuits eran de apoyo al movimiento y apenas 4.000, el 3%, críticos. Con retuits y compartidos, suman 2.750.000 intervenciones en Twitter de 790.000 usuarias únicas, cuyos mensajes quedaron en la red social. Ahora, todo lo que escribieron se puede consultar en la nube que han generado. El proyecto también busca

analizar la procedencia del testimonio y el tipo de agresión. El 38% provienen de España, donde se originó. Pero pronto se extendió a Latinoamérica y desde ahí se escribieron el 30%. En total, hubo tuits desde 60 países. Lo que se leyó: 1 de cada 10 de los analizados narraban asesinatos; 1 de cada 7 violaciones; 3 de cada 10 agresiones sexuales; 1 de cada 6 maltrato; 1 de cada 3 acoso y también 1 de cada 3 situaciones de riesgo y miedo.”, explica el artículo.

El movimiento del #MeToo y sus derivados, supusieron un aumento de la conciencia feminista en todo el mundo y, por consiguiente, marcaron el inicio de la mejor época del movimiento feminista, que consolidó su fuerza en 2018 y que no deja de crecer.

Si las cifras de asistencia a las manifestaciones del Día Internacional de la Mujer en España fueron históricas, las de este año 2019 no han sido menos. Según las delegaciones del Gobierno, este año han asistido a la manifestación de Madrid entre 350.000 y 375.000 personas, más del doble que el año pasado; y según la Guardia Urbana, en Barcelona, han sido 200.000 los participantes.

Está claro que movimientos como el #MeToo o el #Cuéntalo, ayudan a generar conciencia feminista, pero, sobre todo, favorecen la creación de un ambiente de sororidad entre las mujeres que, aunque en este caso nazca y se demuestre en las redes sociales, cala en ellas y en su forma de pensar y de comportarse. Las manifestaciones feministas son la clara representación de este concepto, de mujeres entendiéndose y apoyándose las unas a las otras para una causa común, luchar para terminar con el machismo y el patriarcado usando como arma el empoderamiento femenino.

De hecho, el entendimiento, la comprensión, el apoyo entre mujeres, y todas las actitudes que se enmarcan en el concepto de sororidad, han sido, en gran medida, las impulsoras del movimiento feminista, consiguiendo que cada vez sean más las mujeres que se sienten identificadas con el concepto del feminismo y que se unen a la lucha por sus derechos y su igualdad.

Anabel Lorente, pedagoga y una de las ilustradoras que ahora representan al feminismo en las redes sociales, no se sintió identificada con el concepto de feminismo hasta sus 24 años. “Debería llamarse igualdad, no feminismo”, decía. En uno de sus vídeos cuenta cómo pocos días antes de que se celebrara en

Barcelona la huelga feminista del 8 de marzo de 2018, seguía sin estar segura de si debía ir o no a trabajar ese día: “veía a mis compañeras super motivadas, pero yo no acababa de conectar con todo eso”. Dice que acabó yendo a manifestarse porque vio en las noticias el vídeo de miles de mujeres cantando a una sola voz en Bilbao, pero que fue meses más tarde, cuando se dio cuenta de que, por mucho que lo negara, era una mujer feminista.

Anabel publicó en Twitter su primer True Story, un vídeo de ilustraciones animadas, en agosto de 2018, y desde entonces, publica uno al mes. Poco a poco sus vídeos fueron ganando popularidad, haciéndose virales, y hasta los periodistas comenzaron a hablar de ella. “Descubre a Catanagel: humor animado con el que muchas mujeres se sienten identificadas en redes” titulaba en septiembre de 2018 eldiario.es. Los artículos hablaban de ella como una ilustradora feminista, pero ella, seguía sin sentirse cómoda bajo esa calificación. “Subí el primer True Story simplemente explicando algo que me había pasado, sin ideas de feminismo detrás”, explica. No fueron los artículos de periodistas ni su repentina aparición en los medios de comunicación lo que le hizo convencerse de que era feminista, sino que fueron muchas otras mujeres, que, a raíz de sus True Story, comenzaron a compartir en Twitter sus propias experiencias, las que hicieron que se identificara por fin con el concepto.

Anabel publicó dos vídeos seguidos en septiembre en los que explicaba dos experiencias personales. En el primero, contaba la historia de cómo un amigo suyo había reaccionado al rechazarlo en una discoteca, menospreciándola, insultándola y haciéndola sentir insegura de su propio cuerpo y de su aspecto. En el segundo, narraba, en forma de autocrítica, el proceso mental que ella misma había experimentado al encontrarse por la calle a dos chicas jóvenes y, después de haberlas juzgado, pensando que, por su forma de vestir eran “unas guarras y unas provocadoras”, haberse dado cuenta de que el problema lo tenía ella por no darse cuenta de que cada persona es libre de vestir como quiera. “Después de publicar estos dos vídeos pasó algo, cientos de mujeres me escribieron, dándome apoyo, explicando cosas similares o peores que les habían pasado, abriéndose. De repente no solo yo había sufrido, sino que mi historia representaba a muchas más mujeres”, cuenta Anabel.

Todas esas mujeres se habían sentido identificadas con las historias que estaba contando Anabel y ella, al leerlas, al ver que no era la única que había pasado por este tipo de situaciones, se dio cuenta de que pertenecía, junto a todas las demás, a un colectivo luchaba por ellas y las defendía frente a una sociedad machista, el colectivo feminista.

Las redes sociales, al permitir de forma tan sencilla la interacción y el intercambio de historias, promueven que se genere un ambiente de sororidad entre todas aquellas mujeres que participan en los diálogos que se generan en ellas. Los comentarios de apoyo generados a partir del vídeo de Anabel o las historias compartidas en el marco del movimiento #Cuéntalo o #MeToo, demuestran que las mujeres se encuentran en un momento de concienciación y lucha muy potente, consolidado sobre la base de un sentimiento de identificación mutuo, generado a partir del intercambio narrativo de sus experiencias personales.

El hecho de que se haya establecido un diálogo de comprensión y apoyo entre todas las mujeres es lo que explica que, en estos momentos, el movimiento feminista esté teniendo más fuerza que nunca.

“Creo que todas hemos pasado por esto que cuentas, estamos condicionadas a hacerlo. Lo importante es que poco a poco nos vamos dando cuenta y vamos levantando la cabeza juntas para hacernos oír”, comentó @Noa_2812 el día que Anabel colgó en Twitter el True Story en el que explicaba cómo había pasado a sentirse parte del movimiento feminista. “Tu historia es mi historia”, escribió @Aimer_says. Este vídeo, que tiene ya más de 2.200 retuits y casi 8.000 me gusta en Twitter, esconde entre una multitud de comentarios de admiración, otros muchos en los que mujeres que ni siquiera conocen a Anabel, le ofrecen su apoyo y le dan las gracias por dar voz a una situación por la que muchas de ellas han pasado en algún momento de sus vidas.

- Me di cuenta de que la mayoría de las cosas que estaba contando en mis vídeos eran la consecuencia de haber vivido en una sociedad altamente machista. No intento transmitir ningún discurso en mis True Story, son historias que se explican por sí solas, porque son cosas que me han pasado. Pero al final, sí que es verdad que tienen una consecuencia social en cuanto a que otras mujeres se sienten identificadas con ellas – explica Anabel,

ahora orgullosa de que se hable de ella como una de las narradoras del feminismo.

La forma de funcionar de redes sociales como Instagram y Twitter favorece que muchas de las tendencias sociales – que aparecen siempre representadas en forma de publicaciones o comentarios en los perfiles de un gran número de usuarios – ganen fuerza y, poco a poco, se expandan hasta llegar a más y más usuarios. Esto, a través de diferentes procesos, es lo que ha pasado con el feminismo.

Anabel, una joven que nunca se había considerado feminista, decidió un día cualquiera que era una buena idea aprovechar el recuerdo de una situación incómoda que había vivido y su capacidad artística para contarla, en forma de vídeo ilustrado, a sus únicos 100 seguidores y amigos de Twitter. El alcance social de los retuits y los me gusta de sus seguidores hicieron que día tras día ese vídeo fuese llegando a más usuarios, conocidos primero y desconocidos después. Como ella contaba en el vídeo cómo de insegura y acosada se había sentido una noche en una discoteca por culpa de un hombre, el vídeo fue expandiéndose de forma más rápida entre los perfiles de mujeres. Ellas se habían sentido igual, habían vivido la misma situación, habían experimentado las mismas sensaciones y, por lo tanto, sentían que el vídeo de Anabel les identificaba y les daba voz. Gracias a los comentarios que todas estas mujeres escribieron como reacción al vídeo de Anabel, ella comenzó a darse cuenta de que existía algo que las unía a todas, el feminismo. Esta revelación hizo que Anabel se sintiera más segura de sus publicaciones y sus vídeos y comenzó a crear más porque sabía que así podría ayudar a que muchas otras mujeres hiciesen la misma reflexión que ella en torno al feminismo.

“Yo creo que al mostrar mi vida y crear un espacio de reflexión con mis vídeos surge un aprendizaje, o por lo menos, pasa que muchas de las personas que los ven se plantean cosas. Esto es lo que ha hecho que cada vez tenga más ganas de crear los True Story. Me podía esperar que los vídeos hicieran más o menos gracia, que fueran más o menos virales, pero ese efecto positivo, que de golpe me escriban profesoras, periodistas, encargadas de entidades sociales, feministas... que me digan que van a mostrar mis vídeos porque les parece que puede ayudar, para mí es super enriquecedor, para mí es oro”, explica.

Anabel consiguió acercarse al feminismo a través de sus creaciones, a través del *feedback* que encontró en las redes sociales, pero es muy probable que muchas de las mujeres que alguna vez hayan publicado un comentario en algún True Story de Anabel o lo hayan compartido en su perfil, hayan pasado por el mismo proceso de acercamiento al feminismo, pero de manera inversa. Es decir, partiendo de la base de que hay muchos aspectos que, hoy en día, pueden ayudar a que una mujer se sienta identificada y se una al movimiento feminista, el hecho de encontrar a alguien que denuncie determinadas situaciones a las que se ha tenido que enfrentar alguna vez en su vida (y sobre las que nunca ha reflexionado) puede hacerle entender que estas situaciones realmente han sido injustas o incómodas, y que son la base de una estructura social basada en unos valores que no le representan. El simple hecho de ver un determinado vídeo o una determinada publicación y leer los comentarios, puede hacer que una mujer reflexione sobre el asunto, entienda el mensaje y se replantee sus ideas, su forma de ver las cosas o su forma de participar en la sociedad. Una simple publicación en una red social puede ayudar a muchas mujeres a acercarse al feminismo y a sentirse feministas. Como dice Anabel: “igual que yo me he dado cuenta hace pocos meses de lo que significa ser feminista y me he sentido cómoda en ese término, creo que aún hay muchas mujeres a las que le falta dar ese paso. El resto de las mujeres que somos feministas hemos de acompañar a las demás desde el cariño para que den ese paso, para unirnos todas en esta lucha que nos beneficia, no solo a las mujeres, sino a toda la sociedad”.

La gran ventaja de que este proceso se produzca en las redes sociales es que estas son, sin duda, la principal plataforma comunicativa y de información de la gente joven a día de hoy. Los mensajes e ideas que reciben los jóvenes a través de las redes sociales suelen tener en ellos un impacto mucho más grande del que puede tener cualquier asunto que se les explique en los colegios o institutos. Cada una de las publicaciones de una red social, ya sea Twitter o Instagram, esconde detrás un importante mensaje y unos determinados valores que, además de describir a la persona que ha realizado la publicación, ayudan a quien la ve a conformarse una imagen mental acerca de determinados valores y comportamientos.

Eldiario.es, realizó en noviembre de 2017 una entrevista a Yolanda López de Hoyos, psicóloga de la Universidad de Zaragoza y colaboradora en un estudio de

la Fundación para la Atención Integral del Menor (FAIM) sobre el uso de las redes sociales en el móvil por los adolescentes. “Lo más importante es la gran cantidad de horas que pasan los adolescentes utilizando redes sociales desde el móvil. Hablamos de uso de redes sociales, no del tiempo total dedicado al móvil, y más de la mitad indicaban que están cuatro horas o más al día. Tenemos que fijarnos en que la etapa de la adolescencia es justo cuando se está construyendo la identidad. Esa construcción se basa en la interacción con otras personas, en la interacción social. Por eso, es importante destacar no sólo que dedican muchas horas al día a las redes sociales, sino que esa interacción va a determinar su identidad, su sistema de valores, sus creencias, sus expectativas, su forma de estar en el mundo... Por eso, el uso de redes sociales es especialmente relevante en estas edades”, explicaba Yolanda. Además, el estudio demuestra que la mayoría de los jóvenes, además de usar las redes sociales para comunicarse con amigos y familiares, las usan para seguir a gente que les interesa. Por ejemplo, según el estudio, cuando se pregunta a los jóvenes sobre el uso que le dan a Instagram, muchos de ellos (más de un 15%) responde que para seguir a gente que le interesa. “Aquí entran los famosos *influencers*. Es un aspecto que tratar de forma especial porque están surgiendo una serie de figuras como agentes sociales, agentes de cambio, que tienen miles y miles de seguidores. Son personas que están adquiriendo una gran fuerza social, una gran capacidad de influencia social y no se está analizando cómo influyen en la conducta y en la forma de pensar de los adolescentes”, señala Yolanda.

Es cierto que, como se trata de un fenómeno muy reciente, no existen aún estudios determinantes sobre cómo influyen en los jóvenes ciertos mensajes transmitidos por determinados sectores de *influencers*. Dentro del fenómeno *influencer*, existen varias tendencias. Por una parte, y gracias a diversos estudios sobre marketing y redes sociales como “Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva”¹, o el “Estudio anual sobre marketing de *influencers*” realizado por Augure Spain – un software de gestión de comunicación y marketing de *influencers* dirigido a empresas y agencias – es posible conocer cómo las cuentas personales más famosas de Instagram

¹ José Javier Ruiz Cartagena (2017): “Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva”, en Miguel Hernández Communication Journal, n°8, pp. 347 a 367. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante).

colaboran con marcas para promocionar un determinado producto y cómo este producto, poco tiempo después, acaba triunfando. Sin embargo, el feminismo no puede, o al menos no debería, considerarse un producto, y por eso, los anteriores estudios no sirven para evidenciar el fenómeno de influencia psicológica del que habla Yolanda López de Hoyos.

A pesar de que no existan estudios para verificarlo, es indiscutible que ilustradoras feministas como Flavia Álvarez, que tiene más de 500.000 seguidores en Instagram; Raquel Riba Rossy, que tiene más de 400.000; Alejandra Lunik, que tiene más de 100.000, o Lula Gómez, que tiene 150.000; son verdaderas *influencers*. Además, todas ellas se ajustan a la definición académica que se le da a este colectivo: son mujeres que tienen la capacidad de hacer llegar a sus seguidores, a través de sus publicaciones, un mensaje con unos valores concretos para influir en su forma de pensar o de actuar en sociedad.

Las redes sociales son una herramienta perfecta para el activismo y la concienciación social y, además, funcionan perfectamente cuando se trata de influir psicológicamente a los jóvenes, sus usuarios de confianza.

Sin embargo, antes de que existieran las redes sociales, muchas jóvenes y adolescentes dedicaban su tiempo libre a consumir lo que en la época era también una herramienta de influencia social: el cómic. Para entonces, el mensaje que se transmitía en las diferentes historias ilustradas de los cómics femeninos más populares de la época tenía una enorme influencia en la mentalidad de muchas de las lectoras.

Hacia la representación de la mujer real

Pensados y creados para ellas, los cómics solían estar protagonizados por chicas jóvenes que representaban una idea de mujer marcada por los estereotipos machistas de finales del siglo XX. Jóvenes burguesas, un poco traviesas, divertidas, simpáticas, enamoradizas, que encajaban perfectamente en el ideal de belleza normativa y que crecían en un mundo preadolescente en el que las únicas preocupaciones eran de carácter personal.

El nacionalcatolicismo franquista impuso en España un programa educador para las mujeres orientado a prepararlas para el matrimonio, la finalidad última de su vida, recuperando así la doctrina patriarcal y encontró en el cómic y los tebeos un soporte excelente para la divulgación de sus ideas acerca de la vida social y familiar de la mujer. *Florita* (1949) o *Mariló* (1950) enseñaban a las lectoras a vestirse, peinarse y comportarse en sociedad. Sus madres perfectas, sus amigas encantadoras e impertinentes, las casas amuebladas con objetos modernos, los internados y colegios privados, la práctica de deportes desconocidos para la mayoría... se alejaban lo suficiente de la realidad de la sociedad eminentemente rural a la que pertenecían sus lectoras, como para convertirse en objeto de sus sueños. Todas las jóvenes dibujadas estaban destinadas a conseguir la meta final de su vida, el matrimonio, y aquellas que no respetaban las normas eran condenadas a la soledad. La boda como acontecimiento vital, cerraba unas historias en las que, además, la dependencia femenina era natural y obligada; la abnegación, el conformismo y el silencio eran las virtudes más valoradas; y la belleza era un don que se había de conservar o adquirir.²

Las solteras, por su parte, no tenían cabida en los tebeos si no era bajo una mirada irónica, cínica o cruel. *Pulgarcito* (1947), *DDT* (1951) o *Tiovivo* (1957), recogían vicisitudes de mujeres perpetuamente amargadas por sus fracasos amorosos. Por otra parte, las mujeres activas, consideradas “independientes y libres”, no conseguían despegarse de la figura del hombre, que las acompañaba y ofrecía una ayuda siempre imprescindible. *Lilian, azafata del aire* (1960) y *Mary noticias* (1962), fueron las primeras mujeres trabajadoras protagonistas de un cómic. Azafata y periodista, respectivamente, eran profesionales autónomas y activas y protagonizaban todo tipo de historias alejadas siempre del espacio doméstico y plagadas de aventuras. A pesar de necesitar constantemente la ayuda imprescindible del hombre, fueron pioneras en encarnar un nuevo modelo de mujer, alejado de los estereotipos de la mujer casada o soltera por obligación.

A finales de los años 70, más mujeres fueron incorporándose de forma importante al mercado laboral – sobre todo al sector servicios – y pasaron a formar parte decisiva de la lucha clandestina, política y sindical contra el franquismo. En este

² Exposición “De abnegadas a objeto - ras. Las mujeres en los tebeos del franquismo”.

marco de reivindicación de la libertad femenina surgió una de las tendencias que, a día de hoy, sigue usándose también para fines reivindicativos: el destape.

Mujeres ligeras de ropa invadieron revistas, películas y, por supuesto, cómics. Las viñetas se llenaron de mujeres seductoras y transgresoras: *Barbarella* (1962), *Valentina* (1965), *Vampirella* (1974) o *Lola* (1974). Voluptuosas, vestidas de manera provocativa, consiguieron dejar a un lado la tradicional sumisión al hombre para convertirse en mujeres sexualmente activas, muchas veces dominatrices o sádicas. Pero a pesar de buscar la reivindicación de la libertad del cuerpo femenino, se trataba de un erotismo pensado y dibujado por hombres, que, en realidad, las desnudaban para usarlas como objetos de deseo masculino heterosexual, sin tener en cuenta sus propios sentimientos eróticos como mujeres. A pesar de esto, es cierto que gracias al desnudo de la mujer los estereotipos femeninos tradicionales comenzaron a romperse, no solo en los cómics y en la forma de representar a la mujer, sino también en el ideario social.

Sin embargo, no eran las adolescentes quienes leían este tipo de cómics, sino que su público era mayoritariamente adulto. Las niñas y las jóvenes seguían leyendo historietas románticas sobre tímidas y correctas adolescentes, absortas en un amor platónico hacia un atractivo e idealizado joven que protagonizaba sus sueños.

Dibujadas por mujeres, *Lily* (1970), y de forma destacada, *Esther y su mundo* (1974), consiguieron ser los modelos de indumentaria y conducta a seguir, no solo por las jóvenes lectoras del momento, sino también, por las de generaciones posteriores.

Laura tiene 53 años y hace ya cinco que forma parte del Colectivo de Mujeres Feministas de Huesca, ciudad donde vive desde se casó a los 27 años. Siempre ha sido una amante de la lectura y, sobre todo, de los cómics. Ahora es la coordinadora de un club de lectura de mujeres que se reúne cada dos semanas para analizar todo tipo de lecturas, siempre, desde una perspectiva feminista. Desde pequeña devoraba libros y cómics constantemente, pero hay dos sagas que, según ella, marcaron su infancia y adolescencia: *Tintín* y *Esther y su mundo*.

Laura tenía 13 años cuando su padre le regaló el primer volumen de la saga de cómics de *Esther y su mundo*. Las historietas que llenaban las páginas de estos

cómics, estrenados pocos años antes, enseguida la engancharon, y durante su adolescencia, fue devorando toda la saga. Al leer el primer número de la colección, ya comenzó a sentirse identificada con las historias de Esther, una joven tímida y correcta que vivía platónicamente enamorada de Juanito, el chico más guapo y popular del colegio. Además, Esther contaba con el apoyo de su inseparable mejor amiga Rita, y juntas, representaban un ideal de amistad entre dos jóvenes, fieles la una a la otra y siempre ayudándose para conseguir el amor de un hombre que, casi siempre, protagonizaba sus conversaciones. “Es muy fácil sentirse identificada con un personaje que, además de tener la misma edad que tú, te hace soñar y sentir que las fantasías amorosas pueden hacerse realidad si las vives de una determinada manera”, explica Laura.

La creadora de estos cómics, Purita Campos, explicó en una entrevista para el diario El Español publicada en diciembre de 2016, que Esther, “más que un retrato de las jóvenes de la época, refleja lo que a ellas les hubiese gustado ser”³. Esto es cierto y, además, sigue siendo aplicable. Esther no solo refleja lo que a las adolescentes de los años 70 les hubiese gustado ser, sus ideales románticos y sus fantasías, sino que aún hoy, sigue representando los sueños de muchas de las actuales adolescentes.

Los cómics – como las películas, las series o las novelas – históricamente han ayudado a transmitir y reforzar el famoso mito del amor romántico, consiguiendo que, en la actualidad, siga estando arraigado en el ideario social de muchas jóvenes y adolescentes. *Esther y su mundo* es la escenificación al detalle de este mito. Es el romanticismo fantasioso, la idealización y la representación ficticia de la mujer y el hombre en su máxima expresión. Es el claro ejemplo de muchos de los estereotipos sobre la mujer que, a día de hoy, el movimiento feminista sigue combatiendo.

Esther es una adolescente soñadora, idealista, correcta, de buen corazón, pero que tiende a meterse en líos por ser algo traviesa. Además, es alta, delgada, guapa, sin imperfecciones... tan sólo tiene una característica que se aleja mínimamente de lo normativo, sus pecas. Esta característica, sin embargo, sirve de pretexto para Juanito, su anhelado amor, que la llama “pecosa”, un adjetivo que, aunque

³ Taulés, Silvia (11/12/2016). Purita Campos, autora de 'Esther y su mundo': "No me he hecho rica". El Español, recuperado de (https://www.lespanol.com/corazon/famosos/20161209/176983085_o.html)

a muchas de las lectoras pueda parecerles de lo más cariñoso, no está dicho precisamente de una forma agradable. Esther es la típica muchacha torpe que vive constantemente rodeada de dudas y miedos sobre sí misma que, o se acentúan cuando aparece en escena su eterna rival Doreen, o se desvanecen cuando quien aparece en escena es Juanito.

La trama con Doreen, por su parte, se centra en la lucha de ambas por el amor de Juanito. Obviamente, Doreen es más atractiva y popular que Esther, lo que provoca celos y envidia en esta última. Esta historia de competitividad y celos no hace sino promover el odio y la rivalidad entre mujeres, algo totalmente opuesto a la sororidad por la que está luchando el movimiento feminista.

El triunfo de estos cómics durante los años 70 y 80 fue sorprendente, llegando a alcanzar cifras de venta de casi 400.000 ejemplares. Según Purita Campos, su creadora, esto fue así porque “las historias hablaban de temas muy simples, pero muy auténticos, accesibles para las adolescentes”.

Laura recuerda las historias de *Esther y su mundo* como las protagonistas de una buena parte de su adolescencia y, por eso, no dudó en comprárselos a su hija cuando cumplió los 13. “Tienen algo que te engancha. Ya no es solo Esther la que sueña y vive la historia, sino que tú pasas a hacerlo con ella. Fue el entretenimiento de mi adolescencia, y quise que mi hija los disfrutara como yo”, cuenta Laura.

Sin embargo, Laura, que ahora tiene 53 años, y su hija, que tiene 21, han vivido el auge del movimiento feminista y, por mucho que les gustara leer las historias de Esther, han adoptado un punto de vista crítico hacia ellas. “Probablemente ahora, con todo lo que he aprendido y con todas las posibilidades que hay en el mercado editorial, no le compraría los cómics de Esther a mi hija. Le compraría alguno de los muchos cómics que, siendo igual de fáciles y entretenidos, la educaran también en el feminismo”, asegura Laura.

A día de hoy, los cómics del estilo de *Esther y su mundo*, plagados de romanticismo y estereotipos, siguen estando presentes en el mercado editorial; las historias sobre relaciones adolescentes idealizadas y estereotipadas siguen teniendo su hueco, pero este poco a poco, se va haciendo más pequeño. Según datos de la Asociación Cultural Tebeosfera (ACyT), en 2017 se publicaron un total

de 3.507 cómics, de los cuales tan solo el 3,2% pertenecían al género romántico (apenas un centenar). Esta cifra demuestra que, a pesar de seguirse publicando, el peso de este tipo de cómics en el mercado editorial es casi insignificante.

Sin embargo, gracias al auge del movimiento feminista, los cómics protagonizados por el nuevo modelo de mujer feminista y libre han conseguido consolidar un importante puesto en el mercado editorial. Todos ellos creados por mujeres, han ido entrando en la industria del cómic a la vez que lo han ido haciendo ellas. Según datos del mismo Informe de Tebeosfera, la participación femenina en los cómics españoles ha aumentado de forma bastante notable, pero sigue sin ser suficientemente igualitaria. “Las 164 novedades con firmas femeninas de todas las nacionalidades distribuidas en 2017 son un 43% más que hace cinco años, lo que merece celebrarse. Pero las cifras de participación están lejos aún de compararse con las de las firmas masculinas. Ellos firmaban 571 novedades en 2013 y están acreditados en 740 lanzamientos en 2017, lo que significa que su presencia en los tebeos de novedad ha crecido un 33% si nos situamos cinco años atrás (y por lo tanto menos que ellas), pero lo cierto es que participan en el 21% de los cómics nuevos que vieron la luz el año pasado mientras que ellas solo en el 4,4%. Es un aumento significativo si lo comparamos con el escuálido 3,4% de 2016, pero es manifiestamente insuficiente. La buena noticia es que el incremento de participación femenina se está dando sobre todo en obra de primera edición, es decir, que ellas están trabajando más que ellos en los cómics hechos en España para ser leídos primero aquí (realizando 132 de 379 cómics; más de un tercio). En todo caso, la presencia de mujeres en el sector del tebeo aún no alcanza el 5% del total producido. Aún participan muy poco”, señala el informe de Tebeosfera.

“En 2017, las mujeres españolas produjeron un total de 132 cómics. La revista El Jueves se asomó a los quioscos 46 veces con firmas femeninas, entre ellas, las de Marta Masana, Andrea Torrejón, Maribel Carod o Mamen Moreu. En otras revistas como Xabiroi y Xiluit también participaron autoras como Eider Rodríguez y Rosana Crespo. La Cúpula es el editor español que se atrevió con más tebeos hechos por mujeres en 2017, cinco. Entre ellos destacaron Ana Oncina, que sigue triunfando con *Croqueta y Empanadilla*; Anabel Colazo, que sorprendió con su misterioso *Encuentros cercanos*; Meritchell Bosch, que se ha

revelado como una autora muy interesante con *Yo, gorda*; y también las participantes del último número de *Voltio*. Astiberri lanzó el número 2 de *Waluk* con obra de Miralles, la segunda entrega de *Gazpacho agridulce*, de Quan Zhou y el libro colectivo *Un regalo para Kushbu*, con historietas de Susanna Martín, Sonia Pulido y Cristina Bueno. El joven sello Carmona en Viñetas está dando oportunidades a jóvenes autoras como Verónica López, Marina Armengol y Leticia Morgado⁴.

Raquel Riba Rossy, Mamen Moreu, Flavita Banana, Sonia Pulido, Yeyei Gómez y muchas más ilustradoras feministas han entrado con fuerza en el mercado editorial español. Según Tebosfera, sus cómics pertenecen al género de las autobiografías feministas, domésticas o costumbristas, algunas de ellas con una mayor carga dramática y más reivindicación. En su informe, Tebosfera apunta que “los libros de viñetas de Yeyei Gómez y de Flavita Banana destacaron, lo malo es que estas obras difícilmente llegarán al gran público debido a sus cortas tiradas”. Puede que no hayan llegado al gran público y no hayan alcanzado las cifras a las que llegan los enormemente demandados cómics de superhéroes masculinos, pero el hecho de que un libro compuesto por todo tipo de viñetas feministas realizadas por una mujer como Raquel Riba Rossy haya llegado a la quinta edición, ya es todo un avance.

Las características de todos estos cómics realizados y protagonizados por mujeres se alejan por completo de las características que tenían estos mismos cómics durante los años 70, 80 y 90. Sus personajes principales ya no se parecen lo más mínimo a los prototipos que aparecían, por ejemplo, en los cómics de *Esther y su mundo*. Ahora, las mujeres protagonistas son libres e independientes, defienden el feminismo y sus valores, combaten el machismo y a los machistas, y disfrutan de una vida en la que nadie les obliga a nada.

El auge del movimiento feminista ha ayudado a que se consolide una tendencia creciente en torno a la creación y a la publicación de toda una serie de cómics inspirados o centrados en la reivindicación de los derechos y libertades de las mujeres. Por una parte, las editoriales se han dado cuenta de que la sociedad consume, cada vez más, libros que le ayuden a entender, formarse o reforzar su

⁴ INFORME SOBRE LA INDUSTRIA DEL CÓMIC EN ESPAÑA EN 2017 (TEBOSFERA)

ideología en cuanto al pensamiento feminista. Por otra parte, el feminismo ha encontrado en la ilustración un gran soporte para la transmisión de sus ideas y, a la vez, ha visto que el público responde de forma muy positiva a este formato sencillo y eficaz.

Además, ambas partes han encontrado un punto fuerte en una de las tendencias más positivas de los últimos años, la relación entre *influencers* y ventas. Las editoriales han encontrado en las creadoras de contenido en redes sociales una fuente de ventas asegurada. Es decir, cada vez son más las creadoras de contenido que, triunfando en Instagram, son contactadas por las editoriales con una oferta para publicar su propio libro. El hecho de que tanto Flavia Álvarez (Flavita Banana) como Raquel Riba Rossy (Lola Vendetta) hayan publicado ya su tercer libro en menos de 4 años demuestra el buen funcionamiento de esta tendencia.

Pero los cómics y los libros de ilustraciones eran el entretenimiento y la inspiración de las jóvenes de décadas anteriores, no de las del presente. Aunque los cómics sigan teniendo un papel importante a la hora de reflejar las tendencias sociales y, en ocasiones, compartan protagonistas con las redes sociales, ahora son estas últimas las que dominan muchos de los aspectos de la sociedad, entre ellos, la creación de pensamiento y la influencia en el comportamiento de sus usuarios jóvenes y adolescentes.

Los retos de la ilustración

Sin embargo, y como suele pasar con la mayoría de las formas de representación de las tendencias o movimientos sociales, existe una parte sujeta al análisis y a la crítica de alguna de sus características. La representación de las mujeres en las ilustraciones en el contexto del feminismo actual no iba a ser menos.

En una crónica publicada el 11 de octubre de 2018 en la revista Pikara Magazine, revista feminista por excelencia en el ámbito nacional, las mujeres del colectivo Femgarabat fueron las encargadas, durante una conferencia, de poner sobre la mesa algunos de los aspectos más criticables de la representación de la mujer en las ilustraciones.

El colectivo Femgarabat, compuesto íntegramente por tres mujeres – Bea Aparicio, Susana Carramiñana y Janire Orduna – se dedica desde 2015 a narrar a través de dibujos y viñetas relatos con una perspectiva feminista de las diferentes realidades sociales actuales. Ellas construyen lo que se llama un relato gráfico feminista (RGF), “una metodología que supone observar y narrar lo que está ocurriendo, a través de dos lenguajes: la palabra y el dibujo, desde una mirada crítica con el relato hegemónico del sistema heteropatriarcal, y comprometida con el feminismo y con la transformación social”. Bea, Susana y Janire trabajan para conseguir que las viñetas feministas o las mujeres que se representan en ellas cumplan con las ideas y los valores del movimiento, pero todas ellas están de acuerdo en que existen varios problemas al respecto.

El hecho de que el movimiento feminista haya logrado trascender de una forma tan espectacular en la sociedad ha provocado la aparición de tendencias poco positivas para sí mismo. En la conferencia “¿Qué es el Relato Gráfico Feminista?”, de la que habla la crónica de Pikara Magazine, las integrantes de Femgarabat expusieron la que para ellas era, y sigue siendo, una tendencia negativa sin aparente solución: la falta de diversidad en la representación de la mujer en las ilustraciones. “Para nosotras la representación de la diversidad a través de lo gráfico constituye un debate abierto y complejo. En nuestros relatos gráficos feministas tratamos de reflejar la diversidad a través de dibujos en los que se visibiliza precisamente como aspecto positivo la diversidad de cuerpos o la racialidad. Dibujamos mujeres de distintas etnias, edades o cuerpos, tratando de huir de la idealización y de los estereotipos. No obstante, para nosotras la cuestión se centra en cómo trascender el binarismo de género en la representación gráfica. Si pensamos, por ejemplo, en un monigote básico (un círculo y cuatro palos), supuestamente es neutro, pero casi inevitablemente a nuestra mente se viene la figura de un hombre, porque lo neutro en el imaginario colectivo corresponde a la figura del hombre. Creemos que en este sentido es necesario un trabajo de reflexión en el mundo de la ilustración y la gráfica para responder a este debate”, explican las mujeres de Femgarabat.

El feminismo defiende la diversidad de género en todas sus expresiones, sin embargo, Bea, Susana y Janire están de acuerdo en que, en las ilustraciones, se trata de una cuestión difícil de representar. Las mujeres del colectivo Femgarabat

están implicadas en la búsqueda de una solución a este debate, pero mientras tanto, piden a las ilustradoras que “sigan intentando representar las diversidades que sí pueden plasmarse sobre el papel, sin caer en estereotipos de género o idealizaciones”.

El debate sobre cómo representar la diversidad de género sigue abierto, y como aún no existe una solución clara y eficaz, son pocas las ilustradoras que lo tienen en cuenta. No obstante, existen otras diversidades que también parecen estar olvidadas en el mundo de la ilustración. Es cierto que muchas de las mujeres ilustradoras han escogido como protagonistas continuos de sus viñetas a personajes similares a ellas mismas y a otras personas de su entorno, pero en aquellos casos en los que los personajes cambian y las viñetas representan escenas cotidianas con el único hilo conductor del feminismo, no existe toda la diversidad que el movimiento feminista defiende y promueve.

Sonia Pulido, ilustradora española conocida por sus retratos de mujeres, fue la encargada de realizar el cartel anunciador de las Fiestas catalanas de la Mercè de 2018. Con fondo violeta, el cartel está protagonizado por una mujer que, con un vestido de tirantes amarillo y los brazos semi abiertos y extendidos a lo largo del cuerpo, sujeta los bordes de una capa que desciende desde su cuello. La capa, estampada a rayas de colores, acoge bajo ella a un grupo de personas que, en actitud festiva, sujetan todo tipo de instrumentos musicales. Fue un cartel muy aclamado, en el que el color violeta, la figura de la capa, y el protagonismo de la mujer evidenciaban uno de los mensajes más pronunciados desde el Ayuntamiento de Barcelona: Barcelona es una ciudad de acogida, feminista y festiva, pero sus fiestas deben estar, sobre todo, libres de violencia machista.

Según explica Sonia, este fue para ella uno de los encargos más importantes de 2018, tanto a nivel personal como a nivel profesional, pero también fue el proyecto que marcó un punto de inflexión en su forma de pensar acerca de la representación de las ideas del feminismo en las ilustraciones.

“Después de realizar la campaña de La Mercè, fui consciente de la poca gente de otras etnias que aparecía en mis ilustraciones. Tampoco representaba otros géneros que no fueran masculino o femenino, ni gente con discapacidad o cualquier tipo de diversidad funcional. Creo que es importante y necesario reflexionar al respecto y tratar de encontrar una solución”.

Muchas de las ilustradoras son conscientes de lo difícil que es representar, además de la diversidad de género, la diversidad sexual, étnica, cultural, corporal, funcional... en sus ilustraciones, pero tal vez el esfuerzo podría ser un poco más grande. Sin embargo, esto supondría para muchas tener que alejarse de lo popular, alejarse de lo que funciona en la sociedad, y probablemente, pasar así a formar parte de lo que algunas personas entienden como “el sector más radical del feminismo”, y esto es algo que ya pierde popularidad, sobre todo en las redes sociales, que viven a costa de lo que a los usuarios les gusta. Las redes sociales y sobre todo Instagram, funcionan marcadas por un flujo que está directamente relacionado con lo que les gusta o no a los usuarios, y quien crea contenido en ellas es consciente de este hecho e intenta adaptarse a él.

Las ilustradoras, como creadoras de contenido, son conscientes de que esta tendencia funciona: si se adaptan a lo que el público pide, si sus ilustraciones no se salen del “feminismo correcto”, llegarán más lejos que si deciden representar los aspectos más radicales del movimiento. Porque lo no radical es lo que acaba gustando y ganando popularidad entre las usuarias y, por lo tanto, será lo que más tarde, acabe atrayendo a las editoriales.

De hecho, el periodista Carles Geli escribía el 11 de mayo un artículo en el diario El País en el que hablaba de esta tendencia. Ante el panorama editorial español actual, en el que no solo una de cada tres editoriales pertenece a un *holding*, sino que el valor de cambio y el valor simbólico de las publicaciones son cada vez más dependientes, Geli afirma que las editoriales, temerosas ante la pérdida de compradores, deben ajustarse a lo que pide la masa crítica. Según él, es cuestión de “asegurar mucho el tiro”, de “comprar libros que vienen con el marketing ya hecho por su eco en redes sociales o en YouTube”. Lo popular, lo que gusta al público, se asegura una salida firme en mercados como el editorial, y este no suele ser el caso de los contenidos más radicales, que suelen generar aversión y rechazo por parte del público mayoritario.

En cuestión de feminismo, el hecho de que los cuerpos reales de mujer desnudos, el vello corporal, las imágenes sexuales explícitas, la menstruación realista, o las diversidades de sexo y género (que se consideran temas radicales), supongan aversión y rechazo por parte del público, está directamente relacionado con otra

de las tendencias criticables o negativas de la ilustración considerada feminista: el abuso de clichés.

El feminismo como movimiento social se ha consolidado y tiene más fuerza que nunca, y cuando hay algo que se siente en profundidad, aparecen personas a las que les es fácil encontrar los medios artísticos o narrativos para expresarlo de forma fácil, y lo que es más importante, que la gente se reconozca en esas líneas o en esa imagen. Está demostrado que las publicaciones con ideología feminista en las redes sociales funcionan y gustan a las usuarias, que se sienten identificadas con ellas. Este hecho ha provocado que cada vez sean más las personas que dedican sus publicaciones a transmitir esta ideología, y es por esto por lo que se puede decir que existe, no solo en España, sino a nivel mundial, un *boom* de ilustradoras e ilustraciones feministas, sobre todo en las redes sociales.

Sin embargo, cuando un tipo de contenido funciona, se crea un determinado sector que tiende a priorizar la inmediatez del “me gusta” o la viralización de la publicación a la coherencia ideológica con el movimiento social al que, supuestamente, representa.

Según las mujeres de Femgarabat, “el hecho de que haya un auge de la ilustración feminista responde a la mayor conciencia social que existe en la actualidad, que hace que la sociedad no sólo sea cada vez más permeable a los mensajes feministas, sino que los demande (los comparta, los compre, los visite, los difunda...). Este hecho es positivo, sin embargo, vemos el peligro de que este sistema acabe despolitizando, o incluso abandonando, los mensajes ideológicos del movimiento feminista”.

Bea, Susana y Janire coinciden en que esta demanda social que existe en general por los mensajes feministas está implicando que la aparición de referentes que dan voz o representan al movimiento sea cada vez más acelerada. Estos referentes, según ellas, se caracterizan por la inmediatez y por la urgencia de dar respuesta a la demanda feminista de la sociedad, pero, además, se caracterizan por la ignorancia y el desconocimiento de la historia del feminismo, de los propios referentes del movimiento, y de las ideas más actuales y avanzadas del momento actual.

“El peligro de la forma en la que se están creando actualmente todos estos referentes feministas, ya no solo en el campo de la ilustración, sino también en otros como la fotografía, el cine, la televisión o el periodismo, es que muchas veces se trata de referentes *mainstream*”, explican las mujeres del colectivo Femgarabat. “Es decir, se trata de referentes políticamente correctos que adoptan discursos que el sistema sí es capaz de asumir, más *light*, menos molestos, en definitiva, menos transformadores y para nada reivindicativos. Esto, además, implica que se perpetúe una simbología estereotipada, a veces más relacionada con el “mujerismo” que con el feminismo. Es necesario evitar este tipo de símbolos y resignificarlos”, aseguran.

Enrique Hinojosa Vázquez, más conocido como Shangay Lily, fue un activista LGTB, *drag queen* y feminista, escritor y actor español. En uno de sus artículos, publicado en el diario Público en julio de 2013, explicaba la diferencia entre el feminismo y el “mujerismo”. Según él, “de la misma forma que el machismo defiende que todos los hombres, por el siempre hecho de serlo, son superiores a las mujeres, el ‘mujerismo’ sostiene que todas las mujeres, por el simple hecho de serlo son, o víctimas de los hombres o heroínas del feminismo. Eso sí, todas son también femeninas y pertenecen a la categoría de mujer por compartir las mismas etiquetas de sexo y género. El ‘mujerismo’ no cuestiona el machismo, sino que – tal vez de forma involuntaria – ayuda a preservarlo. Se sustenta sobre las falsas dicotomías que el patriarcado ha establecido a lo largo de la historia con el fin de preservar un sistema machista hegemónico, y abusa de clichés”.

En las publicaciones de ilustraciones en Instagram se observa claramente esta tendencia. Existen una serie de ilustradoras que, sobre todo en clave de humor, se basan en clichés “feministas” para conseguir más “me gusta” y más visitas a sus perfiles. No todas lo hacen de forma constante, pero cada vez son más y tienen más seguidores. El claro ejemplo de esta tendencia es el perfil de la ilustradora Alejandra Lunik. Ella es una de las ilustradoras más conocidas en las redes sociales, no solo a nivel español, sino a nivel mundial. Tiene casi 100.000 seguidores en Instagram, y sus publicaciones llegan desde los 1.000 hasta los 5.000 “me gusta”. Es la autora de un cómic, *Lola* (2015), que narra las historias de la vida de una joven treintañera. En la contraportada del cómic se lee: “Lola es cínica, fastidiosa, burlona y en ocasiones un poco infantil, pero también es fuerte

e independiente. Una joven treintañera con sus filias y sus fobias que vive la vida y sus problemas cotidianos con mucho humor. Algunos dirán que es el alter ego perfecto de Alejandra Lunik, su creadora, ¿quién sabe? Lo que sí podemos confirmar es que Lunik es irónica y amable en el punto justo, una observadora exquisita y, sin lugar a dudas, una de las mejores dibujantes de su generación”.

Al buscar en Google “ilustradoras feministas”, Alejandra aparece en varios de los resultados principales de la búsqueda. Las páginas anuncian “estas son las mejores ilustradoras feministas del siglo XXI” o, “10 ilustradoras feministas que no debes perderte” o, “5 ilustradoras feministas que debes seguir en Instagram”. El nombre de Alejandra aparece entre los primeros de estas páginas, al lado de otros como el de Flavita Banana, Lola Vendetta, o Rocío Salazar. Sin embargo, el contenido ideológico de las ilustraciones de Alejandra queda bastante alejado del contenido ideológico de las ilustraciones del resto de mujeres que la acompañan en estas páginas.

Resulta que, viendo estas páginas, Lola, el personaje principal de las historietas narradas por Alejandra Lunik, es para muchos todo un referente feminista, al igual que su autora. Según Alejandra, “Lola es una chica de clase media que vive en la gran ciudad con ideas y opiniones bien claras. Las historias de Lola transcurren alrededor de su relación con su marido, su trabajo, su madre, su amiga frívola Flor, sus hormonas y el feminismo”. Lola también desvela miedos, tiene manías y se enfrenta a toda una serie de obstáculos con un humor irónico característico. En concreto, lucha contra el personaje de la “Hormona asesina”, un personaje que, según Alejandra, caricaturiza los “subidones y bajones femeninos de la menstruación”.

Resulta extraño que los personajes y las historias de este cómic recuerden más a los referentes del cómic femenino de los años 80 y 90 – a excepción de la introducción del tema de la menstruación, tabú hasta hace muy poco – y que, sin embargo, se relacione a su autora directamente con el movimiento feminista.

En una de las viñetas del cómic, Lola aparece semidesnuda, vestida tan solo con unas braguitas negras con topes blancos. Está junto a su marido, Armando, que lleva una camiseta blanca y calzoncillos negros. Ella está enfadada, está inclinada hacia su marido y, a la vez que le grita con rabia, le señala tensamente con un dedo y aprieta el puño de la otra mano con el brazo estirado hacia detrás. De su

boca sale un bocadillo en el que ni siquiera hay palabras, sino que hay un garabato negro y emborronado, que representa sus gritos y su enfado. Ante la actitud de ella, él aparece totalmente pasivo, sonriente y feliz, inclinado hacia ella y con los brazos estirados hacia delante y las manos juntas, con la típica pose con la que se suelen representar en las ilustraciones las personas perdidamente enamoradas. De su boca también sale un bocadillo, y en el texto se lee: “Mientras me gritas, tus tetitas me dicen cosas lindas”.

En otra viñeta, Alejandra dibuja tan solo al marido de Lola, Armando, tumbado en una hamaca atada por sus extremos a dos árboles de lo que parece ser un prado. Con cara de satisfacción sostiene con una mano un libro que lee con atención. Mientras lee, surgen de su cabeza una serie de pensamientos que aparecen escritos en bocadillos en forma de nube. Armando piensa: “Se preocupan por ser libres en la cama... y tener hijos para ellas no es un mandato. Trabajan y se mantienen solas. A veces son mandonas, pero no por mucho tiempo, porque no quieren reprimir a nadie... Al final, es un buen negocio estar con una mujer moderna”.

Es muy discutible que, teniendo en cuenta el contenido de estas dos ilustraciones – que ejemplifican cómo es el trabajo de la autora en general – el público deba referirse a Alejandra Lunik como una de las mejores ilustradoras feministas. El hecho de que una mujer aparezca desnuda en una ilustración, o el hecho de que se diga de forma clara que está menstruando, no implica de forma directa ni que el personaje ni que su autora sean referentes feministas, y menos aún, teniendo en cuenta el mensaje global que se transmite en sus ilustraciones.

De todas formas, se podría excusar a Alejandra argumentando que *Lola* fue publicado en 2015, cuando el feminismo comenzaba a entrar en auge, pero aún no estaba consolidado como movimiento social. No obstante, no solo es en el cómic de *Lola* donde se pueden ver representados todos estos clichés machistas, sino que las viñetas que publica la ilustradora en su Instagram no quedan exentas de esta tendencia. Es más, muchas de ellas, aunque pretenden ser feministas, se sostienen sobre todo tipo de estereotipos y clichés acerca de las mujeres.

Una de las ilustraciones con más “me gusta” (más de 5.800) del perfil de Instagram de Alejandra, sirve como ejemplo de esta tendencia. Con el cielo de fondo, aparece una cuerda de tender ropa con tres bragas que se están secando.

La ilustración se titula “la ropa interior habla de uno”, y de cada una de las bragas sale un bocadillo con un texto. A la izquierda, cuelgan unas bragas tipo faja color beige claro. Sobre ellas se lee: “Yo la veo medio depre...”. En el centro, cuelga un tanga negro semitransparente y sobre él se puede leer: “¡Si el sábado fue a bailar!”. Finalmente, a la derecha de la cuerda, están colgadas unas bragas rosas con un estampado de corazones rojos. Sobre ellas pone: “el domingo se lo pasó comiendo...”.

La idea de que las bragas que eligen las mujeres dependen de su estado de ánimo, o la creencia de que existen determinadas situaciones que exigen que la mujer se ponga cierta ropa interior, no representan para nada, los valores del movimiento feminista. Muy al contrario, lo único que fomenta es que perduren los estereotipos y los clichés femeninos, las dicotomías reforzadas por el machismo, y la confusión entre feminismo y “mujerismo”.

El hecho de que esta tendencia se generalice y popularice, tanto en el mundo del cómic como en en las redes sociales, implica de forma directa otro problema de igual gravedad: que se invisibilice a todas aquellas ilustradoras verdaderamente feministas que transmiten en sus viñetas mensajes mucho más transformadores y reivindicativos. Por no hablar de lo invisibilizadas que quedan aquellas que transmiten mensajes considerados “radicales” y hablan de temas como el aborto, la menstruación real, la diversidad de género y la masturbación, el placer, y las prácticas sexuales femeninas.

Todas las mujeres que reivindican temas como los anteriores, han estado y están mucho más unidas al movimiento feminista que todas aquellas que usan los clichés para conseguir audiencia. Sin embargo, se considera a las dos partes igual de feministas y, al fin y al cabo, se acaba invisibilizando a las que realmente sostienen los valores del movimiento.

“Efectivamente es algo que está ocurriendo”, aseguran desde el colectivo Femgarabat. “La sociedad demanda mensajes feministas, pero muchas veces no conoce realmente las propuestas más transformadoras que implica el feminismo y quizá, si las conociera, tampoco las asumiría. En respuesta a esto se construyen mensajes, imágenes, mucho más superficiales y fáciles de digerir que no incomodan al público y no dan lugar a reflexión. Algunas ilustradoras saben de la necesidad de este tipo de mensajes y los construyen, muchas veces porque ellas

mismas desconocen la “radicalidad” profunda que implica el feminismo y otras porque saben que existe un mercado que favorece estos mensajes estereotipados y light. Creemos que es algo difícil de frenar, pero entendemos que se puede y se debe intentar generando otros mensajes que sí estén en consonancia con la “radicalidad” que implica el movimiento feminista. También consideramos que no se debe de dar eco (compartir, publicitar...) a esos mensajes y ante todo debemos ser críticas con ellos”.

El riesgo es que estas falsas publicaciones feministas creadas a base de toda una serie de estándares que no representan la realidad de la ideología se impongan como el modelo válido en el ámbito de las ilustraciones, fuera y – sobre todo – dentro de las redes sociales. Es responsabilidad de las ilustradoras llevar a cabo una tarea de aprendizaje y análisis acerca de la situación y las ideas del feminismo, previa a la realización y a la publicación de sus ilustraciones en las redes sociales, que son una plataforma de exposición. Pero, realmente, es el público quien tiene la mayor responsabilidad si lo que se pretende es hacer frente o evitar este riesgo. Los usuarios deben ser conscientes del momento en el que se encuentra el movimiento feminista y saber cómo van avanzando sus ideas. Deben adquirir una capacidad crítica y, sobre todo, analizar las publicaciones desde el punto de vista de los valores reales del feminismo, evitando a toda costa caer en el “me gusta” fácil y rápido que no tiene en cuenta las verdaderas implicaciones de este movimiento.

El feminismo actual merece ser contado y transmitido con la misma fuerza con la que el movimiento está luchando por avanzar y conseguir mejoras sociales para las mujeres. El hecho de que tendencias propensas a suavizar o estereotipar al feminismo y a las mujeres prevalezcan en sectores tan influyentes como la ilustración en las redes sociales, puede suponer que se acabe debilitando el propio movimiento o que algunas de sus ideas terminen considerándose inválidas.

Angela Davis, activista, filósofa y política afroamericana, ha reflexionado en numerosas ocasiones a lo largo de su vida acerca de lo que verdaderamente supone llevar a cabo una lucha social y formar parte de un movimiento reivindicativo. Un artículo de la revista *catorze.cat* recogió en su especial “14 pensaments” algunas de las reflexiones más representativas de esta gran activista y, algunas de ellas, pueden aplicarse al contexto de la ilustración feminista.

Angela Davis decía que “se debe actuar como si fuese posible cambiar radicalmente el mundo”, que “ser radical significa ir a la raíz de las cosas”, y que “se debe hablar de liberar mentes de la misma forma que se habla de liberar a la sociedad”.

Esto, aplicado al sector de las ilustradoras en las redes sociales, debería implicar que: si las ilustradoras y sus trabajos van a representar a un movimiento social reivindicativo como el feminismo, deberían plasmar sobre sus viñetas las reivindicaciones más radicales del movimiento y querer llegar a través de ellas a la raíz del problema, evitando quedarse en representaciones superficiales. Si las ilustradoras deciden llevar a cabo una tarea basada en la representación de las ideas del feminismo acerca de la libertad de las mujeres, deberían publicar contenido radical que ayudase a abrir la mente de todas aquellas personas que lo rechazan o sienten aversión por él, aunque eso supusiera renunciar durante un tiempo a cierta cantidad de “me gusta” y perder popularidad en la red.

Esta tendencia en el mundo de la ilustración feminista a evitar lo radical para transmitir mensajes superficiales y light, se está viendo reforzada, a la vez, por una de las formas más sencillas y antiguas de transmitir ideas al público en las viñetas y las ilustraciones: el humor.

José Antonio Hernández Guerrero, en su artículo *El Humor y las Ciencias Humanas* señala: “El humor es la consecuencia natural de la facultad humana de lenguaje y, al mismo tiempo, el lenguaje es la facultad que define y constituye al hombre y construye la sociedad. No es de extrañar, por lo tanto, que las diferentes Ciencias Humanas aborden el humor desde su peculiar óptica y lo definan como una manera, amable o cruel, de concebir y de explicar la vida, un instrumento útil para analizar los comportamientos individuales o colectivos, una forma sutil de crítica, o un procedimiento para denunciar los defectos y los vicios de la sociedad”⁵.

El humor desfigura la realidad, juega con ella, cambia sus medidas, desproporciona o distorsiona los elementos que pertenecen a ella, influye sobre la forma de mirarla, y permite enfocarla desde diferentes perspectivas o situarla en diferentes contextos. Por eso, muchas veces es cuestionable hasta qué punto

⁵ HERNÁNDEZ, J. (2002), El humor y las ciencias humanas, en HERNÁNDEZ, J. (ed.) et al. Cádiz: Ed. Universidad de Cádiz

debe usarse el humor como forma de narración de aquellos temas que se consideran más serios o formales.

En este sentido, la profesora Eva Aldaro Vico, argumenta que “el humor utiliza el carácter tópico, formalizado, retórico de las acciones, expresiones o conceptos para percibir diversamente la realidad y que, por ese motivo, no hay ningún plano de la acción humana que no pueda ser sometido a su exageración y convertirlo en ‘cosa de risa’ por muy serio que parezca”⁶.

Política, economía, cultura, y todo tipo de sucesos de relevancia social se representan a diario en todas las plataformas comunicativas. Además de las redes sociales, la prensa diaria o las revistas incluyen también en sus números viñetas o tiras de famosos dibujantes que representan alguno de los temas más importantes de la actualidad en un tono humorístico, sarcástico o irónico.

El feminismo es uno de estos temas serios, pero también es un tema que está a la orden del día y, por lo tanto, ya sea a causa de un acontecimiento noticioso o de forma implícita en la ideología que el dibujante busca transmitir, aparece repetidamente en las viñetas que incluyen la mayoría de las revistas y diarios.

Sin embargo, y a pesar de ser una labor que les pertenece a ellas, no son las mujeres las que narran con humor en la prensa diaria y las revistas el feminismo. Las tiras cómicas y las viñetas sobre temas o acontecimientos relacionados con el feminismo que aparecen en estos medios están mayoritariamente realizadas por hombres. Grandes dibujantes como Forges, Vergara o Quino han sido y son los encargados de aportar un toque humorístico a los acontecimientos más relevantes de cada día o de cada semana, incluidos todos aquellos que tienen que ver con el feminismo.

No obstante, y a pesar de que el mundo de las viñetas para la prensa sigue siendo básicamente masculino, el auge del movimiento feminista ha permitido, no solo que la perspectiva feminista esté cada vez más presente en las viñetas, sino que las mujeres ilustradoras hayan ido introduciéndose (aunque en muy pequeña medida) en él. A día de hoy, ilustradoras como Flavia Álvarez, gracias a su popularidad en las redes sociales y su capacidad de plasmar una idea en una sola

⁶ ALADRO VICO, Eva. (2002), El humor como medio cognitivo. Cuadernos de Información y Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. N° 7 (dedicado a la comunicación del humor), 317 -327.

viñeta, han comenzado a colaborar semanalmente con medios como El País o la revista Mongolia; y otras, como Mamen Moreu o Ana Belén Rivero, populares por su uso del sarcasmo y la ironía en las viñetas, son colaboradoras de la revista El Jueves.

Ya sea en las viñetas que se publican en la prensa diaria, en las revistas, en los cómics o en las redes sociales, el humor y la ironía predominan a la hora de narrar sucesos que tengan que ver con el movimiento y las ideas feministas. Sea un hombre o una mujer quien las realice.

Mamen Moreu fue una de las primeras mujeres que consiguió hacerse un nombre en el mundo del humor gráfico. A día de hoy es una de las máximas representantes de la ilustración humorística en el mundo del cómic y, además, participa en la revista El Jueves y tiene más de 6.200 seguidores en Instagram. Empezó como dibujante para El Jueves en 2009, y en 2014, la editorial Astiberri publicó su primer cómic: *Resaca*, predecesor de *Desastre* (2018) y *Dolores y Lolo* (2019).

Marcela es la protagonista de la historia que Mamen cuenta en *Resaca*, un alter ego de la propia autora que representa todas aquellas cosas que las mujeres de los cómics de principios de los 2000 no representaban. “Marcela tiene veintimuchos años y lo único que tiene claro es que los fines de semana son para salir de fiesta”, cuenta Mamen. En la contraportada de *Resaca* se lee: “Hilando historias, en su gran mayoría inspiradas en la vida y el entorno de la autora, tienen cabida la crisis previa (y no tan previa) a los 30, el agobio de encontrar trabajo, las amigas, que comienzan a casarse y tener hijos, la no aceptación de la edad y seguir viviendo como una postadolescente, el mundo nocturno, chicos, cubatas, camareros...”

Mamen Moreu explica que cuando empezó a dibujar a Marcela, lo hizo porque tenía la necesidad de introducir un personaje femenino y real en un mundo en el que tanto los dibujantes de cómic como sus protagonistas eran hombres. “Empecé a dibujar a Marcela, una joven fiestera, que bebía en los bares y se acostaba con tíos. Quería romper con lo que se consideraban los cómics humorísticos para mujeres, algo absurdo y lleno de estereotipos. Quería contar otra realidad y visibilizar otras formas de vida que no eran tan aceptadas socialmente. Ahora esta se ha convertido en mi forma de narrar, cuento cosas que me pasan y que quiero normalizar, hablo de la bisexualidad, de feminismo, de

sexo, de la regla... cosas que la sociedad aún no entiende como normales, y lo hago a través del humor”, explica Mamen.

El humor es el punto fuerte de Mamen. Como dice ella, “forma parte de mi manera de ver la vida, de cómo he sido yo siempre y, además, es algo terapéutico. El humor, reírme de mí misma y de todas las cosas que me pasan o me preocupan, es la forma más fácil de deshacerme de todas las cosas malas”. Es por este mismo motivo, que cree que no debería haber límites a la hora de usar el humor para contar historias, eso sí, dice, “siempre que se haga desde la inteligencia”.

Mamen está convencida de que – igual que lo hace ella – las ilustradoras pueden contar historias de sexo y alcohol, historias de cambios hormonales, de dilemas y desengaños vitales, historias sobre el cuerpo y el aspecto de una mujer, a través del humor gamberro, y seguir defendiendo el feminismo y la libertad de las mujeres. “El humor como forma de contar las cosas no tiene límites, los límites deberían ponerse en las historias que se cuentan y, sobre todo, en para qué se cuentan”, señala. “Cuando yo empecé a dibujar a Marcela no lo hice por el público, lo hice por mí. El problema está en que, en el momento en que el feminismo se convierte en un producto, mucha gente se aprovecha de él para ganar popularidad y hoy en día, el humor gráfico es uno de los ámbitos en los que más se está demostrado esta tendencia”, dice.

El humor es una de las formas más rápidas y fáciles de captar la atención del público y, a la vez, de transmitir una determinada idea en un espacio reducido. Por eso, la mayoría de las ilustraciones y viñetas relacionadas con el feminismo que aparecen en las redes sociales tienen un tono humorístico o irónico. Sin embargo, como bien explica Mamen, las ilustradoras para hacer bien su trabajo, deben saber cómo y para qué usan el humor, sobre todo, si lo van a aplicar a temas tan serios y trascendentales como el feminismo.

El hecho de que existan dos tendencias tan populares y que funcionan tan bien socialmente como lo son actualmente el humor y el feminismo, implica de forma directa, que aparezcan personas que las acaben juntando con el fin de generar un producto aún más popular.

De esta manera, han aparecido toda una serie de viñetas que, aprovechándose del auge del feminismo, intentan reírse y hacer humor sobre las bases de su ideología.

Pero se trata de un feminismo falso, basado en estereotipos y chistes fáciles que no hacen sino convertir el feminismo en un producto y en una moda. Mamen Moreu asegura que el buen humor sobre el feminismo solo puede hacerse desde la inteligencia y desde la conciencia plena de la situación, y que, por eso, las redes sociales son la plataforma perfecta para la divulgación de todas estas viñetas que no representan el feminismo real. “Dibujar sobre feminismo con inteligencia significa hacerlo porque quieres que sea algo que perdure, no solo porque quieres conseguir más seguidores en Instagram y sabes que ahora mismo el feminismo te ayudará porque está de moda”, señala.

Instagram, al ser una red social, no pasa el “filtro de la inteligencia” que seguramente pasan otras plataformas como la prensa diaria o las revistas, antes de que algún dibujante publique una viñeta humorística relacionada con el feminismo, y por eso, es el hábitat perfecto para este tipo de contenido. Sin embargo, Mamen no ve un problema en que haya surgido en la red este sector de “humoristas gráficas” que se dedican a hacer chistes malos y a buscar la broma fácil sobre las bases del feminismo. “No es algo malo”, dice, “al final, las que dibujan sobre feminismo porque es algo que está de moda, porque quieren vender y ganar seguidores, serán las primeras que, cuando llegue la próxima moda, abandonarán el feminismo para centrarse en ella. Al fin y al cabo, serán las ilustradoras que creen en el feminismo de verdad las que persistirán, porque se trata de su trabajo, de su modo de expresarse y de luchar. El feminismo no es algo que se pase de moda, se pasará de moda cierto feminismo, pero el feminismo real persistirá”, asegura.

Lo cierto es que, a día de hoy, la sociedad en general aún no ha adquirido la capacidad necesaria para saber cómo distinguir aquellos productos que se inspiran en los valores del feminismo real, de todos aquellos productos que se aprovechan de él para un único fin: tener éxito. Sin embargo, hace relativamente poco que la sociedad está inmersa en este *boom* feminista, y es comprensible que existan sectores que decidan aprovecharse de su popularidad para sus propios beneficios. No obstante, a pesar de que la sociedad en general aún no ha conseguido llegar a este punto, existe un gran número de personas – sobre todo mujeres – que entienden que el feminismo es en realidad una lucha anticapitalista y que, en el momento en el que este se vuelve una moda y se

comercializa, pasa a ser algo superficial y falso. Mamen Moreu entiende que, a pesar de que el auge del feminismo ha venido acompañado de esta tendencia negativa hacia su comercialización como producto, también se debe ver la parte positiva. Según ella, “una de las mejores cosas del *boom* del feminismo es que cada vez irán apareciendo más mujeres que de verdad sepan distinguir qué es feminismo real y qué es feminismo ‘de moda’”. Respecto al humor gráfico feminista, su postura sigue siendo igual de firme: “puede que ahora sea una moda, pero yo creo que hay que pasar por ella y que se acabará superando. Confío en que todo este tipo de humor acabará desapareciendo porque llegará un momento en el que deje de funcionar en la sociedad”.

En realidad, los aspectos más criticables de las ilustraciones feministas – tanto la falta de representación de la diversidad en las ilustraciones, como el hecho de evitar los temas radicales y aprovecharse del humor para conseguir seguidores y popularidad en las redes sociales – están relacionados con el mismo problema de fondo: la comercialización del feminismo como producto de moda.

Las redes sociales son la plataforma de exposición perfecta para los dos sectores de ilustradoras, las que dibujan y narran la realidad del feminismo y la realidad de las mujeres; y las que dibujan sobre estereotipos feministas porque saben que el público reaccionará de forma positiva ante ello. Ambas partes han encontrado en Instagram, una plataforma que no hace pasar sus publicaciones por ningún filtro de calidad, la forma más rápida y eficaz de dar a conocer sus ilustraciones. Sin embargo, esta facilidad que aportan las redes sociales para la publicación y divulgación de todo tipo de contenido ha sido también la que ha favorecido que aparezca este sector de ilustradoras que comercializan con el feminismo para obtener “me gusta” y seguidores de forma más rápida y fácil.

Se trata de un círculo vicioso en el que ambas partes se retroalimentan: determinadas ilustradoras deciden hablar sobre feminismo porque es algo que socialmente “está de moda” y funciona, y deciden publicar sus ilustraciones en las redes sociales porque son la mejor plataforma social para ganar popularidad. Parece que este método que une feminismo y redes sociales es la fórmula infalible para la popularidad en la sociedad actual. Pero a la vez, es esta búsqueda de la popularidad lo que está generando problemas como la falta de diversidad, el abuso de estereotipos y clichés para hacer humor, la invisibilización del sector

más “radical” de ilustradoras, y la comercialización del feminismo como un producto. Hay quienes, como Mamen Moreu, tienen una visión positiva al respecto y piensan que al final, todos estos problemas se irán solucionando y el sector de ilustradoras que dibujan mujeres reales con vidas reales, acabará triunfando e imponiendo la realidad reivindicativa del movimiento. Sin embargo, esto es algo que no se puede conocer todavía y que, seguramente, se acabe solucionando dentro de muchos años. De momento, el poder, como siempre en las redes sociales, está en manos del público, que decide lo que le gusta y lo que no, lo que se merece ser popular y lo que merece ser escondido, y que tendrá que decantarse por uno de los dos sectores de ilustradoras y decidir, cuál de ellos merece tener más popularidad.

El feminismo a partir de ahora

El feminismo está en auge, el movimiento y las mujeres tienen más fuerza que nunca, y las reivindicaciones van siendo poco a poco más potentes. Existe, por parte de muchas personas, una gran implicación en la búsqueda de concienciación del resto de la sociedad. Hay quienes buscan perpetuar la lucha y ayudar a que no decaiga, y hay quienes luchan por convencer a todas aquellas personas que no creen en el feminismo de que el cambio, además de posible, es necesario. Han sido muchos los avances, pero aún así, siguen siendo muchos los aspectos en los que la sociedad debe mejorar con el fin de lograr una igualdad real entre mujeres y hombres. El machismo, el patriarcado y el capitalismo son problemas de fondo, la raíz de la desigualdad entre ambos sexos y de las discriminaciones por razón de género, y son problemas que aún están inscritos en el ideario de todas las sociedades. A pesar de esto, a nivel mundial, el feminismo ha conseguido imponerse como ideología y como forma de actuar en la vida de muchas personas, y esto ha sido gracias a la lucha política, cultural y social que, desde el siglo XIX, están llevando a cabo todas las mujeres concienciadas con la realidad social y dispuestas a hacer frente a la desigualdad entre mujeres y hombres.

Con el paso de los años, y en gran parte, gracias a todos los avances comunicativos introducidos en la sociedad, el feminismo ha conseguido convertirse en un

movimiento de masas y ha dejado de ser una lucha superficial. Es indudable que los medios de comunicación y, sobre todo, las redes sociales, han ayudado a generar conciencia acerca del feminismo. Los medios tradicionales, poco a poco, han comenzado a dar voz a todas aquellas mujeres que han sufrido el machismo y la desigualdad de género y, además, han convertido el feminismo y sus reivindicaciones en un tema de actualidad y valor noticioso. Por su parte, las redes sociales, grandes aliadas de todos y cada uno de los movimientos sociales, han sido las verdaderas propulsoras del feminismo. Plataformas como Twitter o Instagram han ayudado a generar un espacio de diálogo entre mujeres y un espacio de aprendizaje entre usuarios, sobre todo, jóvenes. Por una parte, las características de estas redes han permitido a las mujeres encontrar un espacio en el que sentirse cómodas expresando sus pensamientos feministas, y denunciando todas sus experiencias con el machismo y la desigualdad de género. El hecho de que la red permita a las mujeres expresarse de esta forma, ha favorecido también que se genere toda una corriente de sororidad entre las que narran sus experiencias y las que las apoyan porque se sienten identificadas. Este proceso ha desencadenado el surgimiento de uno de los sectores más potentes a día de hoy a la hora de narrar el feminismo: las ilustradoras. Todas ellas han adaptado sus creaciones al formato de las publicaciones de cada red y han escogido el feminismo como hilo conductor. Sus ilustraciones plasman la realidad de las mujeres de hoy en día: narran las situaciones de desigualdad cotidianas a las que deben enfrentarse a diario, denuncian actitudes machistas de todos los niveles y, sobre todo, reivindican su libertad y sus derechos en todos los aspectos.

Las ilustradoras han encontrado en las redes sociales una plataforma de exposición extremadamente valiosa y han generado una nueva forma de comunicación con el público que está dando resultados muy positivos. Sus ilustraciones transmiten de manera muy visual y de forma fácil y rápida, una idea concreta que el público capta de forma instantánea. Una de las características más importantes de las redes sociales es que, según el Estudio Anual sobre Redes Sociales de 2018 realizado por IAB Spain, el 40% de sus usuarios son alumnos de secundaria y el 46% son universitarios, es decir, que una gran parte de los usuarios son jóvenes o adolescentes. Ellos, por lo tanto, forman parte de uno de los grandes sectores de público al que llegan las publicaciones de las ilustradoras y, por lo tanto, su mensaje feminista. El hecho de que las ilustradoras hayan

escogido las redes sociales como plataforma de exposición de su trabajo, y que, a la vez, estas sean una de las plataformas comunicativas más utilizadas por la juventud de hoy en día, ha supuesto que se genere en ellas un importante espacio de interacción, educación y transmisión de conciencia. Las ilustradoras crean contenido feminista casi de forma diaria y la juventud lo ve, lo comparte, interactúa y reflexiona sobre él. De esta forma, las ilustradoras no solo están contribuyendo a transmitir las ideas y los valores del feminismo, sino que están ayudando a crear conciencia en la mentalidad de las y los jóvenes y adolescentes, que, a su vez, interactúan los unos con los otros compartiendo los nuevos conocimientos adquiridos. De esta forma, las ilustradoras han creado un nuevo modelo de comunicación del feminismo que, no solo está llegando de forma muy potente al público joven, sino que está ganando cada vez más fuerza y popularidad a nivel social.

A primera vista, todo parece positivo. Sin embargo, y como algunas de las ilustradoras han denunciado, no todo es tan sencillo como parece. Por una parte, ellas son las primeras que están encontrándose con dificultades a la hora de representar en sus ilustraciones a todos los tipos de mujeres reales, teniendo en cuenta cada uno de los factores que pueden hacerlas diferentes y únicas. Deben encontrar la forma de representar el feminismo de todas las mujeres, con sus diferentes etnias, con sus diferentes ideologías y con todas sus posibles diversidades. Por otra parte, deben hacer frente a los estereotipos y clichés que se están generando en torno al feminismo y a las mujeres feministas, evitando caer en ellos y creando contenido que luche por erradicarlos. Finalmente, deben ser conscientes del momento en el que se encuentra el feminismo actual, deben tener en cuenta que existe un sector que tiende a aprovecharse del buen funcionamiento social del feminismo para comercializarlo y convertirlo en un producto con un éxito asegurado, y no caer en esta tendencia.

Ante estos retos, tanto las ilustradoras como el público tienen trabajo que hacer. Las primeras deben continuar su labor como narradoras del feminismo e intentar ir más allá, buscando la representación de las mujeres y el feminismo real, sin temer a los temas que se consideran radicales e inventando formas de dibujar todas las diversidades, para así no quedarse estancadas en una representación superficial. El público, por su parte, debe adquirir una visión más crítica y

avanzada respecto al feminismo que se representa en las ilustraciones. Debe alcanzar una perspectiva más amplia y aprender a normalizar todos aquellos aspectos que, de momento, se siguen considerando radicales y, además, debe aprender a diferenciar el feminismo real del feminismo como producto de moda.

De momento, cada una de las ilustradoras seguirá representando en sus viñetas aquellos aspectos de su día a día como mujeres o aquellas reivindicaciones feministas que consideren necesarias. Todas sus ilustraciones continuarán estando vinculadas al feminismo y a la representación real de las mujeres, sin embargo, cada una de ellas será diferente teniendo en cuenta su perspectiva y su punto de vista respecto al momento en el que se encuentra el movimiento feminista actual.

Anabel Lorente, una de las ilustradoras que menos tiempo lleva mostrando su trabajo en las redes, está convencida de que sus vídeos están llevando a cabo una labor importante en cuanto a crear un punto de vista más crítico respecto a todos los tipos de machismo a los que las mujeres tienen que enfrentarse en su vida cotidiana, y quiere seguir contribuyendo a ello. “Aún nos queda mucho trabajo, hay mucho desconocimiento, miedo, y desinformación en cuanto a la vinculación de algunos temas con la radicalización, cuando no es así”, asegura Anabel. “El feminismo es una carrera de fondo, no hay que perder la esperanza. Igual que yo me he dado cuenta hace pocos meses de lo que significa ser feminista y me he sentido cómoda formando parte de este término, creo que aún hay muchas mujeres a las que le falta dar este paso. Somos el resto de las personas, las que nos sentimos conscientemente feministas, las que hemos de acompañar a las demás desde el cariño para que puedan dar el paso y unirnos todas en esta lucha, que no solo beneficia a las mujeres, sino que ayuda a todo el mundo en sociedad”, concluye.

Mamen Moreu, por su parte, es consciente de que, combinando humor y feminismo, puede crearse una herramienta narrativa con fuerza suficiente como para combatir el patriarcado y expandir la idea de una mujer libre en una sociedad igualitaria. Sin embargo, sus ilustraciones sirven para una doble causa porque, como dice ella, tiene sentimientos encontrados con el momento que está viviendo el feminismo actual. “Por una parte, me alegra mucho ver a tantas mujeres en la calle cada 8 de marzo, tantas mujeres que luchan por cosas que

nunca se habían parado a pensar”, dice. “El feminismo nos ha abierto los ojos a todas y esta genial. Pero hay un pequeño reducto, el feminismo comercial, que hace que se frivolice con el feminismo, que haya mucha gente que no lo tome en serio y que piensen que solo es una moda. Que piensen que ser feminista es simplemente llevar una camiseta que lo diga o una camiseta morada con el símbolo. El feminismo va más allá y es una lucha de todas, de todas las etnias y de todas las diversidades. Hay que ser conscientes de que no hay que luchar solo por nuestro feminismo, sino por el feminismo de todas, de todas aquellas mujeres que no pueden luchar por él. Se trata de una lucha política, es cuestión de informarse y luchar por muchas más cosas que no son solo las que se ven en la primera capa. No se puede pensar en vender más, ni tampoco pensar en el feminismo como algo capitalista y comercial, porque de esta forma tu labor está siendo contraproducente. Sin embargo, dejando esto a un lado, el feminismo real me parece genial, veo que hay mucha lucha de mujeres de todas las edades muy concienciadas, y eso significa que algo estamos haciendo bien”, asegura.

En la misma línea que Mamen, a Sonia Pulido, que lucha por retratar de la forma más real posible a las mujeres, le preocupa lo mismo. “Me da miedo que el feminismo se convierta en una moda y que se utilice por parte de corporaciones que han visto el poderío del movimiento para sacar provecho económico. Sin embargo, me emocioné mucho en la manifestación del 8 de marzo pasado al ver mujeres de todas las edades, y muchos hombres también, defender la necesidad de una igualdad real” explica.

Bea, Susana y Janire, las mujeres del Colectivo Femgarabat, seguirán implicadas en su lucha por introducir la perspectiva de género en todos los relatos ilustrados y por terminar con todos aquellos discursos que defiendan el machismo o la desigualdad de género. “Creemos que el movimiento feminista está en un muy buen momento” aseguran desde Femgarabat. “El feminismo está permeando más que nunca en la sociedad gracias a la lucha de muchas mujeres que llevan décadas trabajando, luchando y haciendo pedagogía social. El 8 de marzo del pasado 2018 fue la demostración de la fuerza que actualmente tenemos las mujeres. No obstante, no hay que subestimar ni obviar que esta fuerza y acción en la calle está teniendo una respuesta muy virulenta y reaccionaria por parte del sistema patriarcal a nivel mundial. Un indicador claro de esta reacción está en los

feminicidios y asesinatos a mujeres, en los ataques y agresiones a los colectivos LGTBI+, y también en los mensajes antifeministas de sectores conservadores y de la ultraderecha. Por tanto, entendemos que ‘ladran, luego cabalgamos’, es decir, que estamos haciendo muchas cosas bien”, sentencian.

Mujeres reales

Dándoles la razón a las ilustradoras de Femgarabat, puede decirse que realmente las mujeres sí que están haciendo muchas cosas, y las están haciendo muy bien. Todas las voces que han participado en este reportaje tienen un vínculo con el feminismo que, independientemente de que sea más o menos reciente, se está haciendo más fuerte año tras año. Cada una de ellas está aportando su granito de arena para consolidar un movimiento feminista más que necesario en la sociedad actual. Estas mujeres, de forma individual, participan de diferentes maneras en la sociedad para crear una ideología colectiva que promueve sus derechos como personas iguales en un mundo que aún se sostiene sobre el patriarcado y las actitudes machistas.

En una época donde las redes sociales y el feminismo están a la orden del día, las ilustradoras, por su parte, han encontrado la forma de aprovecharse de esta situación para transmitir a través de estas nuevas plataformas comunicativas, conocimientos y valores feministas que a su vez sirven para generar un diálogo de comprensión y apoyo entre todas las mujeres. Por otro lado, las usuarias están dando valor a las ilustraciones que estas mujeres publican en la red, haciendo de ellas una nueva herramienta de educación y concienciación, sobre todo, para la juventud. De esta forma, ha nacido y se ha consolidado una nueva forma de comunicación feminista en la que ilustradoras, redes sociales, y usuarias están llevando a cabo un papel determinante para generar conciencia en una sociedad que, paso a paso, va avanzando hacia una igualdad real.

Ellas son una pequeña parte del movimiento, pero gracias sus aportaciones, a sus valores y a su fuerza, los avances están siendo posibles:

Bea De Olives, 20 años. El día que decidió plantarle cara al camarero que llevaba meses intimidándola, entendió lo identificada que se sentía con el movimiento

feminista. Desde entonces, no ha dejado de reivindicar un espacio público seguro para las mujeres. “Estoy harta de que nos griten por la calle, pero todas debemos entender que el problema es suyo, no es nuestro”.

Anna Bueno, 18 años. Cuando tenía 14 años un desconocido le ofreció dinero a cambio de sexo. “Para mí era una broma, me reía de eso con mis amigas y no entendía por qué a mi madre le escandalizaba tanto. Ahora lo entiendo, y ya no me río. El feminismo me ha enseñado que es necesario acabar con esto”.

Anabel Lorente, 25 años. Hasta hace dos años no se había sentido identificada con el movimiento feminista. Un día decidió publicar en Twitter un vídeo que contaba una de sus experiencias más desagradables con un hombre, y cuando miles de mujeres le escribieron para apoyarla, entendió que ella también era feminista. “Creo que al mostrar mi vida y crear un espacio de reflexión con mis vídeos, surge un aprendizaje, o por lo menos se da que muchas de las mujeres que los ven se planteen cosas, y eso para mí es mágico. A mí me hubiese gustado tener lo mismo”.

Elisa Cuello, 21 años. Un profesor la insultó por ir vestida “demasiado provocativa” a clase. Sintió tanta vergüenza que empezó a vestirse según lo que gente como él consideraba adecuado y correcto, hasta que entendió que quien debía cambiar era el profesor, y no ella. “Me alegra saber que, si me pasara lo mismo ahora, sería capaz de contarlo y una gran masa de mujeres feministas saldrían a apoyarme y a luchar junto a mí para acabar con la mentalidad de hombres como él”.

Paula Paño, 23 años. Fue la encargada de enseñar el perfil de Instagram de Flavita Banana a sus amigas y compañeras de piso, que no la conocían. “Flavita Banana nos ha enseñado mucho a todas, yo he entendido muchas cosas del feminismo, y de mi vida, gracias a sus viñetas, así que comparto sus publicaciones con mi entorno para que todos podamos aprender”.

Laura París, 53 años. Creció en un entorno machista y cuando tuvo la oportunidad, empezó a luchar contra él. A pesar de que lleva mucho tiempo luchando, hace solo 5 años que forma parte del Colectivo de Mujeres Feministas de su ciudad. “Estoy muy orgullosa de los avances que se están haciendo, pero

seguimos viviendo en un mundo patriarcal y machista. Juntas tenemos que continuar la lucha y hacernos cada vez más fuertes”.

Bea Aparicio, Susana Carramiñana y Janire Orduna (Colectivo Femgarabat), 4 años. Son quienes acuñaron el concepto de Relato Gráfico Feminista, una nueva forma de narrar historias siempre desde la perspectiva feminista. “Sabemos que las imágenes son vehículo de pensamiento y que éstas a su vez crean y construyen realidad. Por eso creemos que, si queremos construir realidades nuevas, tenemos que registrar y visibilizar las realidades alternativas, compuestas de luchas, iniciativas, personas, identidades, voces, relatos... que trabajan por la igualdad de mujeres y hombres y por la transformación social, y hacer crítica de aquellos relatos que no tengan en cuenta la perspectiva feminista”.

Flavia Álvarez, 32 años. Es Flavita Banana, una de las ilustradoras feministas más populares, no solo a nivel español, sino a nivel mundial. Ha conseguido llenar las redes sociales de mensajes feministas y reivindicaciones a favor de la libertad de la mujer y gracias a sus viñetas, muchas personas han cambiado su forma de ver la vida y a las mujeres. “Un chico de unos 20 años me había escrito largo y tendido un mensaje privado explicándome que hacía un tiempo que su novia le había dejado. Desde que eso había ocurrido él se había negado a aceptarlo, y había estado contactándola con malas palabras para tenerla de vuelta, o al menos agobiarla. Al parecer él un día dio con mi cuenta de Instagram, leyó todas las viñetas y al terminar se dio cuenta de que su ex tenía una vida propia, que no le pertenecía, que él debía dejarla ir y respetar eso. Que había cambiado su punto de vista y que se sentía mucho mejor consigo y con las mujeres ahora. Yo leí su historia diciéndome que había reconvertido a un machista, que algo habré hecho bien”, contaba en 2017 en una entrevista para la revista Harper’s Bazaar⁷.

Raquel Riba Rossy, 28 años. Es la autora de Lola Vendetta, uno de los personajes femeninos más reivindicativos del panorama de la ilustración actual. Fue de las primeras ilustradoras feministas que habló de la menstruación y la dibujó con todo lujo de detalles. A pesar de que siga considerándose un tema tabú o demasiado radical, sigue siendo la seña de identidad de sus viñetas. “El público

⁷ Leal, Nadia (2/8/2017). Flavita Banana o el feminismo del siglo XXI convertido en viñeta. Harper’s Bazaar: recuperado de (<https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/ocio/a333752/flavita-banana-feminismo-en-vinetas/>)

agresivo del principio reaccionó fatal a la sangre menstrual: les ofendía, como si insultar a su familia y mostrar sangre menstrual estuvieran al mismo nivel. El error es que estamos más acostumbrados a ver sangre de alguien al que le acaban de cortar la cabeza que sangre menstrual” explica Raquel en una entrevista para el medio online Código Nuevo⁸.

Sonia Pulido, 46 años. Es una gran retratista de mujeres reales. Sus ilustraciones están plagadas de personajes femeninos y colores que les dan una vida única. Es la autora de una de las ilustraciones más representativas del 2018, el año del feminismo: la que aparece en el cartel de las Fiestas de la Mercè de Barcelona, unas fiestas concebidas bajo el lema “una Barcelona inclusiva, acogedora, y feminista”. “Ahora mismo es muy necesario que el mensaje feminista cale, así que cuantas más voces haya para transmitirlo, mejor. Si son oportunistas o no, el tiempo lo dirá, pero no creo que este auge de la conciencia feminista sea una moda, es una necesidad y debemos continuar luchando por ella”.

Mamen Moreu, 34 años. Gracias a su humor, ha conseguido ser una de las primeras mujeres en realizar viñetas para medios de comunicación como la revista El jueves, un sector básicamente masculino. En sus ilustraciones narra situaciones cotidianas de la vida de las mujeres a través de un humor gamberro y despreocupado. Retrata a las mujeres reales, en su día a día, con sus problemas y sus inseguridades, y se ríe de ello. “Es importante la normalización de muchos aspectos de la vida de las mujeres y determinados colectivos que no tenían, o no tienen voz. La sociedad debe entender que las imperfecciones no son imperfecciones, sino la vida real de las mujeres”.

Gracias a todas.

⁸ Torresi, Guillermina (22/05/2018). Lola Vendetta: "Parece que insultar y mostrar sangre menstrual estén al mismo nivel". Código Nuevo. Recuperado de (<https://www.codigonuevo.com/feminismo/lola-vendetta-parece-insultar-mostrar-sangre-menstrual-nivel>)

Bibliografía

4odb (2018), *Feminismo en España ¿realidad o burbuja?* Revista CTXT, recuperado de (<https://ctxt.es/es/20181107/Politica/22757/ctxt-barometro-feminismo-4odb.htm>)

Alberdi, Cristina (13/08/1983), *El Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer*. Recuperado de (https://elpais.com/diario/1983/08/13/sociedad/429573602_850215.html)

ALADRO VICO, Eva. (2002), *El humor como medio cognitivo*. Cuadernos de Información y Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. N° 7 (dedicado a la comunicación del humor),317 -327.

Eldiario.es (2019), *Cronología del caso 'la manada': de la denuncia por violación a la sentencia por abuso sexual*. Recuperado de (https://www.eldiario.es/sociedad/Cronologia-denuncia-violacion-sentencia-provisional_o_832916986.html)

ELENApuntoG (2009), *Noies que dibuixen noies*, Lectora, 15: 191-205. ISSN: 1136-5781 D.L.

European Anti-Poverty Network (13/12/2017), *Género y Pobreza* (Título original: *Gender and poverty in Europe*). Recuperado de (<https://www.eapn.es/>)

Expsición: *Feminismos, ¿te atreves a descubrirlos?* (2018) Coordinada por Pandora Mirabilia y el Ayuntamiento de Madrid.

Exposición: *Las mujeres en los tebeos del franquismo. De abnegadas a objetoras*. (2019) Coordinada por MUVIM – Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad.

Federación de Gremios de Editores de España (2017) Informe: Comercio interior del libro en España, 2017.

HERNÁNDEZ, J. (2002), *El humor y las ciencias humanas*, en HERNÁNDEZ, J. (ed.) et al. Cádiz: Ed. Universidad de Cádiz

IAB Spain (2018), *Estudio Anual de Redes Sociales*. Recuperado de (https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf)

José Javier Ruiz Cartagena (2017), *Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva*, en Miguel Hernández Communication Journal, nº8, pp. 347 a 367. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante).

Leal, Nadia (2/8/2017). *Flavita Banana o el feminismo del siglo XXI convertido en viñeta*. Harper's Bazaar: recuperado de (<https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/ocio/a333752/flavita-banana-feminismo-en-vinetas/>)

Llano Ortiz, Juan Carlos (2018), *El estado de la pobreza: Seguimiento del indicador de pobreza y exclusión social en España 2008 – 2017*. Informe AROPE, 2018. Recuperado de (<https://www.eapn.es/>)

Merino, Ana (2001), *Women in comics: a space for recognizing other voices*, The Comics Journal, 237.

Pascual Ribas, P. (2017), *Sueños y Realidades del Feminismo en España, siglos XX - XXI*. TFG. Universitat Autònoma de Barcelona.

Sánchez, Juan Luis (18/11/2017), *Gracias al feminismo, mantenemos la esperanza*. Recuperado de (https://www.eldiario.es/juanlusanchez/Gracias-feminismo-mantenemos-esperanza_6_709439059.html)

Torresi, Guillermina (22/05/2018). *Lola Vendetta: "Parece que insultar y mostrar sangre menstrual estén al mismo nivel"*. Código Nuevo. Recuperado de (<https://www.codigonuevo.com/feminismo/lola-vendetta-parece-insultar-mostrar-sangre-menstrual-nivel>)

Taulés, Silvia (11/12/2016). *Purita Campos, autora de 'Esther y su mundo': "No me he hecho rica"*. El Español, recuperado de (https://www.elespanol.com/corazon/famosos/20161209/176983085_o.html)

Tebeosfera (2017), Informe sobre la Industria del Cómic en España en 2017.