



Reseña de: Reverter, Sonia y María Medina-Vicent. *El feminismo en 35 hashtags*. Madrid: Los libros de la catarata, 2020. 110 pp. ISBN: 978-84-9097-905-1

Laura MANZANO-ZAMBRUNO

Universidad de Sevilla

[lauramanzam@gmail.com](mailto:lauramanzam@gmail.com)

[orcid.org/0000-0001-7472-2506](https://orcid.org/0000-0001-7472-2506)

Sonia Reverter y María Medina-Vicent comienzan *El feminismo en 35 hashtags* preguntándose por qué el feminismo ha pasado de ser un tabú a convertirse en un tótem. A ello procuran responder bajo la hipótesis de que una de las principales fuerzas impulsoras de la popularización del feminismo han sido las redes sociales, motivo por el que las autoras exponen los treinta y cinco *hashtags* representativos que apuntan en esta dirección. El libro se divide en tres partes: una primera, introductoria, con un breve marco teórico y algunas preguntas de investigación; una segunda, recopilatoria y explicativa, que caracteriza cada uno de los *hashtags*; y una tercera, como conclusión, que reflexiona sobre la implicación de los distintos agentes sociales en las campañas descritas y los temas más populares abordados en ellas.

El libro se acoge a la clasificación estadounidense de olas del feminismo que inició Kate Millet, que sitúa la primera durante el sufragismo y la segunda entre los años sesenta y setenta, continuada por Rebeca Walker con una tercera que comenzó en los años noventa. No obstante, hay una propuesta europea, la de Amelia Valcárcel (56-57), quien localiza la primera ola en la Ilustración,

Los contenidos de la revista se publican bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

Feminismo/s 35, junio 2020, pp. 351-355

así el movimiento sufragista pasa a ser la segunda y aquello que se ha venido denominando «revolución sexual» de los años sesenta y setenta, se traduciría en una tercera ola. Esto puede afectar a la definición de «feminismo liberal»: Valcárcel define así el sufragismo y lo considera en su sentido clásico, aún vigente y caracterizado por ser reformista y albergar las demandas de mujeres de clase acomodada (Heywood 239-240). Siguiendo este razonamiento, hablar de «feminismo liberal o neoliberal» (10) resulta impreciso y confuso, al igual que sucede con la conceptualización del feminismo en las corrientes «adaptativa» y «revolucionaria» que vienen a reemplazar el ya mencionado feminismo liberal y al feminismo radical, respectivamente (Heywood 228-229). Algo semejante se produce al presentar al «posfeminismo», el «feminismo popular» y «feminismo neoliberal» como sinónimos (28-29), cuando cada cual ubica su razón en puntos distintos. El posfeminismo se origina por su rechazo a las demandas de la tercera ola<sup>1</sup>, considerando que ya se ha logrado la igualdad formal y siendo sus características aún difíciles de llevar a consenso científico; mientras que el feminismo popular pone el acento en el resultado, el haberse convertido en un movimiento de masas; y el feminismo neoliberal habla del proceso que le ha convertido en lo que es, un producto de consumo más. Pueden ser estos motivos suficientes para esgrimir por qué estos tres términos no deberían presentarse como intercambiables, aunque sí sea útil para reflexionar sobre la proliferación de conceptos en busca de caracterizar el feminismo actual.

Las preguntas de investigación formuladas son uno de los principales valores de esta obra. No se responde a todas ellas con carácter definitivo, pero se dibujan hojas de ruta interesantes para continuar esta línea de investigación. Se interrogan las autoras sobre si el producto del acomodamiento del feminismo al sistema socioeconómico, el «feminismo neoliberal», es capaz de mantener la esencia subversiva del movimiento. Se señala así directamente al conflicto estructural provocado por esta estrategia neoliberal, siendo incómodo el feminismo que, en su corriente radical, desarrolla una crítica al sistema, caracterizado como neoliberal y patriarcal.

---

1. La presente reseña se rige por la propuesta de clasificación de olas del feminismo de Amelia Valcárcel de modo que, en adelante, cuando se mencione una de ellas se hará tomándola como referencia, sin que sea necesario precisararlo.

En esta línea, Reverter y Medina-Vicent proponen «la sospecha como forma de pensamiento crítico» a través de la que constituir la conciencia feminista (16). Cabe destacar la perspectiva interseccional e intergeneracional manifestada en el libro, que caracteriza esta etapa del feminismo por la superación de la diferencia de edad y la confluencia de demandas que evidencian la diversidad del sujeto político «mujer», que se había universalizado soslayando que realmente contaba las experiencias de «una mujer blanca, heterosexual, de clase media, con formación» (Casado Aparicio 100). Reverter y Medina-Vicent apuntan aquí al mismo dilema que plantea Patrizia Violi al abordar la complicación necesaria de llegar a un «universal-particular» que reúna las diferencias de las vivencias y las necesidades al tiempo que tenga la entidad suficiente para constituir un sujeto político sólido y operativo (139). Con precisión se indica que la forma de ampliar este sujeto no es recurriendo a la representación, que puede «usurpar la experiencia» (Reigada-Olaizola 60), sino abogando por una reivindicación de redistribución real de los recursos (35). En este sentido, se advierte que «el estado de la igualdad de género no es lo mismo en todos los países, por lo que las repercusiones legales y sociales de participar en una campaña feminista [...] pueden ser muy diferentes dependiendo de dónde nos encontremos» (100), evidenciando esta diversidad de las vivencias en función de la situación geopolítica.

Con la intención de continuar caracterizando el momento actual del feminismo, las autoras concluyen que, aparte de la cuestión intergeneracional e interseccional, destaca su onnipresencia, en el sentido de que no existe a día de hoy un país ajeno a las injerencias del patriarcado (40-41). Se realiza una reivindicación de la validez de clasificar el feminismo en olas por ser «una forma de remarcar que los objetivos para alcanzar la igualdad han de ir revisándose y renovándose de forma continua» (19) y también por afianzar la idea de que «la desigualdad de las mujeres no es un problema puntual de un periodo concreto de la historia» (19). A esta defensa va asociada otra sobre la que no suele hacerse mención: «El antifeminismo también se puede relatar en olas, pues para cada ola feminista hay una reacción organizada en contra» (9). A día de hoy, aseguran Reverter y Medina-Vicent, el feminismo se enfrenta a la lucha contra los discursos de odio, especialmente en las redes sociales.

Los *hashtags* aparecen como un recurso que lleva las demandas feministas a la agenda política y mediática, y es ahí donde reside su fuerza principal,

aunque guardan una carga ambivalente. Por un lado, los *hashtags* permiten dar una idea de la transversalidad de los efectos de los valores patriarcales en la sociedad, abordando temas como la violencia contra las mujeres, el significado de los cuerpos femeninos o la culpabilización de las víctimas; pero por otro, resulta inocente pensar que toda persona que participa en las redes, sumándose a una de estas campañas, lo hace con una conciencia feminista, dificultada si se tiene en cuenta la saturación intrínseca a los entornos digitales, donde una reivindicación acaba «sepultada por un mar de tuits que caducan casi en el instante de su publicación» (105). Igualmente, otras autoras como Stavroula Pipyrou alertan sobre el peligro que una denuncia por redes sociales puede conllevar por el hecho de que el alivio que produce el apoyo de la comunidad sustituya la necesidad de reclamar un aparato político, educativo y judicial que dé solución al problema. La concreción de qué agentes sociales se están involucrando en este tipo de campañas es también relevante. Si bien el éxito de los *hashtags* depende siempre en última instancia de la participación ciudadana, la sociedad civil no es la única en implicarse, sino que instituciones públicas, marcas y celebridades se han sumado a esta corriente, lo que hace pensar, como indican las autoras, en el valor estratégico del feminismo, que se ha convertido para muchos y muchas en garantía de éxito (97).

La conclusión a la que se llega en este libro es que la desestigmatización del feminismo se ha producido gracias a su popularidad, fortalecida en gran parte por mediación de las redes sociales y los *hashtags* que enumeran en su segundo capítulo. *El feminismo en 35 hashtags* es una obra optimista, necesaria para construir un marco teórico e interpretativo que permita analizar el momento actual del feminismo y reflexionar acerca de su relación con las redes sociales, así como sobre las ventajas e inconvenientes que la adscripción inconsciente al movimiento puede tener a largo plazo para la consecución de los objetivos últimos del feminismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Casado Aparicio, Elena. «La des/reconstrucción de la comunicación en las sociedades de la información». *Crítica feminista y comunicación*. Eds. María José Sánchez Leyva y Alicia Reigada Olaizola. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007. 82-109.

- Heywood, Andrew. *Political ideologies. An introduction*. Londres: Palgrave MacMillan, 2012.
- Pipyrou, Stavroula. «#MeToo is little more than mob rule vs. #MeToo is a legitimate form of social justice». *Journal of Ethnographic Theory* 3. 8 (2018): 415-419.
- Reigada Olaizola, Alicia. «Orientaciones. Comunicación, cultura y sentido». *Crítica feminista y comunicación*. Eds. María José Sánchez Leyva y Alicia Reigada Olaizola. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007. 56-81.
- Valcárcel, Amelia. *Feminismo en el mundo global*, Madrid: Cátedra, 2008.
- Violi, Patrizia. «Feminismo y filosofía del lenguaje. Sujeto lingüístico y sujeto femenino». *Feminismo y teoría del discurso*. Ed. Giulia Colaizzi. Madrid: Cátedra, 1990. 127-140.