



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**El uso de las redes sociales como herramienta de
transformación social**

Presentado por Aitana Vázquez Alonso

Tutelado por Eva Navarro Martínez

Segovia, 10/07/2024

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	4
1.1. Introducción	4
1.2. Justificación	5
1.3. Objetivos.....	6
1.4. Metodología.....	7
CAPÍTULO 2. Marco Teórico	9
2.1. Movimientos sociales	9
2.1.1. Contexto histórico.....	11
2.1.2. Movimientos sociales en la actualidad.....	12
2.1.2.1. Feminismo.....	12
2.1.2.2. Colectivo LGTBIQ+.....	13
2.1.2.3. Cambio climático.....	15
2.1.2.4. Desigualdad racial.....	16
2.2. Nuevas formas de publicidad: Redes sociales e influencers	17
2.2.1. Nuevas formas de publicidad y comunicación: las redes sociales.....	18
2.2.2. La figura del influencer como referente en la actualidad.....	19
CAPÍTULO 3 Las redes sociales como medio de transformación social	22
3.1. Movimientos Sociales Virales.....	23
3.1.1 Black Lives Matter (BLM).....	23
3.1.2 Me too.....	25
3.1.3 Ni Una Menos.....	28
3.1.4 Fridays For Future (FFF).....	30
3.2. Caso real: Creadores de contenido que utilizan ‘instagram’. como medio de transformación social.....	33
3.2.1 Greta Thunberg (@Gretathunberg)	33
3.2.2 Xiuhtezcatl Roske-Martínez (@xiutezcatl)	36
3.2.3 Rachel Cargle (@Rachel.cargle)	38
CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES	43

BIBLIOGRAFÍA45

CAPÍTULO 1

1.1. INTRODUCCIÓN

En la era digital contemporánea, las redes sociales se han convertido en herramientas poderosas para la transformación social. Su capacidad para conectar a millones de personas en tiempo real, cruzando fronteras geográficas y culturales, ha permitido que diversas causas y movimientos sociales ganen una visibilidad sin precedentes. Este fenómeno no es un desarrollo aislado; tiene profundas raíces históricas y se basa en un marco teórico que explica su eficacia y alcance.

La justificación de este trabajo de fin de grado (TFG) se basa en el marco de un espacio de comunicación contemporáneo. He decidido abordar de forma progresiva, desde una visión general, los diferentes aspectos que conciernen a los movimientos sociales sin entrar en detalles. Posteriormente, analizo el contexto histórico para tener una perspectiva inicial del desarrollo de los movimientos sociales desde la antigüedad hasta los momentos más determinantes en los siglos XIX y XX.

Una vez considerado el desarrollo histórico, me centraré en el movimiento social como un aspecto determinante en la evolución de la sociedad contemporánea que nos toca vivir. El presente TFG se centrará concretamente en cuatro vertientes especialmente sensibles a las actitudes discriminatorias en el marco de una sociedad que transita de formas clásicas a una más moderna e igualitaria.

El feminismo y la equiparación entre hombres y mujeres en todos los aspectos aumentará su perspectiva teniendo en cuenta la atención que estos movimientos sociales deben prestar a los colectivos que expresan la identidad social y sexual de los individuos, en el marco de los colectivos LGTBIQ+. Estos movimientos sociales reflejan una sociedad civil comprometida y democrática.

Por otro lado, se analizarán estos movimientos atendiendo a dos fenómenos inevitables desde el punto de vista del activismo social: el cambio climático y la desigualdad racial.

Estos dos fenómenos, junto con el feminismo y los derechos LGTBIQ+, marcan el corolario del activismo y su expresión en redes sociales.

El trabajo de investigación se dividirá en dos puntos de vista: el de los movimientos sociales cuya trayectoria se conoce mejor y que marcan incluso las agendas políticas de los gobiernos, especialmente de los países más desarrollados; y el de las celebrities digitales, concretamente las presentes en la plataforma Instagram, que, desde una actitud personal de compromiso y solidaridad, son seguidas por cientos de miles de personas. Estas celebridades digitales se convierten en referentes para sus seguidores, promoviendo su propio compromiso solidario frente a los diferentes fenómenos discriminatorios.

La introducción a este trabajo la concluyo planteando la siguiente pregunta: ¿son las redes sociales, especialmente Instagram, una herramienta efectiva a la hora de dar voz a las problemáticas sociales actuales? Iremos resolviendo esta pregunta a lo largo del trabajo y finalmente en la conclusión del mismo.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La motivación que me ha llevado a desarrollar esta temática es, por un lado, la curiosidad acerca del funcionamiento de lo viral y la influencia de los creadores de contenido en las nuevas generaciones, de la convicción de que el presente y futuro de la publicidad y de la comunicación se encuentran en las redes sociales y en los medios online. A pesar de que aún existe mucho escepticismo en todo lo que rodea el ámbito de las redes sociales, es absurdo negar el alcance que poseen, solo hay que observar la facilidad con la que un video o una canción se hace viral en una plataforma como Tik-Tok. Para entender esto usamos como ejemplo el caso de una artista como Rosalía, que cuenta con 32,5 millones de seguidores en esta red social, y que cada vez que publica un vídeo consigue que en menos de 24 horas millones de personas lo hayan visto. Teniendo en cuenta esto, es inevitable pensar que el impacto de lo viral se puede extrapolar también a un uso más divulgativo, de manera que los movimientos sociales y el activismo consigan tener tanto interés entre los jóvenes como la última canción de Bad Bunny.

Por otro lado, he elegido analizar el uso de las redes sociales desde la perspectiva de la comunicación social porque al plantearme desde donde abarcar una investigación sobre las redes sociales quería explorar algo diferente a lo que normalmente se nos viene a la cabeza cuando cavilamos sobre este tema. Por lo común se suele pensar en marcas y en ‘influencers’, en modas, en ‘likes’, en cantidad de seguidores, etc., es decir, en la superficialidad y la parte más frívola de este medio. Sin embargo, las redes sociales tienen muchos más usos que pueden llegar a ser muy interesantes si se utilizan juiciosamente, y sobre este plano es donde he decidido profundizar a lo largo de este escrito. Gracias a asignaturas de la carrera de publicidad como Teoría Crítica de la Cultura o Públicos y Usuarios he sido consciente de que los medios de comunicación y la publicidad están tan integrados en los cambios sociales como lo están en la incitación al consumo, lo cual me parece curioso y bastante significativo, por ello he querido indagar sobre esto en este trabajo de fin de grado.

1.3. OBJETIVOS

En el presente trabajo mi intención es hacer una investigación a propósito de la relación entre las redes sociales y los movimientos sociales actuales, principalmente en la red social Instagram y en el contexto de España. Los detallados a continuación son los objetivos específicos que busco alcanzar con esta investigación:

- Entender el concepto de “movimiento social” y cuál es el contexto histórico de los que suceden en la actualidad.
- Profundizar sobre el valor que tienen las redes sociales como herramienta de comunicación y hacer una breve aproximación acerca de cuál es el alcance de los influencers en este contexto.
- Relacionar los movimientos sociales más relevantes en la sociedad actual con su difusión a través de la red social ‘Instagram’.

- Ejemplificar el punto anterior a través de casos reales de comunicadores que usan su condición de influencers para divulgar y hacer activismo en torno a los movimientos sociales expuestos

1.4. METODOLOGÍA

La metodología de este TFG se desarrolla desde una perspectiva bibliográfica sobre los movimientos sociales contemporáneos. Se ha intentado mantener el rigor y cierta sistematización, garantizando una revisión amplia y crítica de la literatura existente en relación con el uso de las redes sociales para alcanzar los objetivos de los movimientos de reivindicación social.

Se ha procurado realizar una búsqueda y selección cuidadosa de fuentes, un análisis crítico y una síntesis de la información, adaptándonos al formato limitado en extensión de un TFG estándar. Este enfoque permite obtener una comprensión relativamente profunda y matizada de los movimientos sociales, su evolución, impacto y relevancia en la sociedad contemporánea.

Desde una visión general y definitoria de los movimientos sociales, se ha progresado hacia una visión más detallada. Se ha intentado emular un acercamiento científico, yendo de lo general a lo particular. Desde los conceptos más amplios, nos hemos acercado al tema central del TFG, analizando diferentes movimientos sociales y profundizando en el trabajo de algunos de los influencers más relevantes en la plataforma Instagram, implicados en estos movimientos de transformación social.

La elección de fuentes ha sido algo más flexible que en una revisión sistemática, ya que no se ha seguido una metodología rígida para la inclusión o exclusión de artículos. Esta elección se ha basado en el criterio personal, confiando en el aporte de cada elemento bibliográfico al conjunto global de la revisión.

Es importante mencionar que una parte relevante de la información referente a movimientos sociales concretos e influencers se ha obtenido tras una navegación exhaustiva en la prensa digital y en la plataforma de Instagram. La selección de los

creadores de contenido ha venido dada tras concretar los movimientos sociales que iba a investigar, eligiendo varios que tuviesen una labor y una actividad en las redes concreta y relacionada con alguno de los temas que se desarrollan en los primeros puntos del trabajo. Son muchas personas las que difunden contenido relacionado con el activismo en Instagram, por lo que finalmente también he delimitado la búsqueda a partir de una cuestión de afinidad personal.

Por otro lado, la selección de los movimientos sociales desarrollados surge de una investigación acerca de cuales han sido los más mencionados en redes durante los últimos años, es decir, cuáles han tenido mayor viralidad.

Por último, en las conclusiones, se explican las implicaciones de los resultados obtenidos sobre la relevancia de las redes sociales para los movimientos sociales y de transformación social. Además, se discuten los límites y posibles limitaciones del estudio, y se hacen recomendaciones para futuras investigaciones en este campo, considerando la capacidad de las redes sociales para transformar la sociedad frente a los retos del siglo XXI.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Movimientos Sociales

Para poder entender el papel que pueden tomar las redes sociales como herramienta de comunicación en los movimientos sociales, es imprescindible entender antes qué son los movimientos sociales, de dónde provienen y cuáles son aquellos que actualmente más repercuten en la sociedad. Un movimiento social es una acción colectiva, es decir, que requiere de un conjunto de personas que compartan una misma motivación, motivación que debe requerir de una intención de cambio en algún ámbito político o social. Es necesario que para que exista un movimiento social haya un sistema de creencias que lo formen, un marco colectivo en el que las personas que se incluyen en este movimiento se vean identificadas, el cual tiene que estar asociado a un sentimiento de injusticia que recae (generalmente) sobre un colectivo en particular. Finalmente, el rasgo esencial que tendrá un movimiento social es la firme convicción de que a través de esta acción se puede llegar a combatir dicha injusticia (Grau e Ibarra, 2000). Aun delimitando a estos aspectos el concepto de movimiento social, es un término que cuesta mucho definir y que no ha llegado a ser delimitado, sin embargo, existen varios puntos en los que convergen diferentes autores (Santamarina, 2008):

1. Los movimientos sociales se originan a partir de la identificación de una problemática o una injusticia percibida en la sociedad. Puede tratarse de desigualdades estructurales, discriminación, abusos de poder, violaciones de derechos, etc.
2. Los miembros del movimiento comparten una conciencia colectiva sobre la problemática y reconocen la necesidad de actuar para abordarla. Se genera un sentimiento de solidaridad y pertenencia a un grupo que comparte los mismos valores y objetivos.
3. Los movimientos sociales requieren una organización para llevar adelante sus acciones. Pueden formarse grupos, asociaciones, coaliciones o redes que se encarguen de la planificación, coordinación y ejecución de actividades como

manifestaciones, protestas, campañas de sensibilización, boicots, entre otras formas de movilización.

4. Los movimientos sociales buscan captar la atención y generar conciencia en la sociedad sobre la problemática que enfrentan. Utilizan diversas estrategias para hacerse visibles, como marchas, concentraciones, ocupaciones simbólicas de espacios públicos, difusión en medios de comunicación y el uso de las redes sociales.
5. Los movimientos sociales suelen luchar por la protección o ampliación de derechos, ya sean civiles, políticos, económicos, sociales o culturales. Buscan generar cambios en las políticas públicas, la legislación o las prácticas sociales que contribuyan a superar la injusticia o la desigualdad que los motiva.
6. Los movimientos sociales a menudo se basan en la participación ciudadana y se nutren de la diversidad de voces y experiencias de quienes los conforman. Pueden surgir desde la base de la sociedad, dando voz a aquellos que históricamente han sido marginados o excluidos.

Es importante tener en cuenta que los movimientos sociales pueden tener diferentes estrategias y enfoques, y pueden adoptar formas pacíficas o confrontacionales, dependiendo de la situación y los objetivos perseguidos, en este TFG se ahondará en las formas “noviolentas¹”. Además, la historia ha demostrado que los movimientos sociales pueden tener un impacto significativo en la sociedad, impulsando cambios y transformaciones importantes.

¹Jesús Castañar Pérez explica en su libro ‘Teoría e historia de la revolución noviolenta’ este concepto. El autor (2013) indica que no solo significa la negación de la violencia, definición que le atribuye su etimología, si no que “es una forma de acción política con una dinámica propia”

2.1.1. Contexto histórico

De igual forma que existen muchas dificultades a la hora acotar el término de movimiento social, también lo es contextualizar su historia y sus raíces debido a los múltiples estudios que existen sobre el término. (J. Castañar, 2013) sugiere que las primeras apariciones de la acción pacífica fue en la Edad Antigua, más concretamente en el Antiguo Egipto, donde trabajadores y artesanos realizaron huelgas y sentadas durante el reinado de Ramsés III por retrasos al recibir sus sueldos. A lo largo de la historia ha habido más ejemplo como el citado, pero no es hasta el siglo XIX “que se elaboraron los primeros planteamientos que tenían en cuenta las dinámicas de la propia acción” (Castañar, 2013, p. 38). Es decir, empezaron a realizarse movimientos basados en unos principios y con una dinámica más organizada. Algunos autores ligan estos primeros estudios con el movimiento obrero y la filosofía marxista, que se basaba en la movilización ante la explotación a los trabajadores por parte del sistema capitalista.

También en el siglo XIX comenzaron movimientos sociales de gran importancia como el de las *suffragettes* o el movimiento antiesclavista estadounidense, movimientos que han contribuido al desarrollo de la lucha feminista y a la lucha por los derechos de las personas racializadas. En el Siglo XX estos movimientos continuaron evolucionando hasta los años 60, época en la que los movimientos estudiantiles y pacifistas contra la guerra de Vietnam y a favor de los derechos de las personas homosexuales tomaron mucha relevancia. En los 70 los movimientos sociales se diversificaron aún más. Aparecieron movimientos en defensa del medio ambiente y la ecología, derivado de un aumento de la conciencia social sobre esta problemática. Asociaciones como Greenpeace surgieron en esta época con el objetivo de enfrentarse a las centrales nucleares y otros problemas medioambientales. También los movimientos por los derechos humanos y la justicia social continuaron desarrollándose en diferentes partes del mundo. Se fortalecieron los movimientos feministas y se enfatizó en la igualdad de género. (Della Porta y Diani, 2006).

A finales del siglo XX, la presencia de los movimientos sociales disminuyó ligeramente si la comparamos con el resto de sucesos acaecidos durante esa época. Sin embargo, los

movimientos sociales continuaron luchando por los derechos de las minorías, los derechos laborales y la justicia global (Della Porta y Diani, 2006).

La historia de los movimientos sociales nos enseña que el cambio social es posible cuando las personas se unen en torno a una causa común y se comprometen con la acción colectiva. Los movimientos sociales son un recordatorio poderoso de la capacidad de las personas para resistir, organizarse y luchar por un mundo más justo y equitativo(Calle,2007).

2.1.2. Movimientos sociales en la actualidad

Los movimientos sociales continúan desempeñando un papel significativo en la actualidad y siguen siendo una forma de expresión y acción colectiva para abordar diversas problemáticas sociales. En los siguientes apartados resumo algunos de los movimientos sociales más relevantes y con más recorrido de los últimos tiempos, los cuales más adelante calificaré como “virales²”.

2.1.2.1. Feminismo

Desde tiempos de la Ilustración comenzó a florecer el movimiento feminista, el cual, resumidamente, se plantea como la búsqueda por la igualdad en derechos y libertades entre hombres y mujeres. El momento histórico que marcó el auge del feminismo fue el movimiento sufragista, y gracias a todo lo que consiguieron las activistas implicadas, hoy en día el feminismo se comprende como una parte muy relevante de la sociedad que genera debate y repercusión a diario. Si bien esta primera ola del feminismo fue el camino que rompió con los roles de género más arraigados y tradicionales y consiguió que las mujeres fuesen capaces de acceder a aquellos lugares que se le habían negado durante siglos, como por ejemplo a las urnas, en cada etapa la perspectiva y las cuestiones a abordar han ido cambiando, siendo todas muy amplias y complejas (Valcarcel, 2018).

²“Viral: adj. Dicho de un mensaje o de un contenido: Que se difunde con gran rapidez en las redes sociales a través de internet.” (Real Academia Española, 2023).

Ahora, en estas primeras décadas del siglo XXI, vivimos lo que se denomina la cuarta ola del feminismo. El inicio de esta etapa se ubica alrededor de 2010, momento en el que alrededor de todo el globo las feministas comenzaron a tomar calles y plazas para protestar y reivindicar la igualdad. Durante estos años sucedieron varias movilizaciones muy relevantes como la Primavera Árabe, el 15M o el movimiento Occupy Wall Street que dieron impulso y visibilidad al feminismo, pero el momento más notorio fueron las manifestaciones del 8M de 2018, las más masivas y globales hasta la fecha. Durante estos años se ha viralizado gracias a las redes sociales y a reivindicaciones como el ‘*Me too*’ o el ‘No es no’, y ha conseguido llegar a las generaciones más jóvenes. El feminismo liberal de la primera ola ha pasado a ser ahora un feminismo mucho más integral e interseccional, en el que los derechos de las mujeres racializadas, transexuales, con rentas bajas o mujeres en situación de prostitución (entre otros colectivos) son parte del discurso y sus libertades y derechos son el objetivo del movimiento (Varela, 2020).

2.1.2.2. Colectivo LGTBIQ+

El acrónimo LGTBQ+ representa un movimiento que incluye varios colectivos: lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, queer, intesexuales, etc. Todos estos están agrupados bajo este movimiento y buscan la igualdad de derechos, la lucha contra la discriminación y la promoción de la aceptación y el respeto hacia todas las orientaciones sexuales e identidades de género.

La movilización de este colectivo comenzó en Alemania en 1899 con la primera organización que apelaba por los derechos de los homosexuales, sin embargo, con la aparición del nazismo en la década de 1930 se produjo una represión muy grave de este colectivo. Más adelante, en 1969, se produjo un acontecimiento que marcó un punto de inflexión, los llamados ‘Disturbios de Stonewall’, cuando un grupo de policías de la ciudad de Nueva York entró al bar *Stonewall*, donde se solían reunir personas de LGBT, con la intención de echar a todos aquellos cuya vestimenta no fuese la tradicional de su género. En respuesta muchas de las personas que se encontraban en ese bar comenzaron una manifestación *in situ* que terminó con multitud de disturbios por el descontento general por las acciones policiales. En la Figura 1 vemos a la activista transgénero Marsha P Johnson, la cual se encontraba ese día en el *Stonewall* y fue una de las líderes de las

movilizaciones, posando junto a una amiga una de las manifestaciones que se convocaron. Este día generó un movimiento global y durante los años siguientes se generaron movilizaciones y asambleas que consiguieron la visibilización del colectivo, y con esto, la adquisición de derechos que antes no tenían. Este día se considera el inicio del Orgullo LGBT (Mejía y Almanza, 2010).



Figura 1. Marsha P. Johnson junto a una amiga. Fuente <https://www.bbc.com/culture/article/20190625-stonewall-riots-the-beacon-for-people-around-the-world>

La historia de este colectivo es muy extensa y está llena de fechas destacables y acciones que marcaron la lucha, como por ejemplo el impacto del VIH durante los años 70, que afectó de manera especialmente intensa en esta comunidad y también derivó en protestas y una mayor notoriedad.

Si bien durante el siglo XX el protagonismo del colectivo lo tenían las personas homosexuales, y fueron ellas quienes más libertades lograron (Mejía y Almanza, 2010), en los últimos años ha habido un enfoque creciente en la lucha por los derechos y la visibilidad de las personas transgénero. Se ha trabajado para el reconocimiento legal de la identidad de género auto percibida, el acceso a la atención médica transgénero y la lucha contra la discriminación y la violencia hacia las personas transgénero (Cedeño, 2021). Varias activistas transgénero, como por ejemplo “La Jedet” o Samantha Hudson, se han popularizado a través del uso de redes sociales como Instagram o Tik-Tok, logrando visibilizar sus circunstancias y sus vidas para conseguir que la sociedad normalice y acepte sus identidades (Amigo-Ventureira, 2019).

2.1.2.3. Cambio climático

El cambio climático según la Real Academia Española (2023) es el “cambio previsible en el clima terrestre provocado por la acción humana que da lugar al efecto invernadero y al calentamiento global”. Este es un tema que viene generando debate desde que la comunidad científica señaló por primera vez en los años 80 que la causa de esta problemática era antropogénica. A partir de ese momento y de la creación del IPCC³ en 1988 aumentó la información disponible sobre las causas y consecuencias del cambio climático, por lo que se generó una mayor concienciación y a la vez, una mayor polémica por parte de aquellos cuyos intereses iban en contra de las actuaciones para bajar los niveles de CO₂ de la atmósfera, etc. (Compagnucci, 2011). En consecuencia, organizaciones como Greenpeace y Friends of the Earth llevaron a cabo campañas para concienciar sobre el cambio climático y la necesidad de tomar medidas.

El cambio climático ha sido siempre un asunto internacional, y por ello ha sido un tema acatado por organizaciones como las Naciones Unidas. El activismo internacional juega un papel muy importante en la implantación de protocolos y medidas para combatir esta problemática, un ejemplo de ello es la creación del Protocolo de Kyoto en 1997. Cuando se propuso este protocolo había muchos opositores que declaraban que no existía suficiente evidencia científica como para implantar las medidas que se proponían, pero gracias a la presión de diferentes organizaciones y de los propios ciudadanos finalmente fue firmado por 186 países. (Monzonís, 2005).

Desde entonces, multitud de de movilizaciones y manifestaciones se han sucedido para reclamar acciones más intensas y más efectivas. Cada pocos años se celebra una Cumbre Climática (COP) para ir actualizando las medidas contra el cambio climático, y todos los años se efectúan marchas por el clima en las que ciudadanos de todo el mundo inundan las calles con el objetivo de dar visibilidad a la lucha y desafiar a gobiernos y corporaciones. Una de las movilizaciones más importantes de los últimos años fue el movimiento estudiantil denominado *Fridays for Future* impulsado por la joven activista Greta Thunberg en 2018, que llevó a miles de jóvenes a la huelga y la movilización pacífica cada viernes durante meses reclamando medidas concretas, pues consideraban

³IPCC: Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático

que por muchos acuerdos que se hubiesen firmado, no se había logrado ningún cambio real (De Armenteras, 2021).

El activismo contra el cambio climático continúa evolucionando y adaptándose a medida que la crisis se intensifica. Los movimientos y las voces de los activistas son fundamentales para presionar a los líderes y las instituciones a tomar medidas audaces y efectivas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, promover energías renovables y fomentar prácticas sostenibles.

2.1.2.4. Movimiento contra la desigualdad racial

Tal y como multitud de científicos han afirmado, no existen diferentes razas entre los seres humanos, a nivel biológico no hay más que ciertas diferencias genéticas que no son suficiente como para declarar que existan razas, sin embargo, desde hace muchos años ha habido grupos de personas que se comportan como si aquellas realmente existiesen, llegando a jerarquizar a las personas en categorías superiores e inferiores, conformando lo que conocemos como "racismo" (Gall, 2005).

El concepto de racismo en si mismo existe desde que en tiempos de la Ilustración se declarasen los valores de la igualdad de todos ante la ley, pues es en este momento cuando las desigualdades se manifiestan como algo material y se plasman de manera orgánica, porque, aunque hayan existido desde siempre, antes de que se fraguasen esos valores las desigualdades eran algo natural que no planteaban ninguna discordancia, era algo que simplemente ocurría. (Krotz, 1994).

Uno de los elementos más históricamente relevantes que trajo consigo el racismo fue la esclavitud, que lleva en la historia desde mucho antes de que se considerase el término de racismo. Para hablar de esclavitud podemos retroceder hasta civilizaciones como la del Antiguo Egipto o adelantarnos un poco más hasta la época del colonialismo. Esta demostración de racismo trajo consigo el abolicionismo, es decir, un movimiento que se oponía a estas prácticas, una de las primeras luchas que pretendían plantar a cara a las desigualdades raciales. Tanto la esclavitud como los intentos de abolirla se desarrollaron

durante varios siglos, y en el caso de España, hasta fechas tan tardías como finales del siglo XIX (Sabater, 2020).

Otro ejemplo de racismo histórico fue el antisemitismo que se dio en Europa, principalmente en Alemania, desde finales también del siglo XIX, que llevó al exterminio de millones de personas, un odio que llegó a extrapolarse no solo a judíos, si no también a gitanos, personas LGBT, personas afrodescendientes, etc., es decir, a cualquier persona diferente a lo que se consideraba la “raza aria” (Geulen, 2007).

Todos los racismos que se han ido dando a lo largo de la historia ha conllevado movimientos que se oponían ante estas desigualdades. Uno de los más sonados fue el movimiento por los derechos civiles que sucedió a lo largo del siglo XX principalmente en Estados Unidos. Este movimiento logró muchos avances en derechos para las personas negras, que hasta entonces eran considerados personas de segunda. Fue posible gracias a personalidades como Rosa Parks, una mujer negra que en 1955 se negó a ceder su asiento a un hombre blanco en un autobús público de Alabama y por lo cual fue arrestada, lo que es considerado por muchos el momento que comenzó el movimiento por los derechos civiles (Figura 2). Sin embargo el mayor protagonista de esta lucha fue Martin Luther King, él lideró el boicot al transporte público que derivó de la acción de Rosa Parks, y durante la década siguiente lideró la protesta no violenta que trajo consigo un gran avance en los derechos humanos y civiles en EE.UU., y una enorme influencia a nivel mundial (Aguilar, 2007).

2.2 Nuevas formas de publicidad: Redes sociales e influencers

La proliferación de las redes sociales ha tenido un impacto incuestionable en la publicidad, no solo creando nuevas formas de llevarla a cabo, sino transformando su propia concepción. Las redes sociales han evidenciado que en lo relativo al consumo, es indispensable conectar con el espectador, ofreciéndole una cercanía que la televisión difícilmente puede transmitir. Los influencers han logrado, mostrando a través de sus teléfonos móviles realidades que son tan diversas como cotidianas, un efecto de identificación del público con la vida de estos, y por tanto con sus necesidades, gustos e indudablemente, con sus hábitos de consumo.

2.2.1. Nuevas formas de publicidad y comunicación: las redes sociales

La publicidad está siendo especialmente exitosa en redes sociales debido a diversos factores que son imprescindibles para una conexión eficaz con el público.

En primer lugar, el uso diario y constante de las redes. Las redes sociales son frecuentemente las aplicaciones más utilizadas en los teléfonos de las personas. A través de las mismas hablamos e interactuamos con nuestros conocidos, nos informamos, y nos evadimos. Encontramos en ellas numerosas funcionalidades que nos hacen acudir con frecuencia a descubrir las novedades que nos ofrecen, esto facilita la visibilidad de las marcas dado que sus anuncios tendrán altas probabilidades de aparecer en las pantallas de los teléfonos de todas las personas que utilizan redes sociales (Hütt, 2012).

En segundo lugar, es especialmente favorecedor para el éxito de las acciones publicitarias, la avanzada segmentación (Checa, 2020) que ofrecen las redes sociales. Es muy sencillo así dirigirte al público objetivo de tu producto, consiguiendo con una menor inversión, una repercusión mucho mayor que la que se lograría por ejemplo en un anuncio de televisión que puede ser visto por más personas, pero con un interés mucho menor por el producto.

Además, y como ya hemos mencionado en la introducción de este apartado, el vínculo generado entre los influencers y los espectadores se nutre de contenido cotidiano y costumbrista, que favorece notablemente la credibilidad y confianza tanto del anunciante, como del producto.

Y, por último, y en relación con la credibilidad y la confianza, las numerosas opciones y posibilidades que tienen los influencers para generar contenido orgánico e introducir los productos como parte de sus rutinas y necesidades diarias hacen que este tipo de publicidad sea mucho más tolerado por el público (Roldán, 2021).

Existen además diversas formas de publicidad en redes sociales, pudiendo llevarlas a cabo directamente la propia marca tanto en sus perfiles creando contenido relativo a los productos que pretende publicitar, como mediante anuncios emergentes que

aparecen al iniciar o durante el uso. Destaca por otra parte la contratación de influencers para la creación de contenido en el que pueden promocionarse de un modo más natural cuestiones como la historia del producto, su evolución, o los valores de la marca que pretende darse a conocer.

2.2.2. La figura del influencer como referente en la actualidad

En este apartado del presente TFG examino la figura del influencer como referente de la actualidad explorando su evolución, influencia y las implicaciones sociales y económicas de su creciente protagonismo en prácticamente todos los ámbitos que afectan sociológicamente a la sociedad contemporánea.

El concepto de influencer no es nuevo (San José, 2022); figuras influyentes han existido a lo largo de la historia en diversas formas, desde líderes religiosos hasta celebridades del cine y la música. Sin embargo, la proliferación de las redes sociales ha transformado radicalmente esta dinámica. Plataformas como Instagram, YouTube y TikTok permiten a cualquier persona con acceso a Internet convertirse en un influencer, siempre que puedan atraer y mantener una audiencia significativa.

El término "influencer" comenzó a ganar popularidad a principios de la década de 2010, coincidiendo con el auge de las redes sociales. Los influencers son "mediadores culturales que articulan estilos de vida digitales, fomentan comunidades en línea y monetizan sus seguidores" (Abidin, 2016). A diferencia de las celebridades tradicionales, los influencers suelen ser percibidos como más accesibles y auténticos, lo que refuerza su capacidad para conectar con sus audiencias a nivel personal.

Los influencers desempeñan un papel crucial en la configuración de las percepciones y comportamientos de sus seguidores. Se ha llegado a la conclusión de que los consumidores confían en las recomendaciones de los influencers tanto como, o incluso más que, en las de sus amigos y familiares (Djafarova, 2017). Esta confianza se debe en gran medida a la autenticidad percibida y la relación parasocial que los seguidores desarrollan con los influencers, quienes comparten aspectos de su vida personal y profesional de manera regular y abierta.

En el ámbito de la moda, los influencers han revolucionado la industria. Las marcas colaboran con ellos para llegar a audiencias específicas y generar un mayor engagement que con las formas tradicionales de publicidad. La investigación de Jin y Phua (2014) señala que las colaboraciones entre marcas e influencers aumentan la intención de compra y mejoran la percepción de la marca entre los consumidores.

El impacto económico de los influencers es significativo y creciente. Según un informe de Business Insider (2021), el mercado de marketing de influencers se valoró en 13.8 mil millones de dólares en 2021, y se espera que continúe creciendo en los próximos años. Las marcas invierten enormes sumas en campañas con influencers debido a su capacidad para alcanzar nichos de mercado específicos y generar contenidos virales que resuenan con sus audiencias.

Los influencers monetizan su presencia en línea a través de una variedad de métodos, incluyendo patrocinios, marketing de afiliación, ventas de productos y servicios propios, y más. De acuerdo con un estudio de Mediakix (2019), el 80% de los encuestados en el sector del marketing de influencers considera que el marketing de influencers es efectivo, destacando la importancia de estas figuras en las estrategias de marketing digital.

A pesar de sus beneficios, la figura del influencer también enfrenta críticas y desafíos. Uno de los principales problemas es la autenticidad. La monetización de las recomendaciones puede llevar a conflictos de interés, donde los influencers promuevan productos no porque los usen o crean en ellos, sino porque reciben una compensación financiera. Esto puede erosionar la confianza de los seguidores si sienten que están siendo manipulados para consumir.

Además, el fenómeno de los influencers plantea cuestiones sobre la presión y el bienestar mental. La necesidad constante de crear contenido atractivo y mantener la relevancia puede llevar al agotamiento y problemas de salud mental. Un estudio de Chae (2018) sugiere que los influencers a menudo enfrentan altos niveles de estrés y ansiedad debido a las expectativas incesantes de sus audiencias y la naturaleza.

HOW EFFECTIVE IS INFLUENCER MARKETING?

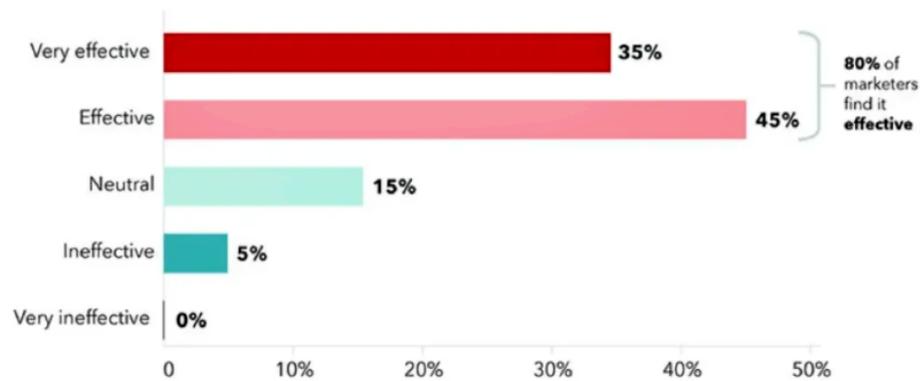


Figura 2: Efectividad del marketing de influencers. Recuperado de Mediakix. Influencer forum.
<https://theinfluencerforum.com/influencer-marketing-on-social-media/>

En conclusión, la figura del influencer ha emergido como un referente crucial en la actualidad, modelando comportamientos, tendencias y opiniones en una variedad de campos. Su capacidad para conectar con audiencias de manera auténtica y personal ha revolucionado el marketing y la comunicación, proporcionando a las marcas nuevas formas de llegar a sus consumidores. Sin embargo, también es importante reconocer y abordar los desafíos asociados con esta nueva forma de influencia, incluyendo cuestiones de autenticidad y bienestar mental. A medida que el panorama digital continúa evolucionando, los influencers seguirán desempeñando un papel central en la configuración de la cultura y la economía globales.

CAPÍTULO 3. LAS REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL

En la era digital, las redes sociales se han consolidado como herramientas poderosas para la transformación social, permitiendo la organización, movilización y concienciación de masas a una escala sin precedentes. Plataformas como Facebook, Twitter e Instagram han revolucionado la manera en que las personas interactúan, comparten información y promueven causas sociales. Esta capacidad para conectar a millones de personas en tiempo real y sin restricciones geográficas ha sido clave para el éxito de numerosos movimientos sociales contemporáneos.

Uno de los aspectos más significativos de las redes sociales es su capacidad para democratizar la información. En lugar de depender de medios de comunicación tradicionales, que a menudo están sujetos a censura o sesgos, los usuarios pueden difundir sus mensajes de manera directa y sin intermediarios. Según Castells (Castells, 2012) , “la comunicación en red promueve una forma nueva de auto-comunicación de masas, que se distingue por su capacidad para alcanzar a grandes audiencias y, a la vez, por ser personalizada, controlada por los propios usuarios” .

Las redes sociales también facilitan la movilización rápida y eficiente de personas para diversas causas. Un ejemplo destacado es el movimiento #MeToo, que utilizó Twitter y otras plataformas para denunciar el acoso y abuso sexual, generando un impacto global y llevando a cambios significativos en políticas y percepciones sociales. La facilidad con la que los usuarios pueden compartir y amplificar mensajes ha permitido que voces antes marginalizadas encuentren una plataforma y un público.

Además, las redes sociales fomentan la creación de comunidades virtuales basadas en intereses comunes y causas sociales. Estas comunidades permiten a los usuarios compartir experiencias, recursos y apoyo mutuo, fortaleciendo el sentido de pertenencia y solidaridad.

Sin embargo, el uso de redes sociales como medio de transformación social no está exento de desafíos. La propagación de desinformación, el ciberacoso y la manipulación de la opinión pública son problemas que pueden socavar los esfuerzos por el cambio social. Es crucial que los usuarios y activistas desarrollen habilidades críticas para discernir la

veracidad de la información y emplear estrategias efectivas para contrarrestar las amenazas digitales.

En conclusión, las redes sociales han emergido como herramientas esenciales para la transformación social, facilitando la comunicación, la organización y la movilización a gran escala (Cárcar, 2015). Aunque enfrentan desafíos significativos, su capacidad para democratizar la información y fomentar la acción colectiva las convierte en un componente vital del activismo contemporáneo

3.1 Movimientos Sociales Virales

3.1.1 Black Lives Matter (BLM)

El movimiento Black Lives Matter (BLM) ha utilizado las redes sociales como una herramienta esencial para movilizar, informar y organizar a millones de personas en la lucha contra la injusticia racial y la brutalidad policial. Desde su creación en 2013, BLM ha aprovechado plataformas como Twitter, Facebook, Instagram y TikTok para amplificar su mensaje y alcanzar una audiencia global.

Black Lives Matter comenzó en 2013 después de la absolución de George Zimmerman en el asesinato de Trayvon Martin. Alicia Garza, Patrisse Cullors y Opal Tometi utilizaron las redes sociales para expresar su frustración y dolor, creando el hashtag #BlackLivesMatter. Este hashtag rápidamente se convirtió en un grito de guerra para aquellos que buscaban justicia para las vidas negras. El movimiento ganó un mayor impulso en 2014 con la muerte de Michael Brown en Ferguson, Missouri. Las redes sociales fueron cruciales para la organización de protestas y la difusión de información en tiempo real, lo que permitió a BLM ganar visibilidad y apoyo tanto a nivel nacional como internacional. Las redes sociales han permitido a BLM influir en la conversación pública sobre la justicia racial de manera significativa.

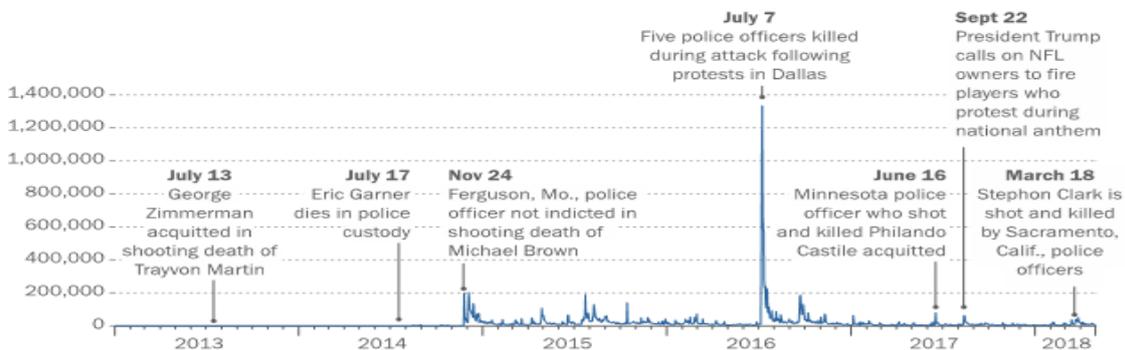


Figura 3 : Logo BLM. Fuente: <https://phantomlimblabel.bandcamp.com/album/black-lives-matter>

Las redes sociales han permitido que BLM trascienda fronteras, con protestas y apoyo en todo el mundo. Las plataformas digitales han sido esenciales para compartir historias y experiencias de injusticia racial que de otro modo habrían sido ignoradas. Las redes sociales han facilitado el activismo digital, permitiendo a las personas participar en campañas desde cualquier lugar. Hashtags como #SayHerName y #ICantBreathe han sido vitales para destacar casos específicos de violencia policial y generar conciencia. BLM ha utilizado las redes sociales para desafiar las narrativas tradicionales de los medios de comunicación y presentar perspectivas auténticas de las comunidades negras. Esto ha llevado a una mayor cobertura mediática de los problemas de justicia racial y a un cambio en cómo se representan estas historias.

Use of the #BlackLivesMatter hashtag on Twitter periodically spikes in response to major news events

Number of Twitter posts mentioning the #BlackLivesMatter hashtag, Jan. 1, 2013-May 1, 2018



Source: Pew Research Center analysis of publicly available tweets using Crimson Hexagon. "Activism in the Social Media Age"

PEW RESEARCH CENTER

Figura 4. Uso del hashtag #BlackLivesMatter en Twitter entre 2013-2018. Fuente: Pewresearch.org

El uso efectivo de las redes sociales ha permitido a BLM lograr varios hitos importantes. Las redes sociales han sido cruciales para organizar protestas masivas, como las que se vieron tras el asesinato de George Floyd en 2020. Millones de personas en todo el mundo se unieron en solidaridad, demostrando el poder de las plataformas digitales para movilizar a la gente.

La presión generada por el activismo en redes sociales ha llevado a cambios legislativos y reformas policiales en diversas ciudades. La Ley de Justicia en la Policía de George Floyd es un ejemplo de cómo el activismo en línea puede traducirse en acción política concreta. Las campañas en redes sociales han sido efectivas para educar al público sobre la historia y las realidades actuales del racismo sistémico. BLM ha promovido recursos educativos y discusiones en línea que han aumentado la comprensión y el apoyo a la causa.. BLM ha utilizado las redes sociales para empoderar a las comunidades negras, promoviendo iniciativas de base y proporcionando una plataforma para que las voces marginadas sean escuchadas. Esto ha fomentado un sentido de solidaridad y apoyo mutuo dentro de las comunidades afectadas.

A pesar de sus logros, BLM enfrenta desafíos en el uso de las redes sociales, incluyendo la desinformación y la censura. Sin embargo, la resiliencia y adaptabilidad del movimiento sugieren que continuará utilizando estas plataformas para avanzar en su misión de justicia racial.

En conclusión, Black Lives Matter ha demostrado el poder de las redes sociales como herramientas de transformación social. Su historia, figuras relevantes, influencia y logros destacan cómo el activismo digital puede movilizar a millones y provocar cambios significativos en la sociedad.

3.1.2 Me too

El movimiento Me Too surgió como una poderosa campaña en las redes sociales que visibilizó y denunció la prevalencia del acoso y la violencia sexual en diversos ámbitos de la sociedad. Fundado en 2006 por Tarana Burke, el movimiento ganó prominencia

mundial en 2017 cuando el hashtag #MeToo se viralizó, incitando a millones de personas a compartir sus experiencias y romper el silencio sobre estos abusos.

La historia del movimiento Me Too comienza con Tarana Burke, una activista estadounidense que fundó la campaña en 2006 para ayudar a las sobrevivientes de violencia sexual, especialmente a mujeres y niñas negras de comunidades con bajos recursos. Burke creó el término "Me Too" como una forma de empoderar a las víctimas y crear una red de apoyo.



Figura 5: Tarana Burke. Fuente: <https://afrofeminas.com/2021/06/12/la-mujer-que-fundo-el-metoo-tarana-burke/>

El movimiento adquirió una dimensión global en octubre de 2017, cuando la actriz Alyssa Milano utilizó el hashtag #MeToo en Twitter, animando a las personas a compartir sus experiencias de acoso sexual. Esto ocurrió en el contexto de las acusaciones de abuso contra el productor de cine Harvey Weinstein. La respuesta fue masiva, con millones de personas utilizando el hashtag en cuestión de días, lo que generó una conversación internacional sobre la magnitud del problema.

El movimiento Me Too ha tenido una influencia profunda en la sociedad, provocando cambios significativos en diversas áreas:

1. Concienciación Global: Me Too ha llevado el problema del acoso y la violencia sexual a la vanguardia del debate público. Ha sensibilizado a millones de personas sobre la prevalencia y el impacto de estos abusos.

2. Cambio Cultural: El movimiento ha desafiado las normas culturales y sociales que perpetúan el acoso y la violencia sexual. Ha fomentado un cambio hacia una mayor responsabilidad y respeto en las relaciones interpersonales y en los entornos laborales.

3. Reformas Institucionales: Muchas organizaciones han implementado políticas más estrictas y programas de capacitación para prevenir el acoso sexual. El movimiento ha impulsado cambios en la legislación y en las prácticas corporativas para proteger a las víctimas y sancionar a los perpetradores.

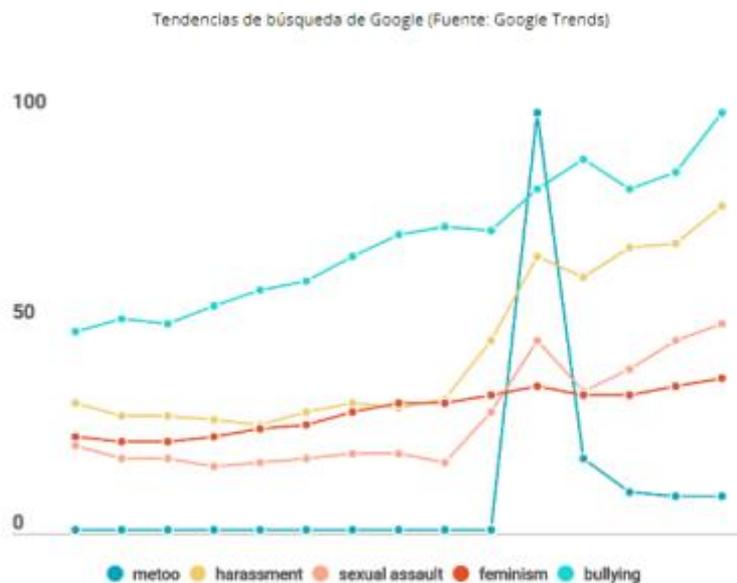


Figura 6.

El impacto del movimiento Me Too se refleja en varios logros notables. Visibilidad y Empoderamiento de las Víctimas dando voz a millones de sobrevivientes, permitiéndoles compartir sus historias y encontrar apoyo. Esto ha ayudado a muchas personas a superar el estigma y la vergüenza asociados con el abuso sexual. El movimiento ha llevado a la destitución y procesamiento de numerosos individuos en posiciones de poder, incluyendo figuras prominentes en Hollywood, los medios de comunicación y la política. Harvey Weinstein, por ejemplo, fue condenado por violación y agresión sexual en 2020. En respuesta a Me Too, se han creado iniciativas como Time's Up, que busca abordar la desigualdad y el abuso en la industria del entretenimiento. Esta iniciativa ha recaudado millones de dólares para proporcionar asistencia legal a las víctimas de acoso y discriminación en el trabajo. Y por último el movimiento ha influido en la aprobación de leyes más estrictas contra el acoso y la violencia sexual. En varios países, se han

implementado reformas para mejorar la protección de las víctimas y garantizar que los perpetradores enfrenten consecuencias.

A pesar de sus logros, el movimiento Me Too enfrenta desafíos continuos, como la resistencia de algunos sectores y la necesidad de mantener el impulso para lograr cambios duraderos. Sin embargo, la resiliencia y el compromiso de los activistas y sobrevivientes sugieren que Me Too seguirá siendo una fuerza crucial en la lucha contra el acoso y la violencia sexual.

En conclusión, el movimiento Me Too ha transformado la conversación global sobre el acoso y la violencia sexual. Su historia, figuras relevantes, influencia y logros destacan cómo el poder de las redes sociales puede ser utilizado para visibilizar injusticias, empoderar a las víctimas y promover un cambio significativo en la sociedad.

3.1.3 “Ni Una Menos”

El movimiento "Ni Una Menos" surgió como una poderosa respuesta a la violencia de género en América Latina, visibilizando los feminicidios y promoviendo la igualdad de género a través de las redes sociales. Desde su fundación en Argentina en 2015, ha evolucionado para convertirse en un grito de lucha continental y global contra la violencia machista.

El 3 de junio de 2015, Argentina fue testigo de una histórica movilización bajo el lema "Ni Una Menos". Esta marcha masiva fue convocada por periodistas, activistas y figuras del ámbito cultural en respuesta al brutal asesinato de Chiara Páez, una joven de 14 años. Las redes sociales jugaron un papel crucial en la convocatoria, utilizando el hashtag #NiUnaMenos para unir voces y organizar la protesta.



Figura 7: Fuente:Diario Digital INFINITA. <https://www.fminfinita.com.ar/2023/06/ni-una-menos-2023/>

El movimiento rápidamente se extendió a otros países de América Latina, como México, Perú, Chile y Uruguay, donde mujeres y aliados se unieron para denunciar la violencia de género y exigir justicia. Las redes sociales se convirtieron en el vehículo principal para la difusión del mensaje y la organización de eventos, permitiendo que el movimiento ganara un alcance global.

El movimiento "Ni Una Menos" ha tenido una influencia significativa en la sociedad, utilizando las redes sociales para amplificar su mensaje y movilizar a millones de personas. "Ni Una Menos" ha logrado que la violencia de género se convierta en un tema de discusión global. A través de las redes sociales, ha sensibilizado a millones de personas sobre la gravedad y la prevalencia de los feminicidios y otras formas de violencia contra las mujeres. Las redes sociales han permitido la organización de manifestaciones masivas no solo en América Latina, sino en todo el mundo. Estas protestas han generado una mayor visibilidad para la causa y han puesto presión sobre los gobiernos y las instituciones para que actúen. El movimiento ha influido en la cobertura mediática de la violencia de género, promoviendo una mayor responsabilidad y sensibilidad en el tratamiento de estos casos. Los medios de comunicación han empezado a cubrir estos temas con mayor profundidad y desde una perspectiva de derechos humanos.

El impacto del movimiento "Ni Una Menos" se refleja en varios logros notables. En respuesta a la presión del movimiento, varios países han implementado reformas legales para proteger a las mujeres y sancionar la violencia de género. En Argentina, por ejemplo, se aprobó la Ley Micaela (Pereira, 2020), que establece la capacitación obligatoria en

género para todas las personas que trabajan en la función pública. "Ni Una Menos" ha dado voz a millones de mujeres que han compartido sus historias y experiencias de violencia a través de las redes sociales. Esto ha ayudado a romper el silencio y el estigma, empoderando a las mujeres a denunciar y buscar justicia. El movimiento ha fomentado la creación de redes de apoyo y solidaridad entre mujeres, proporcionando espacios seguros donde pueden compartir sus experiencias y recibir ayuda. Estas redes han sido vitales para la recuperación y el empoderamiento de las sobrevivientes. A través de campañas en redes sociales, "Ni Una Menos" ha promovido la educación sobre la violencia de género, sus causas y consecuencias. Esto ha contribuido a una mayor comprensión y sensibilización en la sociedad.

A pesar de sus logros, el movimiento "Ni Una Menos" enfrenta desafíos continuos, como la resistencia de algunos sectores y la necesidad de mantener la cohesión y el enfoque en un movimiento amplio y diverso. Sin embargo, la resiliencia y el compromiso de las activistas y las comunidades sugieren que "Ni Una Menos" seguirá siendo una fuerza crucial en la lucha contra la violencia de género.

En conclusión, "Ni Una Menos" ha transformado la conversación sobre la violencia de género en América Latina y más allá. Su historia, figuras relevantes, influencia y logros demuestran cómo el poder de las redes sociales puede ser utilizado para visibilizar injusticias, empoderar a las víctimas y promover un cambio significativo en la sociedad.

3.1.4 “Fridays For Future”

Fridays for Future (FFF) es un movimiento juvenil global que aboga por la acción contra el cambio climático. Fue iniciado por la activista sueca Greta Thunberg, quien inspiró a millones de jóvenes en todo el mundo a exigir acciones concretas para mitigar los efectos del cambio climático. Las redes sociales han sido cruciales para la difusión y organización del movimiento, transformándolo en una fuerza significativa en la lucha por la justicia climática.

El movimiento Fridays for Future comenzó en agosto de 2018 cuando Greta Thunberg, entonces de 15 años, decidió no asistir a la escuela y, en cambio, protestar frente al

parlamento sueco en Estocolmo para exigir medidas contra el cambio climático. Sosteniendo un cartel que decía "Skolstrejk för klimatet" (Huelga escolar por el clima), Thunberg atrajo la atención de los medios y las redes sociales, y su protesta solitaria rápidamente se convirtió en un movimiento internacional.

A través de plataformas como Twitter, Instagram y Facebook, Thunberg compartió sus mensajes y convocó a estudiantes de todo el mundo a unirse a ella en huelgas escolares cada viernes. El hashtag #FridaysForFuture se viralizó, y miles de estudiantes en diferentes países comenzaron a organizar sus propias huelgas y manifestaciones, creando un movimiento global de jóvenes activistas comprometidos con la lucha contra el cambio climático.

La figura más relevante del movimiento es Greta Thunberg, la cara más reconocible de Fridays for Future. Su discurso directo y su dedicación a la causa climática la han convertido en una de las voces más influyentes del activismo ambiental. Ha hablado en importantes foros internacionales, incluyendo la ONU y el Foro Económico Mundial.



Figura 8: Greta Thunberg y logo del movimiento.FFF
Fuente:<https://atlasofthefuture.org/es/project/fridays-for-future/>

Fridays for Future ha tenido un impacto significativo a nivel mundial, utilizando las redes sociales para movilizar y concienciar a millones de personas sobre la crisis climática. Las redes sociales han permitido que Fridays for Future organice y coordine huelgas climáticas en más de 150 países. El 20 de septiembre de 2019, más de 4 millones de personas participaron en una de las mayores protestas climáticas de la historia, organizada principalmente a través de plataformas digitales. FFF ha logrado sensibilizar a una gran

audiencia sobre la urgencia de la acción climática. A través de campañas en redes sociales, el movimiento ha difundido información científica sobre el cambio climático y ha educado a las personas sobre la necesidad de reducir las emisiones de carbono. El movimiento ha influido en la percepción pública del cambio climático, especialmente entre los jóvenes. Ha impulsado a los líderes políticos y empresariales a abordar el tema con mayor seriedad y ha generado un mayor apoyo para políticas climáticas ambiciosas.

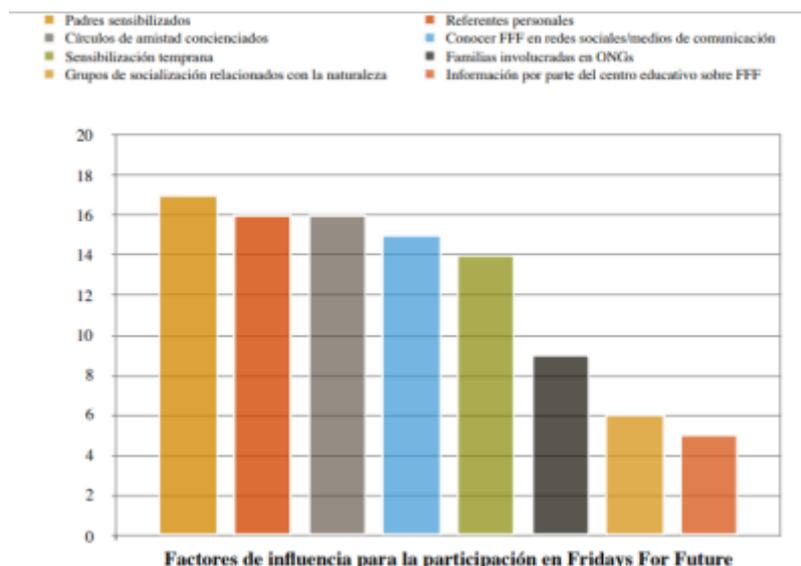


Figura 9: Fuente: (Lain, 2020) *TFM Movilizaciones ecologistas juveniles y desarrollo alternativo. Estudio de caso: Fridays For Future Madrid (2019-2020)*

El impacto de Fridays for Future se puede ver en algunos logros conseguidos de gran impacto. FFF ha empoderado a millones de jóvenes para que se conviertan en defensores activos del clima. Ha creado una plataforma para que las voces de los jóvenes sean escuchadas en el debate global sobre el cambio climático. Las huelgas climáticas han llevado a que muchos gobiernos y ciudades declaren emergencias climáticas y adopten políticas más estrictas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. La presión de FFF ha sido un factor clave en la adopción de políticas climáticas más ambiciosas en varios países. El movimiento ha recibido reconocimiento y apoyo de numerosas organizaciones internacionales, científicos y líderes mundiales. Greta Thunberg ha sido galardonada con varios premios, incluyendo el Premio Internacional de la Paz Infantil y el Premio Ambiental Goldman.

A pesar de sus logros, Fridays for Future enfrenta desafíos, como la resistencia política y la necesidad de mantener la presión pública para lograr cambios sostenibles. Sin embargo, la determinación y la pasión de los jóvenes activistas sugieren que el movimiento continuará creciendo y ejerciendo una influencia significativa en la lucha contra el cambio climático.

Fridays for Future ha transformado el activismo climático juvenil en una fuerza global poderosa. Su historia, figuras relevantes, influencia y logros demuestran el poder de las redes sociales para movilizar a las masas y promover un cambio significativo en la sociedad.

3.2 Caso real: Creadores de contenido que utilizan ‘instagram’. como medio de transformación social

3.2.1 Greta Thunberg (@gretathunberg)

Greta Thunberg, nacida el 3 de enero de 2003 en Estocolmo, Suecia, es una de las activistas climáticas más influyentes de la actualidad. Desde una edad temprana, Greta mostró una profunda preocupación por el cambio climático. Su interés se intensificó a los 11 años, cuando comenzó a investigar más sobre el tema. Al comprender la gravedad de la crisis climática, decidió tomar acción de una manera que resonara a nivel mundial.

En agosto de 2018, a la edad de 15 años, Greta inició su "huelga escolar por el clima" frente al parlamento sueco, exigiendo que su gobierno tomara medidas más firmes contra el cambio climático. Con un simple cartel que decía "Skolstrejk för klimatet" (Huelga escolar por el clima), su protesta capturó la atención de los medios de comunicación y de las redes sociales. Rápidamente, otros estudiantes en diferentes partes del mundo comenzaron a unirse a su causa, lo que dio origen al movimiento global Fridays for Future.



Figura 10: Fuente: La Vanguardia.

<https://www.lavanguardia.com/internacional/20190802/463812637479/greta-thunberg-cambio-climatico-suecia-onu-fridays-for-future.html>

El impacto de Greta no se limitó a las huelgas escolares. Fue invitada a hablar en varios foros internacionales, incluyendo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP24) y el Foro Económico Mundial. En sus discursos, Greta es conocida por su estilo directo y su capacidad para comunicar la urgencia de la acción climática, instando a líderes políticos y empresariales a escuchar a la ciencia y actuar en consecuencia. (McDonald, 2019).

Greta Thunberg utiliza su cuenta de Instagram, @gretathunberg, como una plataforma clave para compartir su activismo, educar a sus seguidores sobre el cambio climático y documentar sus viajes y eventos. A julio de 2024, Greta tiene aproximadamente 14 millones de seguidores en Instagram, una cifra que refleja su influencia global. (HypeAuditor.com, 2024)

En su cuenta, Greta publica contenido variado que incluye discursos, fotografías de sus protestas, reuniones con líderes mundiales y mensajes sobre la urgencia de la acción climática. Además, utiliza su plataforma para amplificar las voces de otros activistas y movimientos ambientales alrededor del mundo. Su enfoque en la justicia climática y su habilidad para conectarse con su audiencia a través de mensajes claros y emotivos han contribuido significativamente al crecimiento de su influencia en Instagram.



*Figura 11: Perfil de Instagram de Greta Thunberg- Fuente:
<https://www.instagram.com/gretathunberg/>*

Entre los logros obtenidos por su capacidad de movilización en Instagram podemos destacar que a través de Fridays for Future, Greta ha movilizado a millones de jóvenes en más de 150 países. Las huelgas climáticas organizadas por este movimiento han sido algunas de las mayores manifestaciones climáticas de la historia.

Gracias a su activismo, en Instagram Greta ha logrado poner el cambio climático en la agenda política mundial. Su intervención en la Cumbre de Acción Climática de la ONU en 2019, donde cuestionó a los líderes por su inacción con la famosa frase "¿Cómo se atreven?", resonó en todo el mundo y destacó la necesidad de medidas urgentes.

Greta ha recibido numerosos premios y honores, incluidos el Premio Internacional de la Paz Infantil y el Premio Ambiental Goldman. Además, ha sido nominada varias veces al Premio Nobel de la Paz.

Su capacidad para comunicar de manera efectiva y su presencia constante en los medios han aumentado la conciencia pública sobre el cambio climático, inspirando a personas de todas las edades a tomar medidas.

El futuro de Greta Thunberg parece prometedor y lleno de posibilidades. A medida que continúa su educación y su activismo, es probable que siga desempeñando un papel crucial en la lucha contra el cambio climático. Greta ha dejado claro que su compromiso con la causa es a largo plazo y que seguirá presionando a los líderes mundiales para que adopten políticas más ambiciosas y efectivas.

En términos de su presencia en las redes sociales, es probable que Greta continúe utilizando plataformas como Instagram para educar, inspirar y movilizar a sus seguidores. Su habilidad para conectar con una audiencia global y su dedicación inquebrantable a la justicia climática la posicionan como una líder influyente en el movimiento ambiental durante muchos años por venir.

3.2.2 Xiuhtezcatl Roske-Martínez (@xiutezcatl)



Figura 12: Xiuhtezcatl Roske-Martínez. Fuente: Vogue India

<https://www.vogue.in/culture-and-living/content/hip-hop-artist-and-activist-xiuhtezcatl-martinez-on-why-its-so-important-to-support-indigenous-communities-right-now>

Xiuhtezcatl Roske-Martínez es un activista ambiental, músico y orador público nacido el 9 de mayo de 2000 en Boulder, Colorado. Hijo de Tamara Roske y Siri Martínez, su madre fundó la organización Earth Guardians, una plataforma que se ha convertido en un movimiento juvenil global comprometido con la justicia climática y social. Con raíces mexica, Xiuhtezcatl ha sido influenciado desde una edad temprana por las prácticas indígenas y una profunda conexión con la naturaleza. Desde pequeño, Xiuhtezcatl mostró un interés genuino por el medio ambiente y comenzó a involucrarse en actividades de protección ambiental a una edad temprana. A los seis años, ya estaba participando en reuniones de activismo local y, a los diez, dio su primer discurso en la conferencia de la ONU sobre el cambio climático en Nueva York. Su habilidad para comunicarse eficazmente y su pasión genuina le permitieron captar la atención de audiencias globales, y pronto se convirtió en una de las voces juveniles más destacadas en el movimiento climático.

A lo largo de su vida, Xiuhtezcatl ha abordado diversos problemas ambientales y sociales. Ha abogado por la eliminación de pesticidas en parques públicos, promovido la agricultura sostenible, y luchado contra la fracturación hidráulica (fracking) en Colorado. Además, ha participado en demandas legales contra el gobierno de los Estados Unidos, argumentando que la falta de acción contra el cambio climático viola los derechos constitucionales de las generaciones futuras. Además de su activismo ambiental, Xiuhtezcatl es un músico reconocido, y utiliza su arte como una herramienta para inspirar y movilizar a los jóvenes. Forma parte del grupo de hip-hop Earth Guardians, que mezcla mensajes ambientales y sociales con ritmos contemporáneos. A través de su música, Xiuhtezcatl busca conectar con una audiencia más amplia y diversa, transmitiendo mensajes poderosos sobre la importancia de cuidar el planeta y actuar ante la crisis climática. (McPherson, 2017).

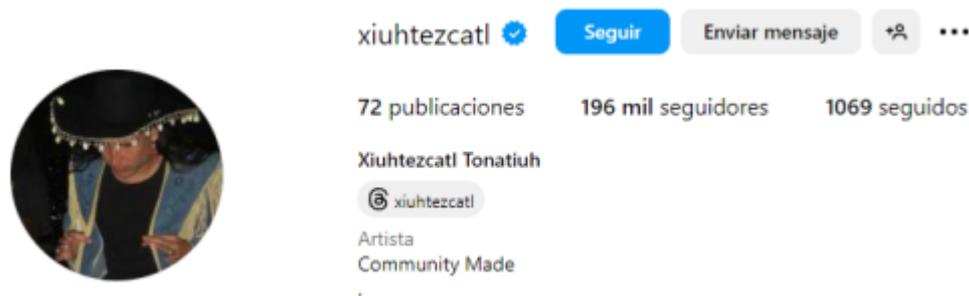


Figura 13: Perfil de Instagram de Xiuhtezcatl Roske-Martínez Fuente:
<https://www.instagram.com/xiuhtezcatl/>

Una de las plataformas donde Xiuhtezcatl ha tenido un impacto significativo es Instagram. Con casi 200,000 seguidores, utiliza su cuenta para compartir información sobre el cambio climático, promover eventos y campañas, y motivar a otros jóvenes a unirse al movimiento. A través de publicaciones visualmente atractivas y mensajes inspiradores, Xiuhtezcatl ha logrado crear una comunidad comprometida y activa. En su Instagram, Xiuhtezcatl no solo aborda cuestiones ambientales, sino que también se enfoca en temas de justicia social, derechos indígenas y equidad racial. Sus publicaciones a menudo destacan la intersección de estas cuestiones, subrayando cómo las comunidades marginadas son desproporcionadamente afectadas por la crisis climática. Utiliza su plataforma para amplificar las voces de los pueblos indígenas y otros grupos vulnerables, llamando a una acción inclusiva y equitativa.

Xiuhtezcatl también utiliza Instagram para documentar su participación en eventos globales. Desde cumbres climáticas hasta protestas y charlas, sus seguidores pueden seguir de cerca sus actividades y compromisos. Las historias y publicaciones en vivo permiten una interacción directa con sus seguidores, fomentando un diálogo continuo sobre las cuestiones más urgentes de nuestro tiempo. El impacto de Xiuhtezcatl en Instagram se extiende más allá de la información y la inspiración. Ha utilizado su plataforma para organizar y promover acciones concretas, como campañas de recolección de firmas, recaudación de fondos para causas ambientales y sociales, y la movilización para marchas y protestas. Su capacidad para movilizar a miles de jóvenes a través de las redes sociales es un testimonio de su influencia y dedicación al activismo.

En resumen, Xiuhtezcatl Roske-Martínez es una figura destacada en el activismo ambiental y social, que utiliza su voz y plataformas como Instagram para impulsar el cambio y motivar a una nueva generación de activistas. Su compromiso con la justicia climática y social, combinado con su talento musical y sus raíces culturales, lo convierte en un líder inspirador en la lucha por un futuro más sostenible y equitativo. A través de sus acciones y su presencia en redes sociales, Xiuhtezcatl continúa desafiando el status quo y trabajando incansablemente por un mundo mejor para todos.

3.2.3 Rachel Cargle (@rachel.cargle)

Rachel Cargle es una escritora, oradora pública y activista conocida por su trabajo en el ámbito de la justicia racial y el feminismo interseccional. Nació el 29 de noviembre de 1988 en Green, Ohio, y desde joven mostró un gran interés en temas sociales y de igualdad. Su educación y experiencias personales la llevaron a convertirse en una de las voces más influyentes en la lucha contra el racismo y por los derechos de las mujeres.



Figura 14: Rachel Cargle. Fuente: Harpers Bazaar

<https://www.harpersbazaar.com/culture/politics/a29564338/rachel-cargle-women-who-dare/>

Rachel Cargle creció en una familia afroamericana en una comunidad predominantemente blanca, lo que la expuso desde una edad temprana a las realidades del racismo sistémico. Después de completar su educación secundaria, se trasladó a Nueva York, donde comenzó a profundizar en estudios de antropología y sociología en la Universidad de Columbia. Estos estudios proporcionaron una base teórica sólida para su activismo, permitiéndole entender y articular las complejas intersecciones entre raza, género y clase.

Cargle se ha destacado por su capacidad para comunicar de manera efectiva y accesible temas complejos relacionados con la justicia social. Su activismo abarca una variedad de plataformas y medios, desde charlas y talleres hasta la escritura y las redes sociales, especialmente Instagram. Ha escrito para publicaciones como "The Washington Post" y "Harper's Bazaar", y su trabajo ha sido ampliamente reconocido por su claridad y profundidad. Uno de los proyectos más importantes de Cargle es The Loveland Foundation, una organización sin fines de lucro que se dedica a brindar acceso a terapia y servicios de salud mental a mujeres y niñas negras. Esta iniciativa surgió en respuesta a la falta de recursos accesibles para la comunidad negra en el ámbito de la salud mental, y ha tenido un impacto significativo desde su creación.

Rachel Cargle ha utilizado Instagram como una plataforma crucial para su activismo. Con más de medio millón de seguidores, su cuenta (@rachel.cargle) es un espacio donde

comparte recursos educativos, reflexiones personales y llamados a la acción. Utiliza su plataforma para desafiar a sus seguidores a cuestionar sus propias percepciones y prejuicios, y para proporcionar herramientas que ayuden a la gente a ser aliados efectivos en la lucha por la justicia racial.



Figura 15: Perfil de Instagram de Rachel Cargle. Fuente:

<https://www.instagram.com/rachel.cargle/>

Una de las iniciativas más destacadas de Cargle en Instagram es The Great Unlearn (Cargle, 2023), un curso de suscripción mensual que ofrece contenido educativo sobre la historia del racismo, la teoría crítica de la raza y el feminismo negro. Este curso está diseñado para dismantelar las narrativas predominantes sobre la historia de Estados Unidos y proporcionar una educación más inclusiva y precisa. Los suscriptores reciben lecturas, videos y otros materiales educativos que fomentan una comprensión más profunda y crítica de estos temas.

Además de su trabajo educativo, Cargle utiliza Instagram para promover la acción directa. Ha organizado numerosas campañas de recaudación de fondos para causas relacionadas con la justicia social, y utiliza su plataforma para amplificar las voces de otros activistas y organizaciones. Durante las protestas de Black Lives Matter en 2020, su cuenta fue un recurso vital para información, coordinación y apoyo mutuo.

Su filosofía en Instagram se centra en varios principios clave:

1. Educación Continua

Cargle cree firmemente en la importancia de la educación continua en temas de justicia social. A través de su cuenta, ofrece recursos y contenidos educativos diseñados para desafiar las percepciones predominantes sobre la raza, el género y la historia. Su iniciativa "The Great Unlearn" es un curso mensual de suscripción que proporciona lecturas, videos

y otros materiales educativos para ayudar a sus seguidores a dismantelar narrativas racistas y a entender la historia desde una perspectiva más inclusiva.

2. Autonomía y Responsabilidad Personal

Uno de los mensajes recurrentes en la filosofía de Cargle es la idea de que las personas, especialmente las blancas, deben asumir la responsabilidad de su propia educación en temas de racismo y opresión. Insta a sus seguidores a no depender únicamente de las personas de color para su aprendizaje, sino a buscar activamente información y recurso que les permitan entender y combatir el racismo por sí mismos.

3. Interseccionalidad

Cargle enfatiza la importancia de la interseccionalidad, un concepto desarrollado por la teórica Kimberlé Crenshaw, que examina cómo diferentes formas de opresión se interrelacionan y afectan a las personas de manera única. A través de su contenido, Cargle aborda no solo el racismo, sino también cómo este se cruza con el sexismo, la homofobia, la transfobia y otras formas de discriminación.

4. Acción Directa

Más allá de la reflexión y la educación, Cargle promueve la acción directa como una parte esencial del activismo. Utiliza su plataforma para organizar campañas de recaudación de fondos, movilizar a sus seguidores para participar en protestas y apoyar a diversas organizaciones que trabajan por la justicia social. Durante las protestas del movimiento Black Lives Matter en 2020, su cuenta de Instagram fue un recurso vital para la coordinación y el apoyo mutuo.

5. Amplificación de Voces Marginalizadas

Cargle utiliza su plataforma para amplificar las voces de otros activistas y organizaciones que trabajan en temas de justicia social. Comparte el trabajo de otros líderes comunitarios y promueve una mayor visibilidad para las personas y grupos que a menudo son ignorados por los medios tradicionales.

6. Reflexión Personal y Vulnerabilidad

En sus publicaciones, Cargle a menudo comparte reflexiones personales y momentos de vulnerabilidad, lo que humaniza su activismo y crea una conexión más profunda con sus

seguidores. Habla abiertamente sobre sus propias experiencias con el racismo, el dolor y la resiliencia, lo que sirve para inspirar y motivar a otros a unirse a la lucha por la justicia

7. Desmantelamiento de Narrativas Predominantes

Cargle trabaja para desmantelar las narrativas predominantes que perpetúan la opresión. A través de su contenido, desafía las historias convencionales sobre la historia y la sociedad estadounidense, promoviendo una visión más completa y justa de los eventos y las estructuras de poder.

CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES

En la era digital, las redes sociales han emergido como poderosas herramientas que no solo conectan a individuos en todo el mundo, sino que también han catalizado movimientos sociales significativos. Dentro de este panorama, Instagram, una plataforma visual centrada en la imagen, ha demostrado ser especialmente influyente. Este texto ha intentado explorar de una forma limitada cómo los movimientos sociales de reivindicación y solidaridad han estado representados y han crecido en función del uso de las RRSS como agentes de cambio social.

Instagram ha redefinido la forma en que se comparte y se consume la información, especialmente a través de la fotografía y el video. Esta plataforma ha permitido a los usuarios no solo expresar sus opiniones, sino también influir en la opinión pública y movilizar a comunidades en torno a causas sociales. Los Instagramers, usuarios con un gran número de seguidores y capacidad de influencia, han jugado un papel crucial en esta dinámica.

Los movimientos sociales contemporáneos, desde el activismo por el cambio climático hasta la lucha por la justicia racial, han encontrado en las redes sociales un espacio para difundir sus mensajes de manera visual y persuasiva. Los Instagramers, al utilizar sus perfiles para destacar problemas sociales y promover acciones concretas, han amplificado el alcance y la conciencia de estas causas.

El impacto de los Instagramers va más allá de la visibilidad superficial. Estos influencers han demostrado una capacidad única para movilizar recursos y generar cambios tangibles. Campañas como #BlackLivesMatter y #MeToo han ganado terreno significativo en parte debido a la difusión masiva y la solidaridad expresada a través de Instagram sin olvidar otras redes sociales. Las imágenes compartidas por Instagramers prominentes no solo informan, sino que también inspiran acción y debate público.

Además, las RRSS e Instagram entre ellas han democratizado el acceso a la participación en movimientos sociales. Cualquier individuo con acceso a un teléfono inteligente y conexión a internet puede contribuir a la narrativa colectiva, amplificando así voces que

de otro modo podrían haber sido marginadas o ignoradas por los medios tradicionales. Esta democratización ha fortalecido la diversidad de perspectivas dentro de los movimientos sociales, enriqueciendo así el debate público y la construcción de coaliciones.

Sin embargo, el papel que estas plataformas han jugado en los movimientos sociales no está exento de críticas y desafíos éticos. La comercialización del activismo, donde las marcas utilizan causas sociales para mejorar su imagen de marca, plantea interrogantes sobre la autenticidad y la verdadera motivación detrás de las acciones de algunos influencers. Además, la falta de regulación y transparencia en la promoción de causas sociales a través de Instagram puede llevar a la superficialidad, donde los esfuerzos superficiales por parecer socialmente responsables eclipsan las acciones genuinas.

Otro desafío importante es la gestión de la privacidad y la seguridad en un entorno digital donde la exposición pública puede ser tanto una herramienta de empoderamiento como una fuente de vulnerabilidad. Los Instagramers, especialmente aquellos con grandes audiencias, deben equilibrar su influencia con responsabilidad, asegurándose de proteger tanto su propia integridad como la de quienes están involucrados en los movimientos que promueven.

En conclusión, las RRSS han demostrado ser agentes poderosos de transformación social en la era digital. Su capacidad para conectar con audiencias globales y movilizar apoyo hacia causas sociales es innegable. Sin embargo, este poder conlleva responsabilidades y desafíos éticos que deben abordarse con cuidado y reflexión. La influencia de las RRSS e Instagram en los movimientos sociales continuará evolucionando a medida que la plataforma y sus usuarios se adapten a nuevos desafíos y oportunidades.

Para maximizar el impacto positivo de los Instagramers en la transformación social, es fundamental promover la transparencia, la autenticidad y la inclusión dentro de los movimientos sociales digitales. Al hacerlo, podemos aprovechar el potencial de las redes sociales para construir un mundo más justo, inclusivo y consciente de las diversas luchas y aspiraciones de las comunidades globales.

BIBLIOGRAFÍA

Abidin, C. (2016). "Aren't these just young, rich women doing vain things online?" Influencer selfies as subversive frivolity. *Social Media + Society*, 2(2), 1-17. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116641342>

Amigo-Ventureira, A.M. (2019) Un recorrido por la historia trans: desde el ámbito biomeédico al movimiento activista-social. *Cadernos Pagu* (57). pp.26. <https://www.scielo.br/j/cpa/a/nkbQgnc3btMTbGr3yJL3kKG/?lang=es>

Anta, E. (2023, diciembre 19). Marketing de influencers: Impacto en la actualidad. *Esparta Digital - Agencia marketing digital Valencia*. <https://espartadigital.com/marketing-de-influencers/>

Calle, A. El estudio del impacto de los movimientos sociales. Una perspectiva global. *Reis*, 120-07, pp. 133-153. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2480857.pdf>

Camacho, D. (2010). Poderes Económicos, movimientos Sociales Ecologistas y Cambio Climático. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, vol. II-III, núm. 128-129, 2010 Universidad de Costa Rica San José, Costa Rica. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15319334001.pdf>

Cárcar, B. (2015) .Las redes y los movimientos sociales ¿una acción colectiva o marketing viral?, *Icono* 14, volumen (13), pp. 125-150. <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556573007.pdf>

Cargle, R. (2023) The Great Unlearn. <https://rachelcargle.com/the-great-unlearn/>

Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. pp.324. Polity Press.

Cedeño, M. (2021). Transgénero: Un análisis desde la mirada de los derechos humanos. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXVII, núm. 1, 2021 Universidad del Zulia, Venezuela. pp.10. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533020/28065533020.pdf>

Checa, M. (2020). El Big Data y la publicidad personalizada en redes sociales. (TFG).52 pp. p.37-43. Facultad de CCSS, Jurídicas y de la comunicación. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40122/TFG-N.1248.pdf?sequence=1>

Compagnucci, R (2011). Historia del cambio climático o calentamiento global. *Contribuciones Científicas GÆA – 23*. pp. 7. Sociedad Argentina de Estudios Geográficos. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/15942>

De Armenteras, M. (2021). Oxímora *Revista Internacional de Ética y Política*, n° 18.ENE-JUN 2021.pp. 153-169. <https://revistes.ub.edu/index.php/oximora/article/view/32722/32842>

Della Porta, D. (2011). *Los Movimientos Sociales*. Colección Debate Social. UCM-CIS. pp.439.

Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1-7. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563216307506>

Fernández, S. A. (2007). Contexto político y protesta: el movimiento por los derechos civiles en Estados Unidos (1933-68). *Revista de estudios políticos*, (136), 11-49.

Grau, E. (2000). ¿Qué son los movimientos sociales? Anuario de Movimientos sociales. Una mirada sobre la red. Elena Grau y Pedro Ibarra (coord.). pp.9-26. Icaria Editorial y Getiko Fundazioa. Barcelona, 2000. https://www.edumargen.org/docs/curso39-1/opta03_02.pdf

Gualda, E. (2014). Movimientos Sociales Ecologistas en el Contexto de los Movimientos Sociales. Universidad de Huelva. <https://www.researchgate.net/publication/238772229>

Guerra, S. (2020). Vida y Muerte de Marsha P. Johnson. ¿Quién fue Marsha P. Johnson? La activista trans que prendió la llama del Orgullo LGTBI. El Confidencial. 30/06/2020. https://www.elconfidencial.com/cultura/2020-06-30/marshap-johnson-activista-trans-google_2661839/

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. Reflexiones. Vol.91, num. 2, 2012, pp.21-28. Universidad de Costa Rica en San José. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

HypeAuditor.com (2024) Analíticas de Instagram para Greta Thunberg. <https://hypeauditor.com/es/instagram/gretathunberg/>

Jin, S. V., & Phua, J. (2014). Following Celebrities' Tweets About Brands: The Impact of Twitter-Based Electronic Word-of-Mouth on Consumers' Source Credibility Perception, Buying Intention, and Social Identification with Celebrities. *Journal of Advertising*, 43(2), 181-195. https://www.researchgate.net/publication/271820619_Following_Celebrities'_Tweets_About_Brands_The_Impact_of_Twitter-Based_Electronic_Word-of-Mouth_on_Consumers'_Source_Credibility_Perception_Buying_Intention_and_Social_Identification_With_Celebrities

Laín, M. (2020). Movilizaciones ecologistas juveniles y desarrollo alternativo. Estudio de caso: Fridays For Future. Madrid (2019-2020). TFM. pp.228. Universidad Pontificia de Comillas. Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/431983/retrieve>

Laux, C. (2019). Stonewall riots: A beacon for people around the world? BBC. 26/06/2019. <https://www.bbc.com/culture/article/20190625-stonewall-riots-the-beacon-for-people-around-the-world>

Martínez, A. (2010). Narrativas en torno al trastorno de identidad sexual. De la multiplicidad transgénero a la producción de trans-conocimientos. Prisma Social: revista de investigación social. N.º. 4 (Narración y construcción social de la realidad), 2010. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3632443>

Martínez-Rodrigo, E. (2011). Publicidad en internet. Nuevas vinculaciones en las redes sociales. Revista de Comunicación Vivat Academia · Diciembre 2011 · Año XIV · nº 117E · pp. 469-480. <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/73/879>

McDonald, J.H. (2019). Review of “No one is too small to make the difference” (Greta Thunberg) pp.4. University of MonteVallo, Alabam, USA, https://www.researchgate.net/publication/337925134_Review_of_No_One_Is_Too_Small_to_Make_a_Difference_Greta_Thunberg

McPherson, C. (2017). Environmental Activist Xiuhtezcatl -Martínez: A teen in the front line. Rolling Stone (Subculture). 19 de Julio de 2017. <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/environmental-activist-xiuhtezcatl-martinez-a-teen-on-the-front-lines-197672/>

MediaKix (2024). Influencer Marketing on Social Media: A Basic Guide in 2024. <https://theinfluencerforum.com/influencer-marketing-on-social-media/>

Mejía, J. (2010). Comunidad Lgbt: Historia y reconocimientos jurídicos. Revista Justicia, No. 17 - pp. 78-110 - Junio 2010 - Universidad Simón Bolívar - Barranquilla, Colombia. www.unisimonbolivar.edu.co/publicaciones/index.php/justicia

Montero, D. (2021). De la #AcampadaSol a #BlackLivesMatter. Los movimientos sociales en el marco de la tecnopolítica. Del ciberactivismo a la tecnopolítica . Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. pp.226.

Monzonis, J. (2005) El Protocolo de Kyoto. Revista de treball, economia i societat. N.º. 35, 2005, págs.19-39. http://www.ces.gva.es/pdf/trabajos/articulos/revista_35/art1-rev35.pdf

Pereira,L (Coordinadora-2020). Ley Micaela en lectura fácil. pp.10. Dirección Nacional del Sistema Nacional del Sistema Argentino de Información Jurídica. Ministerio de Justicia y DDHH de la Nación. Argentina. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ley-micaela_lectura-facil.pdf

Pérez, J. (2018). Historia del Feminismo. Colección Relecturas. Ed. Catarata. pp. 288

Roldám, J.S. (2021). Marketing de Influencers en RRSS. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FACE). pp.22. Vol.2, num 2, año 2021, pp.46-67. Institucion Universitaria Politécnica Granacolombiano, Bogotá. Colombia. <https://ojs.unipamplona.edu.co/index.php/face/article/view/1109/6227>

San José, M.E. (2022) El fenómeno Influencer en el mundo de la comunicación digital (TFM). pp.11-19. Master en Periodismo y Comunicación Digital: Datos y nuevas Narrativas. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/146309/6/marsanjoTFM0622memoria.pdf>

Santamarina, B. (2010). Movimientos sociales: una revisión teórica y nuevas aproximaciones. *Boletín De Antropología*, 22(39), 112–131. <https://doi.org/10.17533/udea.boan.6702>

Touraine, A. (2006). Los movimintos sociales. Revista Colombiana de Sociología. N° 27. 2006. pp. 255-278. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/7982/8626>

Varela,, N. (2020). El tsunami feminista . Revista Nueva Sociedad N° 286, marzo-abril de 2020, ISSN: 0251-3552. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/5.TC_Varela_286.pdf