

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Ilustración gráfica como vía de comunicación del movimiento
feminista: análisis de la cuenta “Flavita Banana”**

Presentado por Amanda Fernández González

Tutelado por Susana de Andrés del Campo

Segovia, Febrero de 2023

Resumen

El presente trabajo constituye una observación reflexiva sobre el papel de la ilustración gráfica en el feminismo digital. El estudio se centra en el análisis de la cuenta Flavita Banana, joven ilustradora asturiana cuyas viñetas de contenido feminista son publicadas en medios como *El País* y que tiene su propio perfil en Instagram. Su prolífico trabajo -publica cada tercer día- genera un corpus de análisis de continuidad y homogeneidad estética. A través de la herramienta Social Blade se recogen indicadores de Big data de este perfil y se comprueba el éxito del formato en su alto engagement y nivel de seguimiento. Teniendo en cuenta que es una cuenta contracultural y crítica, podemos afirmar que su estrategia de actuación incide de manera incisiva en públicos altamente inmersos en contextos altamente comerciales e incluso sexualizados del *mainstream* digital.

Palabras clave: redes sociales, feminismo, publicidad, machismo, micromachismo.

Abstract

In the last decade the feminist movement in Spain has grown exponentially thanks to the help of activists and groups, although it is worth noting the fundamental role that social networks have played in this context for the dissemination and normalization of feminism, especially among the younger audience.

It is for this reason that the objective of this Final Degree Project is none other than to highlight the role that the RRSS play for this purpose and to do so, to carry out an analysis of the perception that society has today in relation to feminism. , using as a reference different Instagram accounts in which the authors publish weekly or daily illustrations as a social complaint linked to the feminist movement.

This type of support, normally used by the younger population, has achieved great acceptance by it and by the general public. Making feminism a digital tool to fight against machismo and/or micro-machismo that we can find daily both in real life and in social media.

Key Words: Social networks, feminism, advertising, sexism, microsexism.

ÍNDICE

1. Introducción

- 1.1 Justificación del tema
- 1.2 Objetivos
- 1.3 Metodología

2. Feminismo 4.0

- 2.1 Conceptos de feminismo
- 2.2 Ciberfeminismo o feminismo 4.0
- 2.3 La cuarta ola del feminismo

3. Feminismo y redes sociales

- 3.1 Influencia de las redes sociales al feminismo
- 3.2 Ilustración digital feminista en redes sociales

4. Análisis de la cuenta feminista Favita Banana en Instagram

- 4.1 Metodología y objetivos del análisis
- 4.2 Muestra del análisis

5. Conclusiones

6. Referencias bibliográficas

1. Introducción

En la última década, el movimiento feminista en España ha ido dando nuevos pasos tanto a nivel teórico y legislativo como a nivel de organización ciudadana gracias a la labor de activistas y colectivos, aunque cabe destacar el papel fundamental que han jugado en estos años las redes sociales para la difusión del feminismo, sobre todo entre el público más joven.

El objetivo del presente Trabajo Fin de Grado no es otro que observar el rol que juegan las RRSS para dicho fin, utilizando como referencia diferentes cuentas de Instagram en las cuales las autoras publican ilustraciones semanales o diarias con carácter de denuncia social.

Este tipo de soporte digital, normalmente utilizado por la población más joven, ha conseguido una gran aceptación por ésta y por el público en general, aportando al feminismo una herramienta digital para luchar contra el machismo-que podemos encontrar diariamente tanto en la vida real como en las RRSS.

La idea de analizar el perfil de *Instagram* de Flavita Banana, surge del impacto que causan en mí sus viñetas, y las reflexiones que las acompañan.

A través de sus viñetas, ha conseguido que empatice con el personaje principal, además de hacer que me cuestione diferentes situaciones que plantea, relacionadas con el papel de la mujer y los machismos y/o micromachismos a los que es sometida día a día y quiera luchar día a día por un avance en la sociedad actual.

1.1 Justificación del trabajo

A lo largo de los años, hemos podido ver cómo el movimiento feminista cobraba cada vez más importancia en nuestra vida, dejó de ser un tema tabu, para ser un tema de actualidad.

Gracias a la evolución de la tecnología, y con la llegada de las redes sociales, numerosas activistas utilizan estas plataformas para poder viralizar su mensaje, y conseguir que cada vez seamos más las personas que luchamos por un mundo libre de machismos y/o micromachismos.

Este trabajo trata sobre el papel que han tenido las redes sociales en la lucha feminista, y la forma en la que han contribuido a dar visibilidad al movimiento.

1.2 Objetivos

El objetivo general de este trabajo no es otro que reflexionar sobre el uso de la red social Instagram en España, y la forma e intención con las que se transmiten diferentes mensajes de compromiso social o político a través de recursos audiovisuales.

Los objetivos específicos que se quieren conseguir son los siguientes:

- Comprobar qué tipo de visibilidad se da al movimiento feminista.
- Análisis de la ilustración gráfica en entornos digitales

1.3 Metodología

La metodología que se va a llevar a cabo para la realización de este trabajo constará de tres fases: en primer lugar se parte de la revisión bibliográfica de diferentes documentos, libros, webs y artículos de la historia del feminismo hasta nuestros días en España.

Además, se ha realizado una observación exploratoria de contenidos en la red social Instagram. Para ello se ha accedido desde una cuenta personal de Instagram. El siguiente paso ha sido realizar un análisis descriptivo y comparativo de algunas de las cuentas feministas más populares en España, además de clasificarlas por número de seguidores, año de creación, perfiles en diferentes redes sociales.

Según Perelló, Salvador (2009), la observación puede volverse científica:

- Orientándola y enfocándola hacia un objetivo concreto de investigación formulado de antemano.
- Planificándola sistemáticamente en fases, aspectos, lugares y personas.
- Controlándola y relacionándola con proposiciones y teorías sociales, planteamientos científicos y explicaciones profundas.
- Sometiéndola a controles de veracidad, objetividad, fiabilidad y precisión.

Además, para que una observación pueda ser considerada como técnica de investigación para la obtención de datos, es necesario tener en cuenta una serie de aspectos, entre los que destacan los siguientes:

- El establecimiento del objeto de la observación.
- La delimitación y definición del campo de observación.
- La selección de los aspectos más relevantes de acuerdo con lo que se investiga (variables e indicadores).
- La selección de los instrumentos a utilizar y la necesidad de registrar precisa y responsablemente lo observado (Perelló, Salvador (2009)).

Con el uso de la herramienta *Social Blade*, se han analizado diferentes métricas de las cuentas de *Instagram* elegidas para la muestra.

Por último, se ha realizado un estudio de caso, analizado diferentes publicaciones de la activista Flavita Banana en la red social Instagram. La metodología de estudio de caso se ideó como método sociológico propio de los estudios de trabajo social, si bien se amplió después a

otros estudios como el análisis de imágenes mediáticas (de Andrés, Nos y García, 2016). En este caso el análisis comprobará cuál es el impacto que han tenido entre sus seguidores.

Redes sociales y feminismo

2.1 Concepto de feminismo.

Afirma Victòria Sau Sánchez (citado en Varela, 2019) que el feminismo es un movimiento social y político que se inicia formalmente a finales del siglo XVIII y que supone la toma de conciencia de las mujeres de la opresión, dominación y explotación de que han sido objeto por parte del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción, lo cual las mueve a la acción para la liberación de sus formas de opresión con todas las transformaciones de la sociedad que ésta requiera.

El feminismo puede definirse como el conjunto de creencias e ideas que pertenecen al amplio movimiento social y político que busca alcanzar una mayor igualdad para las mujeres. El feminismo da forma y dirección al movimiento de las mujeres y, desde luego, es moldeado por éste. Las mujeres buscan igualdad en todas las esferas de la vida y utilizan una amplia gama de estrategias para alcanzar este objetivo (Owen M. Fiss, 1993, pp. 211).

El feminismo también se define como un discurso político que se basa en la justicia. Se trata de una teoría y práctica política articulada por mujeres que, tras analizar la realidad en la que viven, toman conciencia de las discriminaciones que sufren por la única razón de ser mujeres y deciden organizarse para acabar con ellas, para cambiar la sociedad. Partiendo de esa realidad, el feminismo se manifiesta como filosofía política y, al mismo tiempo, como movimiento social (Varela, 2019)

De esa manera, el feminismo cuestiona el orden establecido (Varela 2019) por quienes lo establecieron, es decir, por quienes se benefician de él.

Según la web feminista <https://elfeminismo.com/> (Ray, Samuel) ``El Feminismo´´, ha habido cuatro olas del feminismo, que se explicará brevemente los aspectos más importantes de cada una de ellas:

- La primera ola, a finales del siglo XIX, surgió como protesta en contra de la negación de derechos jurídicos para las mujeres, fue el primer movimiento feminista genuino para el mundo occidental. Se reivindicaban derechos tales como propiedades, negocios propios, asistir a reuniones políticas, derecho a voto, poder presentarse a elecciones, ocupar cargos públicos y afiliarse a organizaciones políticas.

- La segunda ola se produce desde el siglo XIX hasta el final de la Segunda Guerra Mundial. Comienza en el encuentro organizado en julio de 1848, con la convención organizada por Elizabeth Cady Stanton y Lucretia Mott en Seneca Falls, Nueva York. La Declaración, firmada por sesenta y ocho **mujeres** y treinta y dos **hombres** afirmaba la igualdad de las mujeres con los hombres, incluyendo la igualdad en el **derecho al voto**. Se reivindicaban derechos tales como acceder a la educación primaria, secundaria y universitaria.

- La tercera ola tuvo lugar en las décadas de 1960 y 1970, reivindicando derechos sexuales y reproductivos. Se siguió cuestionando el papel de la mujer en la sociedad contemporánea. Se reivindicaba la libertad sexual, la eliminación de la desigualdad, el derecho al aborto, la discriminación en el trabajo, la familia y en los roles de género tradicionales y la abolición del patriarcado.

2.3 La Cuarta Ola del Feminismo

Según Lamus (2020), podemos referirnos a un nuevo movimiento del activismo feminista como ``Nueva ola`` ``cuarta oleada`` o ``marea verde``.

También Varela (2019 pp.49), define esta ola como un ``tsunami feminista`` y esto hace alusión al movimiento del agua en grandes cantidades movido por el viento y las mareas. Uno de los conceptos clave de esta cuarta ola es el de interseccionalidad, término acuñado en 1989 por Kimberlé Crenshaw, que nació para explicar cómo los sistemas de opresión, dominación o discriminación no actúan de manera independiente, sino que están interrelacionados y suponen identidades sociales solapadas (op.cit.).

Esta nueva ola feminista es la menos epicentral de todas. A diferencia de las anteriores con epicentro en EEUU y algunos países europeos, se manifiesta en diferentes puntos del planeta, poniendo a Argentina como punto de referencia. Esta cuarta ola empezó a gritar lo que otros movimientos no salieron masivamente a decir, y a alzarse contra los atropellos de los poderosos. Esta ola feminista es también digital, poderosa herramienta que interpela y eleva los pisos de la politización, tal cual lo han hecho los diversos feminismos en diferentes momentos históricos Paula (2018)

Según Lamus Doris (2020) las jóvenes feministas se han juntado desde 2015 con sindicalistas y profesoras universitarias en el potente movimiento ¡Ni una menos!. Entre los años 2015-2019 las argentinas se han manifestado en contra los feminicidios, la trata de mujeres y la violencia contra niñas, mujeres y transgéneros, contra el Poder Judicial patriarcal que encubre violadores, redes de tratantes y feminicidas y en favor del derecho al aborto.

La enorme concentración de mujeres y hombres contra el feminicidio en Buenos Aires dio una sacudida a los desinflados movimientos feministas de España, Italia y Francia que, a su vez, provocó que el 8 de marzo de 2018 salieran a manifestarse feministas en todos los países de América, Europa occidental, norte de África, India, Tailandia y Australia.



Figura 1. Mujeres manifestándose con el lema #NiUnaMenos
Fuente: Izquierda Diario



Figura 2. Manifestación en Buenos Aires
Fuente: [Ámbito.com](http://Ambito.com)

2.2 Ciberfeminismo o feminismo 4.0.

``Prefiero ser una cyborg que una diosa'' - Donna Haraway

Según Nuria Valera (2019), el ciberfeminismo se desarrolla con gran fuerza en tres grandes ramas: la creación, la información alternativa y el activismo social.

El actual imaginario movimiento ciberfeminista se asienta sobre el Manifiesto para Cyborgs de Donna Haraway, publicado en 1984. El propósito del mismo era construir un irónico mito político fiel al feminismo, al socialismo y al materialismo. Se define al ciberfeminismo como una cooperación entre mujer, máquina y nuevas tecnologías.

Cornelia Sollfrank propone que el ciberfeminismo es un feminismo enfocado al medio digital. Un vehículo de discusión de ciertos métodos en teoría, arte y política, la versión actualizada del feminismo dedicada a una nueva distribución política.

Por su parte, Sadie Plant, asocia el término ciberfeminismo a la relación entre mujer y tecnología como íntima y subversiva. Desde esta perspectiva, define ciberfeminismo como ``una insurrección sobre parte de las mercancías y materiales del mundo patriarcal, una dispersión, una emergencia hecha de enlaces entre mujeres, mujeres y ordenadores y comunicaciones, enlaces, conexiones y enlaces''.

En los años 80, el nuevo pensamiento ciberfeminista había imaginado que los entornos virtuales de internet y las posibilidades de la biotecnología dejarían obsoleto el concepto de género (de Andrés, Collado y García-Lomas, 2020, 45). Sin embargo, lo que apareció fue un escenario inédito de discriminación hacia las mujeres (op.cit., 46). El análisis feminista en redes sociales demuestra las capas de nuevas brechas digitales de género.

Stewart Millar (1999, pp. 3-4) define ciberfeminismo como ``*una perspectiva feminista en la que se reivindican la utilización crítica por parte de las mujeres de las tecnologías de la información y la comunicación para el poder*''.

En sus inicios, surge como la relación de la máquina y la mujer, que pretende mostrar una nueva visión del género, de la identidad, y del significado del cuerpo femenino; su objetivo principal era acabar con el patriarcado y con el poder hegemónico en el ámbito tecnológico. García Manso, Moreno Díaz, Sánchez Allende (2015) señalan que el inicio del movimiento surge del colectivo de mujeres australianas **VNS Matrix** y la autora británica **Sadie Plant**. En concreto, Plant (1994) se refería al ciberfeminismo como el concepto base

para una argumentación teórica que permitiría abrir un ciberespacio donde los humanos, en conexión con la teoría de la información, encuentren nuevas formas de construir el sujeto y la identidad humana.

Zafra (2008) sitúa el inicio del ciberfeminismo con el net.art, cuyo objetivo consistía en experimentar con el medio. La práctica artística de las mujeres a través de las tecnologías desempeña un papel conocido dentro de nuestra cultura actual; las mujeres artistas han sido pioneras en la producción artística con la utilización de la red, lugar donde han visto una menor carga simbólica que en las prácticas y técnicas tradicionales. Las activistas ciberfeministas realizan una acción reivindicativa a través de una postura enteramente crítica, un nuevo feminismo cuyo fin es el del estudio de la cibernsiedad y la construcción del género en dicho espacio. Ese ciberfeminismo se identifica tanto con estrategias políticas como con métodos artísticos.

En España el ciberfeminismo se intenta instaurar de dos formas Zafra (2008):

- A través del ciberfeminismo social, articulado especialmente por Montserrat Boix, quien intenta ubicar espacios de activismo femenino en la red como el periódico mujeresenred.com con el fin de generar dinámicas colectivas para poder construir un mundo en el que las mujeres tengan cabida en él en todos los ámbitos. Este concepto deriva del tecnofeminismo, propuesta de Wajcman (2004), cuya base teórica es posibilitar el acceso a las mujeres para la gestión de las nuevas formas de tecnología.
- A través del arte en la red, o net.art; itinerario que tuvo escaso impacto y duró poco tiempo.

3. Feminismo y redes sociales

3.1 El papel de las redes sociales para el feminismo.

El concepto de red social ha adquirido una importancia notable en los últimos años. Se ha convertido en una expresión del lenguaje común que asociamos a nombres como Facebook o Twitter, pero su significado es mucho más amplio y complejo. Alrededor de ellas se han generado teorías de diverso tipo que tratan de explicar su funcionamiento y han servido de base para su desarrollo virtual. Se han convertido, en pocos años, en un fenómeno global, se expanden como sistemas abiertos en constante construcción de sí mismos, al igual que las personas que las utilizan (Ponce, 2012 p. 2).

Según Silvia Gas (2019) La llegada y la masificación de Internet ha supuesto un cambio en la humanidad. Por un lado, se convertía en el espacio del cual todos querían formar parte, ya que se prometía un libre acceso a los recursos. Por otra parte, también era el nuevo campo de disputas, dinero e ideología. Las redes sociales han supuesto un antes y un después en la manera que teníamos de comunicarnos, se establecen nuevos roles y vínculos entre los usuarios.

Las redes sociales han generado una transformación de los modelos sociales convencionales, permitiendo desplazar actividades hacia estas plataformas digitales. Permiten el ejercicio libre en la interacción y comunicación, así como la rapidez en la difusión de la información, llegando a neutralizar la hegemonía en las élites establecidas.

Se ha generado una nueva forma de comunicación en la que su público crea contenido propio y lo comparte, generando así interacción entre esas personas (Gas, ~~Silvia~~ 2019)

Estas prácticas de comunicación están tanto enfermando como empoderando a la comunidad involucrada hasta el punto de que están en el centro de muchas de las transformaciones, impactos y cambios políticos, ambientales, sociales, interpersonales y personales hoy en día.

Las redes sociales fomentan también un enfoque egocéntrico o individualista del contenido y los contactos y contenidos se distribuyen en torno a un usuario/a. Esto es debido en parte, y aquí radicaría buena parte de su éxito y de su decadencia, a la necesidad del sujeto contemporáneo de ser reconocido por el otro. Es por ello que, quienes las usan, muestran una identidad maquillada, basada en las apariencias, con el objetivo de agradar y adquirir

reconocimiento de la comunidad virtual, que se traduce en aumento de *followers*, *likes*, favoritos o *trending topics*. Se produce el efecto espejo, en el cual los sujetos imitan comportamientos como aspectos formales de aquellos que más reconocimiento obtienen. Esto provoca entre los/as creadores de contenido una competencia por adquirir reconocimiento y aceptación por la comunidad virtual (Gas, 2019).

Las feministas constructivistas consideran que el vínculo que se crea entre la mujer e internet puede ayudar a la construcción de una identidad de género. Actualmente, existe una gran variedad de plataformas virtuales: Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, TikTok... Dentro de estas plataformas se crean grupos, organizaciones, movimientos que son plasmados de manera pública. Para las feministas esto ha jugado a su favor, ya que han conseguido formar grupos, asociaciones y movimientos de manera digital de forma que repercutan en acciones concretas.

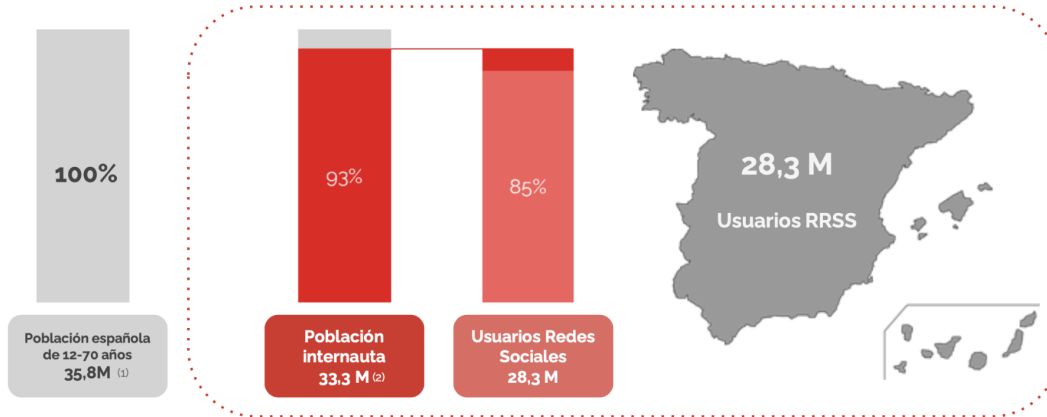
Estas comunidades virtuales hacen posible que mujeres de todo el mundo puedan compartir sus intereses e inquietudes, que quizás nunca hubiesen podido compartir por otros medios. Facebook ha sido quizás la red social donde se gestan en mayor medida estos grupos, así el ciberactivismo feminista se configura diverso, debatiendo sobre temas de derechos humanos, divulgando información y planeando diversas acciones.

La rapidez en la que se transmite la información en estas plataformas, resulta muy útil para el movimiento feminista, debido a la facilidad de interacción entre individuos con gustos y personalidades similares, la capacidad de organización y de asimilar diferentes modelos de aprendizaje. Gas (2019)

Según el estudio anual de redes sociales de IAB Spain durante el año 2022, el 85% de internautas en edades comprendidas entre 12-70 años hacen uso de ellas, lo que representa cerca de 28 millones de usuarios/as.

¿Cuántos utilizan Redes Sociales?

Un 85% de los internautas de 12-70 años utilizan Redes Sociales, lo que representa cerca de 28 millones de individuos.



Estudio Anual Redes Sociales 2022

PATROCINADO POR:
epsilon

(1) Fuente: Datos INE 2021
(2) Fuente: AIMC EGM

ELABORADO POR:
eLOGIA

Figura 3. Análisis de usuarios en redes sociales en el 2022

Fuente: IAB Spain

Además, en cuanto al uso de redes sociales, según IAB Spain durante el año 2022, Instagram ha sido la red social que ha generado mayor interacción, seguido de TikTok, que incrementa sus resultados en +107%

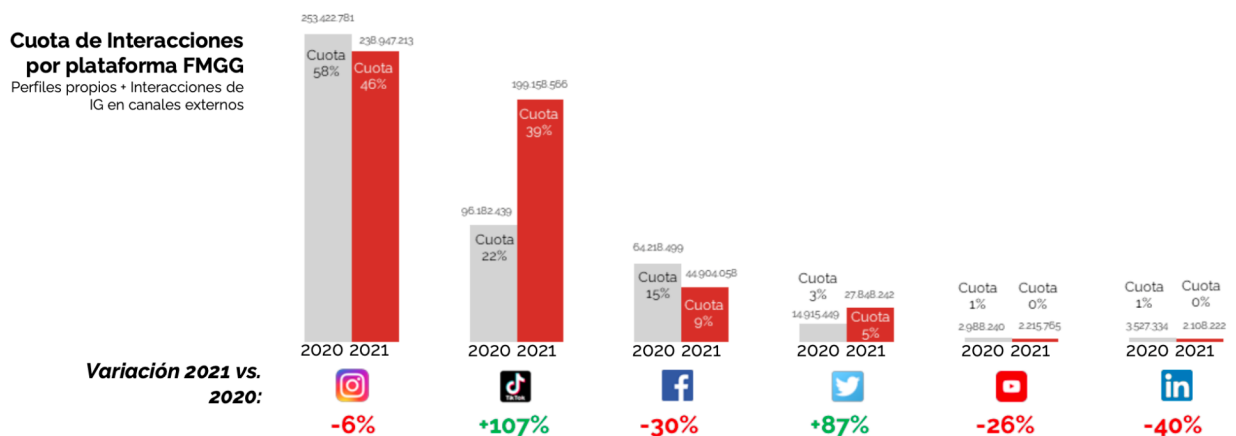


Figura 4 Porcentajes de interacciones en la diferentes redes sociales en 2022

Fuente: IAB Spain

3.1 Ilustración digital feminista en Redes Sociales.

“Una imagen vale más que mil palabras” Henrik Ibsen

Las reivindicaciones feministas tienen una larga historia en el uso de imágenes y en concreto viñetas e ilustraciones gráficas, si bien muchas veces las viñetas divulgadas en medios impresos eran realizadas por varones (Hernández, 2019). Desde el primer comic feminista en España realizado por la ilustradora Nuria Pompeia a finales de los años 60 hasta la ilustración digital de nuestros días, se han sumando trabajos de numerosas artistas y diseñadoras: Raquel Córcoles, Paula Bonet, María Hesse, Isabel Ruiz, María Murnau o Raquel Riba son algunos de esos nombres. A esta vía de la ilustración feminista se suman también tatuadoras, serigrafistas, fotógrafas y toda un serie de creadoras culturales con compromiso en la igualdad entre mujeres y hombres.

Actualmente, diversas ilustradoras con perfil crítico y feminista difunden su trabajo a través de Instagram, partiendo de una postura de divulgación feminista para exponer las reivindicaciones y críticas del movimiento. Por medio de sus ilustraciones dan visibilidad a otras formas de representar a la mujer que son diferentes de aquella imagen hegemónica que se ha compartido durante años en los medios (Aguirre, 2021). Entre ellas podemos citar a Sasa Elebea, Sara Andreasson, Rocío Salazar o Sara Fratini.

Una lista con algunas de las cuentas de Instagram de empoderamiento femenino a través de la ilustración digital es la siguiente:

Nombre de la cuenta	Perfil en RRSS	Año de creación	Nº Seguidores
Feminista Ilustrada	IG @feministailustrada	2015	600K
Flavita Banana	TW @flavita IG @flavitab	2016	646K
Moderna de Pueblo	TW @ModernaDePueblo IG @modernadepueblo	2010	1,7M
Paula Bonet	IG @paulabonet		282K

Lola Vendetta	IG @lola.vendetta		651K
Freeda	IG @freeda	2017	1,7M
Monstruo Espagueti	IG @monstruoespagueti		222K
Sara Herranz	IG @saraherranz		198K
Rocío Salazar	IG @rociosalazar_ ilustración		8666K

Tabla 1: Tabla de algunas de las principales cuentas feministas españolas en Instagram que utilizan ilustración gráfica. Elaboración propia a partir de la información de sus perfiles.

Según Valeria Aguirre (2021), cabe mencionar a las ilustradoras que están induciendo al diálogo sobre las tecnologías y seguridad digitales. De tal forma que Instagram ha servido como un medio de socialización donde mujeres artistas e ilustradoras se han permitido compartir su trabajo, dando a conocer su postura desde el feminismo.

Instagram también es utilizada como herramienta para la difusión de diálogos, ideas y significados en cuestiones de género. La representación de la mujer a través de las ilustraciones creadas por mujeres feministas ha dejado de obedecer a los estándares de belleza y feminidad hegemónicos, además de dar a conocer los diversos procesos que competen a la lucha de género (Aguirre, 2021).

La labor de estas artistas que publican sus trabajos en Instagram va mucho más allá de cosechar seguidores desde la ironía o el humor; la relevancia de esta nueva figura dentro del ámbito reside en la lucha ciberfeminista (Maeso, 2016) que están llevando a cabo desde los nuevos canales de comunicación de masa, como son las redes sociales.

El arte tiene la capacidad de conmover y conectar. Tiene la capacidad de despertar, de accionar y levantar pensamientos e ideas. El "artivismo" se define como una hibridación entre el arte y el activismo: arte reivindicativo y de resistencia. Visibilidad, durabilidad y riesgo son los rasgos específicos de una intervención que conlleva un claro mensaje sociopolítico. El arte se convierte en un medio de comunicación enfocado al cambio y a la transformación, un lenguaje que se desplaza desde la creación artística académica o museística hacia los espacios sociales convirtiéndose en una herramienta educativa (Art Madrid, 2020).

El trabajo de estas “artistas” es una gran oportunidad para introducir el feminismo en la agenda temática de redes sociales, que en este momento está dominada por el consumo y por la cultura de la sobre exposición. Constituye, además, una fórmula muy eficaz de conectar con la generación “milenial” (Ruíz, 2017), una generación en la que, se ha enquistado el sexismo, como demuestran estudios recientes.

La viñeta ha encontrado en estos últimos años un medio ideal de difusión en internet, especialmente en Instagram, red social que da primacía a las imágenes por encima del texto y que, recientemente, permite encadenar en una publicación distintas imágenes de formatos rectangulares. La confluencia de microrrelato y viñeta (entre otras modalidades artísticas) tiene como consecuencia, a nuestro modo de ver, la erosión de las fronteras existentes entre estas formas creativas y el surgimiento de productos híbridos, de difícil adscripción a una u otra forma (Microtextualidades, 2018).

4.1 Objetivos del análisis y metodología

El instrumento de análisis de este trabajo será plataforma *Social Blade*, a través de la cual se puede ver la actividad y rendimiento de creadores y creadoras de contenido en diferentes redes sociales como *Instagram, Facebook, TikTok, Youtube...*

Para ello se toma como referencia la red social Instagram, y aunque aparecen métricas de todas las *influencers* mencionadas en la Tabla 1, únicamente analizaré el perfil de Flavita Banana, que aparecerá en el siguiente punto.

Flavita Banana es una dibujante asturiana afincada en Barcelona <<que se adentra en temas cotidianos y de actualidad para comentar la realidad contemporánea, casi siempre subrayando su absurdidad, a veces su hipocresía y en ocasiones su delicia>> (Fornés,2023, s/p).

Sus publicaciones hacen referencia a reivindicaciones de género, denuncias sociales o temas de actualidad, pero todos ellos relacionados con la mujer. El motivo principal de no escoger una franja de fechas para el análisis ha sido principalmente por la frecuencia en que la autora hace publicaciones en la red social, ya que hay días en los que puede publicar una o más veces y días en los que no se han hecho publicaciones. El hecho de escoger franjas temporales limitaba la fiabilidad de los datos.

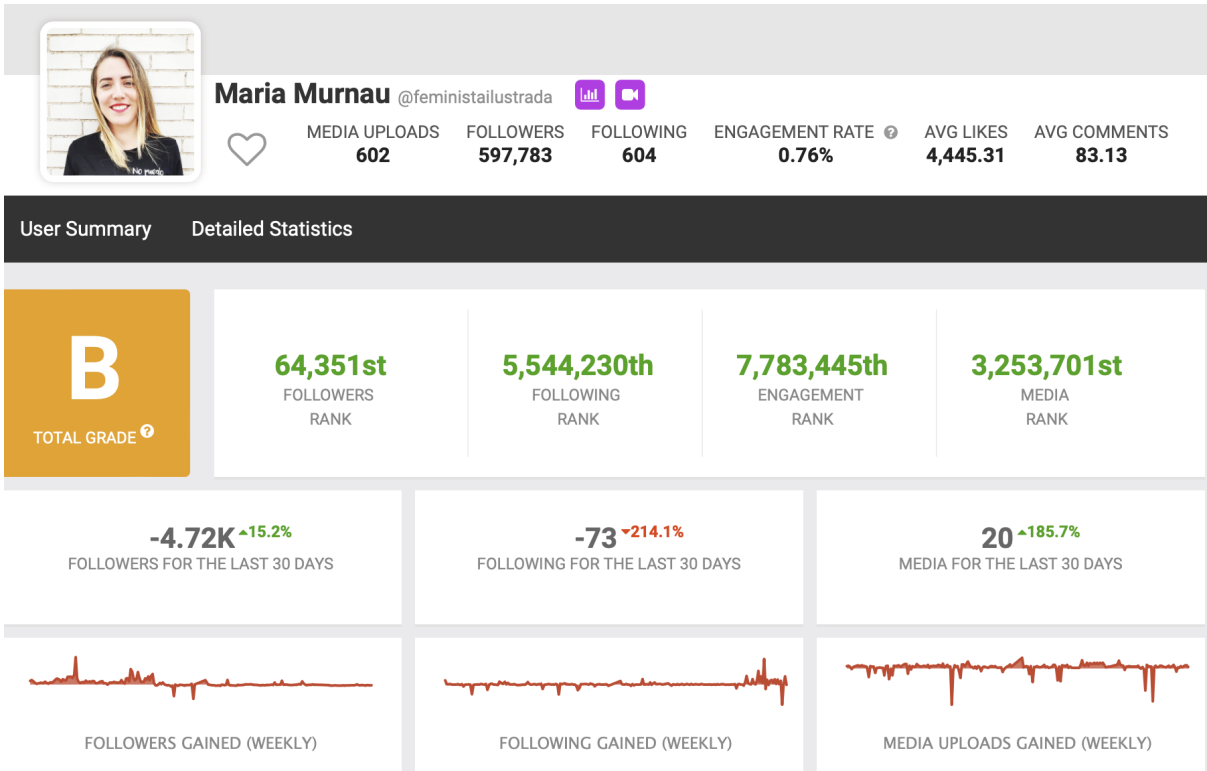


Figura 5. Análisis de métricas del perfil en Instagram @feministailustrada

Fuente: Social Blade

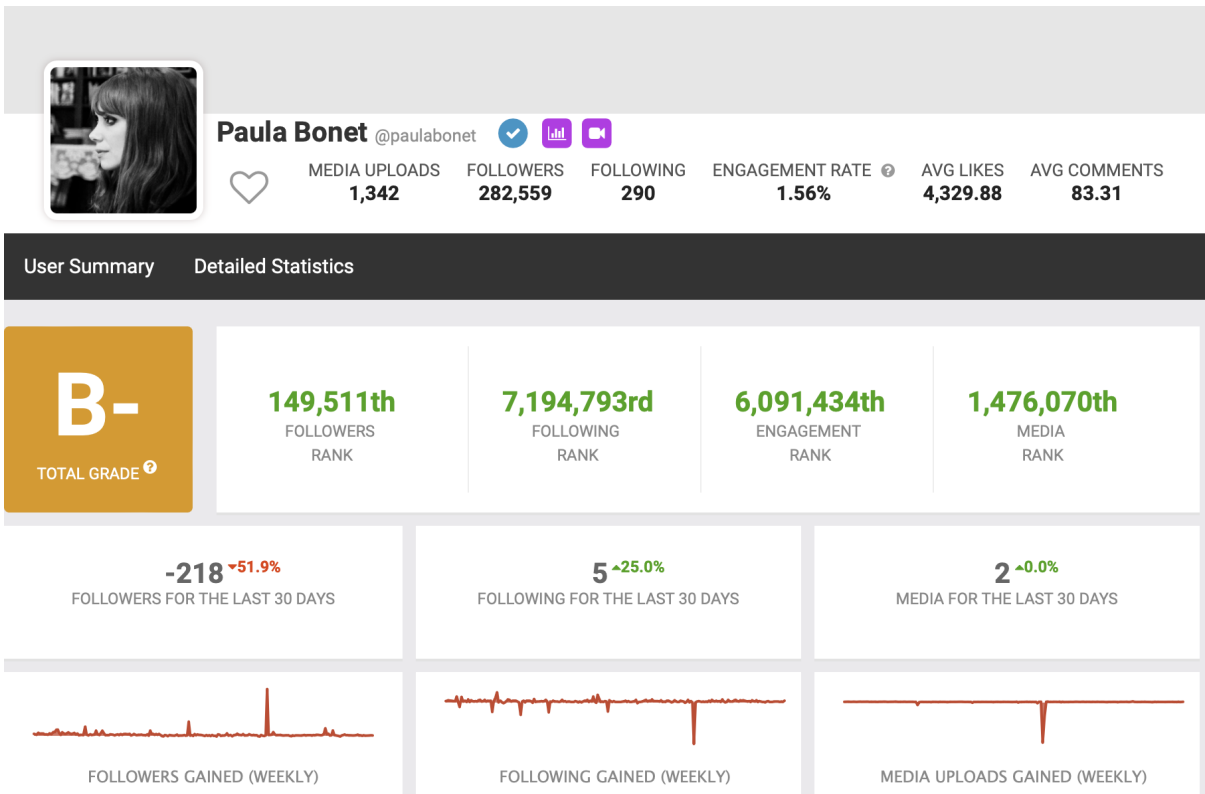


Figura 6. Análisis de métricas del perfil en Instagram @paulabonet

Fuente: Social Blade

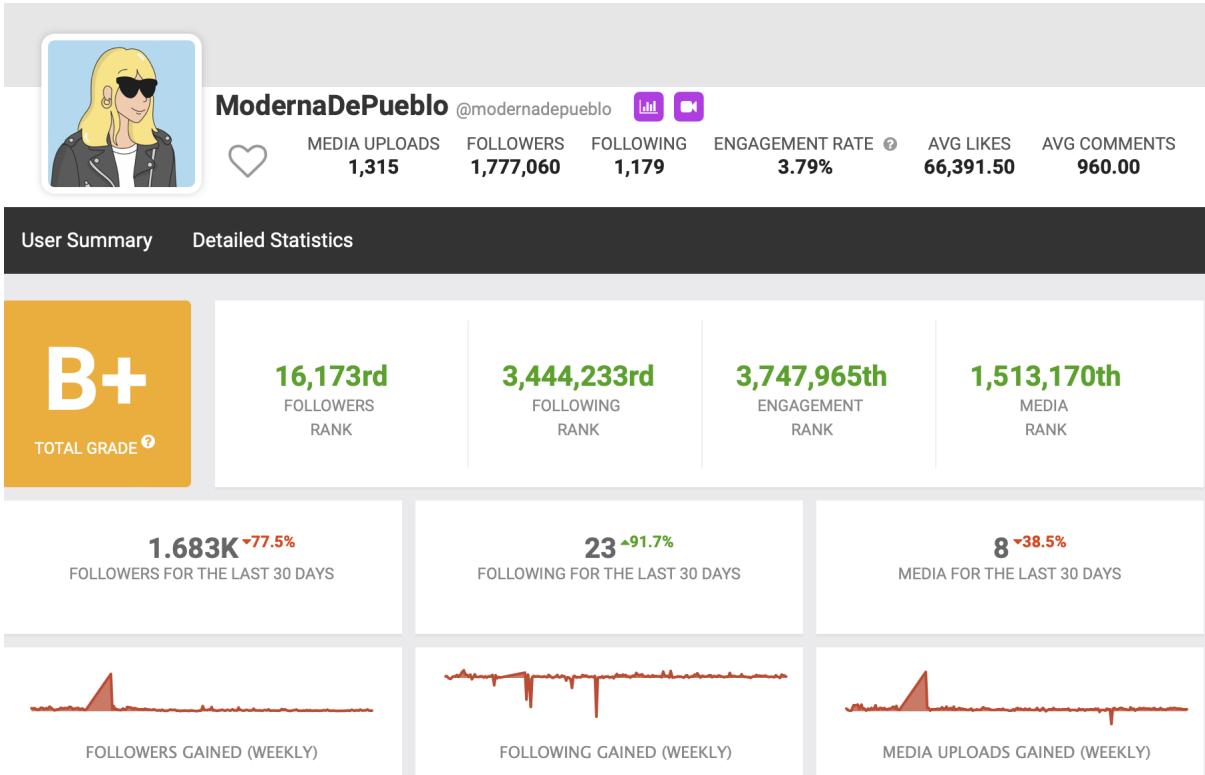


Figura 7. Análisis de métricas del perfil en Instagram @modernadepueblo

Fuente: Social Blade

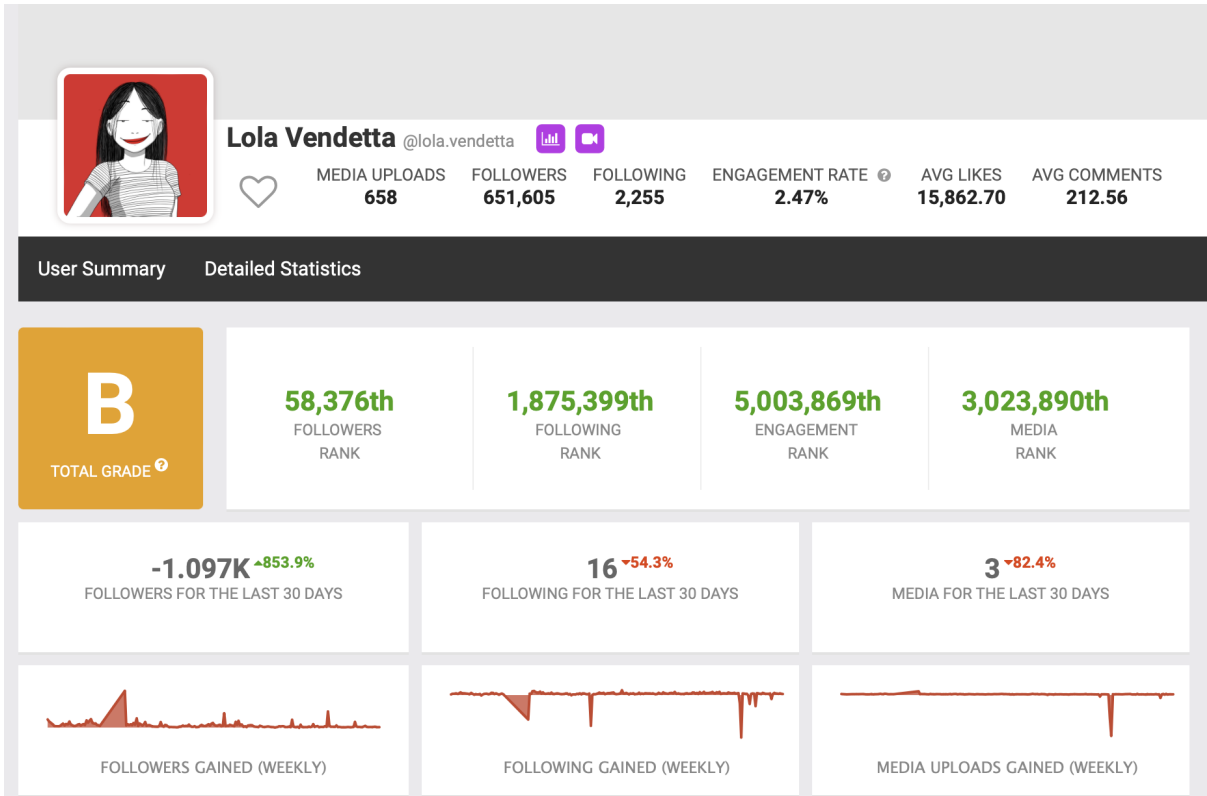


Figura 8. Análisis de métricas del perfil en Instagram @lola.vendetta

Fuente: Social Blade

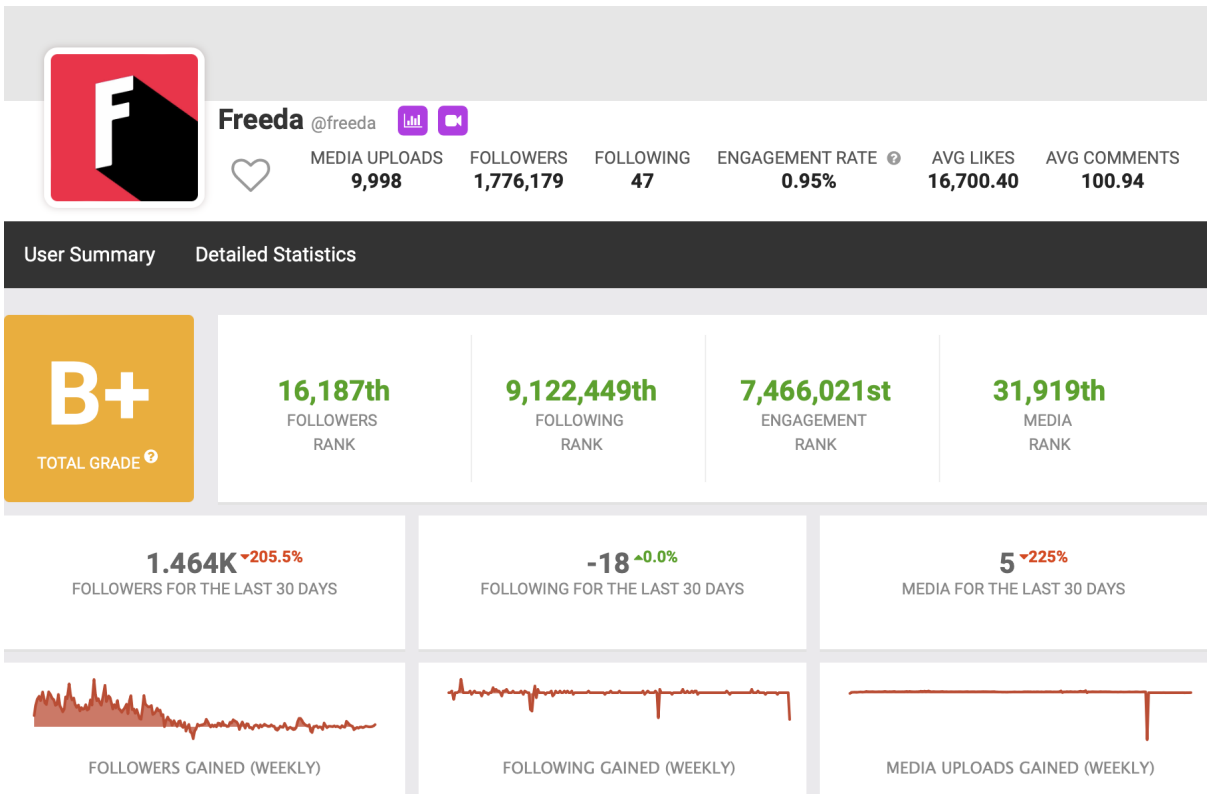


Figura 9. Análisis de métricas del perfil en Instagram @freeda

Fuente: Social Blade

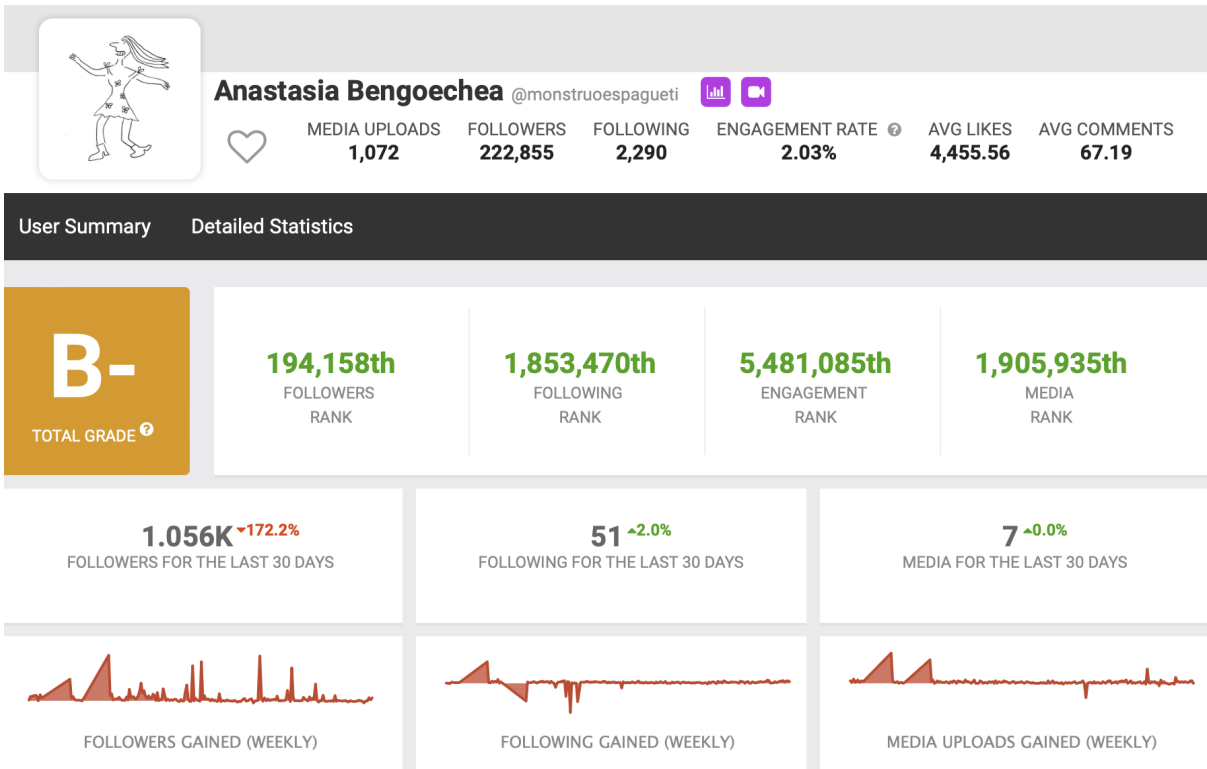


Figura 10. Análisis de métricas del perfil en Instagram @monstruoespagueti

Fuente: Social Blade

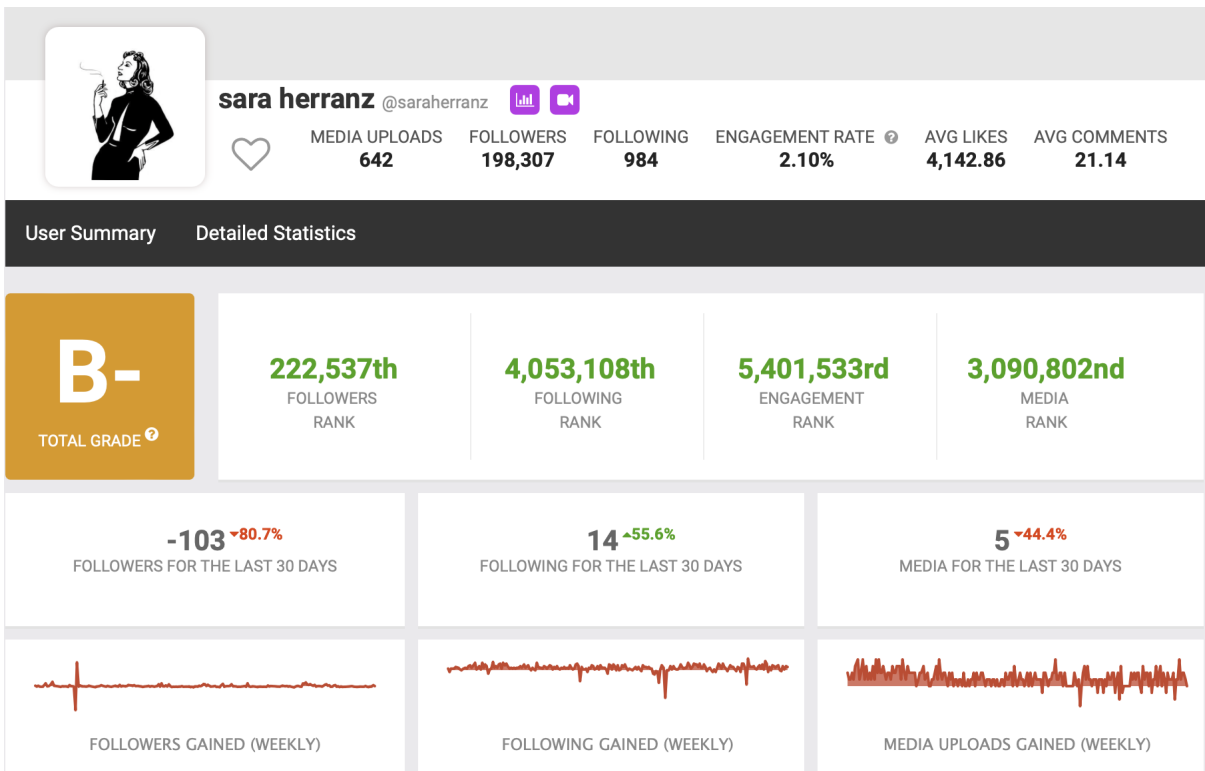


Figura 11. Análisis de métricas del perfil en Instagram @monstruoespagueti

Fuente: Social Blade

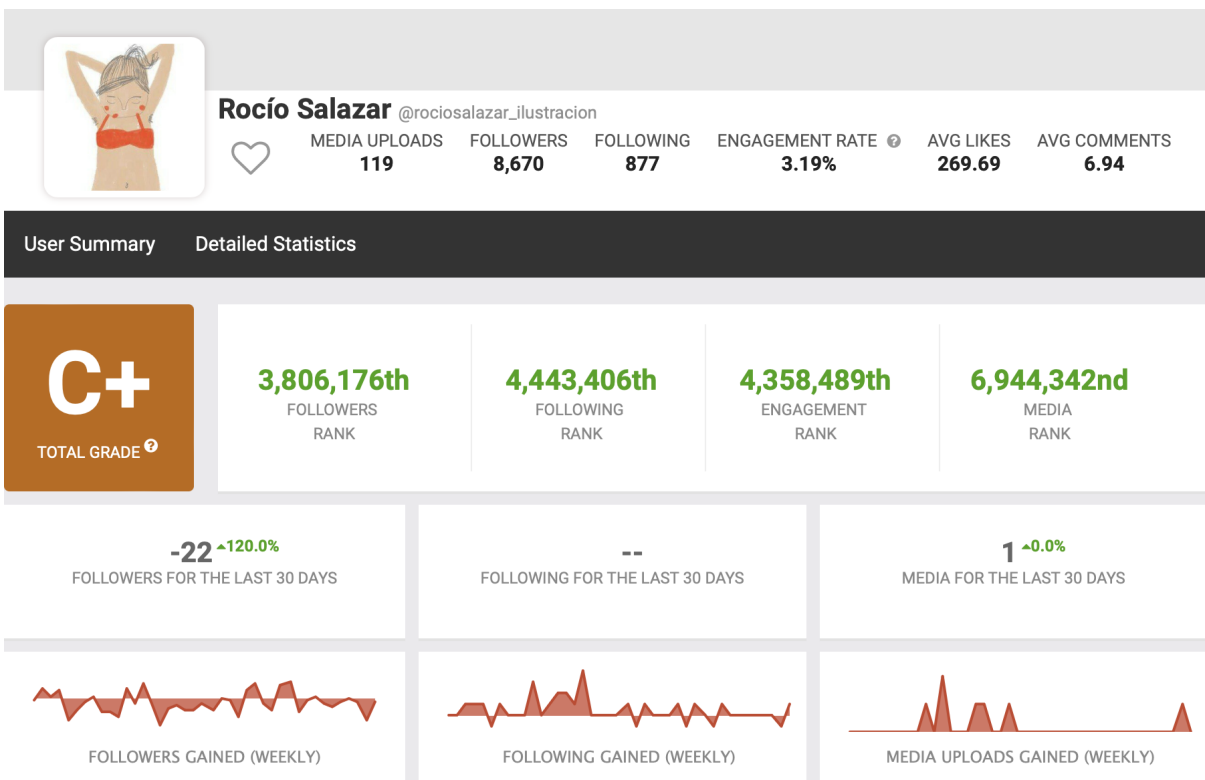


Figura 12. Análisis de métricas del perfil en Instagram @rociosalazar_illustracion

Fuente: Social Blade

4.2 Análisis

Adjunto nuevamente las métricas de de Flavita Banana, perfil de Instagram elegido para este trabajo

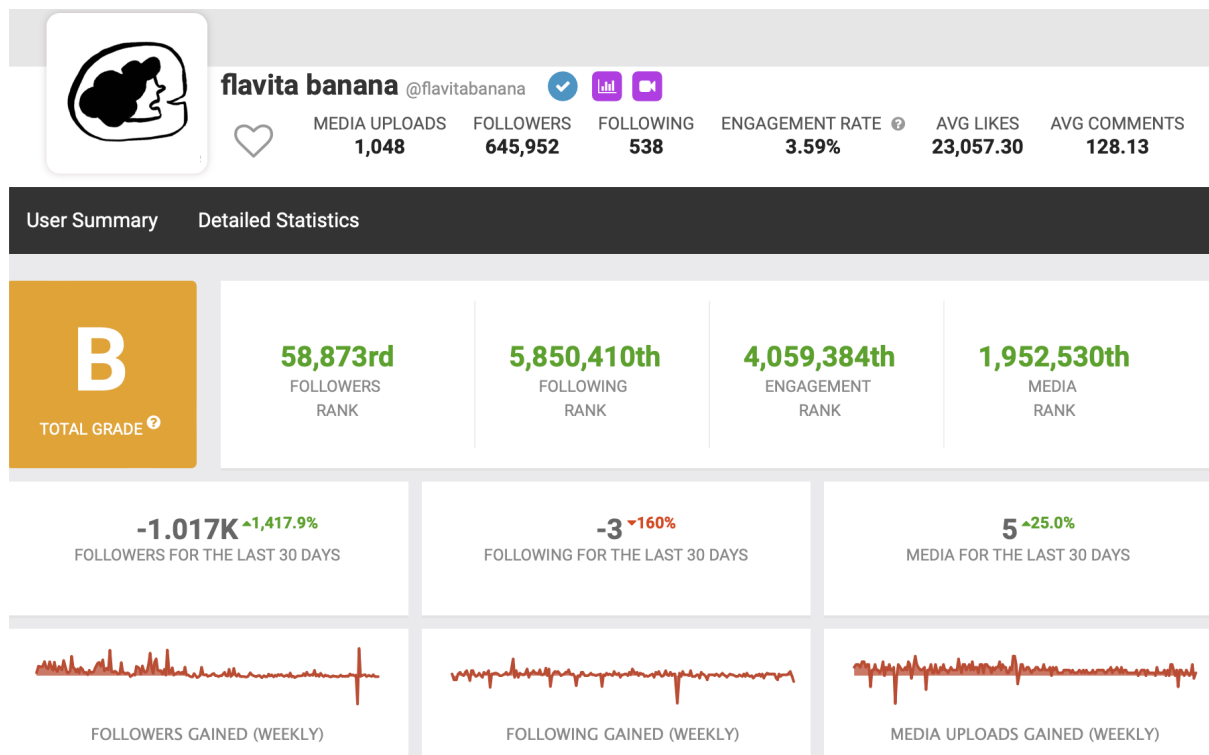


Figura 13. Análisis de métricas del perfil en Instagram @flavitabanana

Fuente: Social Blade

- *Media Uploads*: Número total de contenido que ha compartido la cuenta (1,048)
- *Followers*: Cantidad de seguidores que tiene el creador de contenido hasta la fecha (645,952)
- *Following*: Número de usuarios que sigue este creador de contenido (538)
- *Engagement Rate*: Interacciones que genera el creador de contenido con su audiencia (3,59%)
- *AVG Likes*: Promedio de likes en sus publicaciones (23,057,30)
- *AVG Comments*: Promedio de comentarios en cada publicación (128,13)

- Total Grade: Grado de influencia del creador de contenido

Teniendo en cuenta todos los parámetros mencionados, el perfil de Flavita Banana se caracteriza por tener un fuerte vínculo con sus *followers* debido al ratio de *engagement*, considerado el más alto, además de tener un promedio de "me gustas" y "comentarios" por publicación bastante elevado, lo que confirma el grado de influencia que genera en la audiencia.



Capturas de pantalla del perfil de @flavitabanana

Fuente: *Instagram*

Flavita utiliza un trazo firme, con fuerza. Esta característica la hace destacar, y su obra es fácilmente reconocible, además de por el tipo de contenido que publica.

Tiene la capacidad de transmitir una idea, un concepto o un pensamiento, en ocasiones, sin necesidad de acompañar la viñeta de texto, simplemente con el uso de la imagen.

Acostumbra a poner un pie de foto en el que hace un pequeño resumen, y pone en contexto al lector del significado de la viñeta, y lo que quiere transmitir con la misma.

La gran mayoría de los comentarios son positivos e incluso algunos de los usuarios comparten experiencias propias, lo que genera un debate entre ellos.

Otra característica a destacar de Flavita Banana, es la ausencia de *hashtags* en sus publicaciones, y es que normalmente son utilizados como medio para viralizar dicha publicación, pero en este caso, el contenido es suficiente para conseguir un gran alcance y llegar a remover al espectador.

5. Conclusiones

Hoy en día las redes sociales son una vía rápida y eficaz para visibilizar cualquier idea, concepto que tengas en la cabeza.

Considero que al movimiento feminista le es de gran ayuda, además de que la figura de *influencer* contribuye aún más a visibilizar ciertas actitudes, comportamientos o pensamientos machistas, que en la mayoría de ocasiones, deberían ser erradicados.

Me parece una oportunidad enorme que no sólo se utilice esta plataforma para hablar sobre moda o temas más banales, si no que se use como una vía para hablar lo que en muchas ocasiones se trata de temas tabú para la sociedad, como puede ser la regla, la violencia machista o incluso la política.

Este tipo de perfiles y mensajes como los analizados pueden tener el poder del arte en todas sus facetas para aflorar en nuestra conciencia sentimientos y pensamientos liberadores y transformadores. En el caso de Instagram, la imagen predomina sobre el texto, pero Flavita

Banana ha sabido combinar ambos lenguajes para transmitir sus ideas. Aunque aún queda un largo recorrido para terminar de asentar las bases del feminismo y conseguir todos los derechos que desde hace décadas venimos reivindicando, las redes sociales son y serán un medio para gritar a viva voz todo lo que llevamos dentro y que esta ``marea`` sea cada vez más grande.

Referencias bibliográficas

Aguirre, Valerías (2021) ¿Las ilustraciones feministas en Instagram renuevan la representación de la mujer? <https://www.amidi.org/ilustraciones-feministas/>

Amorós, Celia (1994) *Feminismo: Igualdad y diferencia*. UNAM

Bonavitta, P., De Garay Hernández, J., & Camacho Becerra, J. E. (2015). Mujeres, feminismos y redes sociales: acceso, censura y potencialización. *Question/Cuestión*, 1(48), 33–44. Recuperado a partir de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2740>

Ciberfeminismo en España: Discurso teórico y prácticas digitales Gago Gelado. R (2019) <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/110543>

Climent, Lorena (2021) Redes sociales, ¿Empoderadoras o desempoderadoras? http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/196128/TFM_2021_ClimentValero_Lorena.pdf?sequence=1

De Andrés, S.; Nos, E., y García-Matilla, Ag. (2017). La imagen transformadora: El poder de cambio social de una fotografía: la muerte de Aylan, *Comunicar*, 47, 29-37.

De Andrés, Collado y García-Lomas (2020). Brechas digitales de género. Una revisión de concepto. *Etic@net*, 20, vol I, 34-58.

del Río Casteñeda, L., & Benito Temprano, C. S. (2018). Flavita Banana: ilustración y microrrelato. *Microtextualidades. Revista Internacional De Microrrelato Y minificción*, (3), 41–55. <https://doi.org/10.31921/microtextualidades.n3a3>
<https://revistascientificas.uspceu.com/microtextualidades/article/view/114>

Feminismo, El. Olas del feminismo <https://elfeminismo.com/conceptos-del-feminismo/olas-del-feminismo/>

Fornés, Nora (2023). Flavita Banana, dibujante: “Tomo antidepresivos. Todavía hay gente que no ve esa relación entre humor y tristeza”. *El País. Cultura*, 06-01-2023
<https://elpais.com/cultura/2023-01-06/flavita-banana-dibujante-tomo-antidepresivos-todavia-hay-gente-que-no-ve-esa-relacion-entre-humor-y-tristeza.html>

Gas, Silvia (2019) p.p 147-151 ¿En qué contribuye el feminismo producido en las redes sociales a la agenda feminista?

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7145317>

Hernández Herrera M. (2019). La representación de la mujer en la viñeta española: construcción y participación femenina. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 869-882.

<https://doi.org/10.5209/esmp.64812>

Lamus, Doris (2020) La irrupción de una nueva ola feminista: ¿La cuarta ola?

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8313071>

Loria, Paz (2022) La necesidad de un feminismo digital

<https://agendapublica.elpais.com/noticia/17797/necesidad-feminismo-digital>

Madrid, Art (2020) Artivismo. La reivindicación desde el arte

<https://www.art-madrid.com/es/post/artivismo-la-reivindicacion-desde-el-arte>

Martinez, Noelia (2019) 15 cuentas de Instagram de empoderamiento femenino

<https://www.nobbot.com/cuentas-instagram-empoderamiento-femenino/>

Maeso, Noelia (2016) La construcción identitaria en la red, como lugar de residencia desde las prácticas artísticas ciberfemenistas y el activismo digital

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5788957>

Melanie Stewart Millar (1998). Citado en: HAWTHORNE, S. Y KLEIN, R.: "Cyberfeminism".

Spinifex Press, Melbourne, 1999 : pp. 3-4

http://ares.cnice.mec.es/genero/pensamiento/tx/text_rz3.html

Varela, Nuria (2019) Feminismo 4.0 La cuarta ola

Varela, Nuria (2005) Feminismo para principiantes

Paula, María (2018) La cuarta ola feminista (Una ola feminista recorre el mundo)

<https://malajunta.org/wp-content/uploads/2019/06/libro-mala-junta-web-final-2.pdf>

Peñaranda, Ida (2019) Ciberfeminismo: Sobre el uso de la tecnología para la acción política de las mujeres

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762019000200003&script=sci_arttext

Ponce, Isabel (2012) Monográfico: Redes Sociales

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?format=pdf>

Ruiz, José (2017) Millennials y redes sociales: Estrategias para una comunicación de marca efectiva

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6120205>

Rustarazo, Raúl (2020) 17 Ilustradoras feministas que te inspirarán hoy y todos los días

https://www.instyle.es/lifestyle/mujeres-ilustradoras-y-artistas-feministas-que-triunfan-instagram_47404