



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2017  
ISSN 1887-4606  
Vol. 11(4) 704-736  
[www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)

---

*Artículo*

---

**Construyendo identidades feministas en la red.**

**Análisis crítico de las prácticas discursivas institucionales y no institucionales en el contexto universitario**

*Constructing feminist identities online.  
Critical Analysis of the institutional and non institutional discursive practices in the university context*

*Paloma Elvira Ruiz*  
Universidad Pompeu Fabra

## Resumen

*El presente artículo muestra las estrategias discursivas aplicadas por distintas organizaciones -institucionales y no institucionales- para la articulación de un discurso online de resistencia contra el sexismo. A pesar de que todas ellas emergen en un mismo contexto -el universitario- y con una misma finalidad -oponerse a las prácticas hegemónicas de género- la forma en la que estas organizaciones configuran su discurso en Facebook parece ser distinta. Estas diferencias no sólo se observan en los modos de significación inclusiva, sino también en las posiciones que estas organizaciones toman respecto a otros organismos y movimientos sociales, así como en las convenciones discursivas y actividades online que desarrollan. De esta forma, la combinación específica de estas estrategias se sitúa como un elemento definitorio de las identidades online de estos grupos, y muestra la amplia diversidad existente en los modos de acción colectiva dentro los movimientos sociales.*

**Palabras clave:** lenguaje inclusivo, interdiscursividad, intertextualidad, redes sociales, identidad

## Abstract

*This article will explore the discursive strategies that different institutional and non-institutional organisations apply in their online resistance against sexism. Even though all of these groups are situated within the university context, and all share the common goal of opposing hegemonic gender practices, the ways in which they articulate such oppositional discourses on Facebook are markedly different. These differences do not only consist of contrasting approaches to inclusive language management, but also pertain to the ways in which these organisations align themselves with other bodies and social movements, and the ways in which their actions are developed through online activism. Thus, the specific combination of these discursive strategies becomes the defining feature of their online identities. Moreover, it reflects the large diversity of forms of activism existing within social movements.*

**Keywords:** inclusive language, interdiscursivity, intertextuality, social networks, identity

## Introducción

El presente artículo muestra resultados preliminares de una investigación en curso sobre los mecanismos discursivos utilizados en la resistencia ante las narrativas hegemónicas de género dentro del contexto universitario. Tomando como caso de estudio la Universidad Autónoma de Madrid, el artículo examina las prácticas discursivas de las cinco organizaciones institucionales y no institucionales más populares en las redes sociales que se encuentran vinculadas a la lucha contra el sexismo en la universidad. Todas ellas utilizan las redes -especialmente Facebook- para diseminar sus reivindicaciones y organizar su activismo. De esta forma, dicha plataforma constituye un recurso fructífero para construir el corpus de la investigación.

Atendiendo al conjunto de publicaciones de Facebook (*posts*) realizadas por las cinco organizaciones durante un periodo de cuatro meses, se pretenden identificar los dispositivos discursivos que caracterizan sus discursos de resistencia, y las funciones que desempeñan dentro de su activismo. Asimismo, se revisará la relación entre estos dispositivos discursivos y la construcción de la identidad del grupo. Para ello, el análisis se llevará a cabo dentro del marco metodológico propuesto por Fairclough (1989, 1992) para el estudio crítico del cambio social y cultural, atendiendo a cinco categorías de análisis: lenguaje (no)inclusivo, actividades/temáticas, estrategias interdiscursivas, estrategias intertextuales e identidad.

La primera sección del artículo constituye una presentación del contexto socio-político en el que emergen las organizaciones bajo estudio. A continuación se expone el marco teórico bajo el que se articula la investigación, seguido de una sección metodológica donde se señalan las preguntas de investigación y se describe el corpus, las organizaciones que aportan el discurso y el procedimiento de análisis. Finalmente, se aporta el análisis, y una última sección de conclusiones.

## Contextualización

Las universidades han constituido centros neurálgicos de la movilización social en la España contemporánea. Concretamente, en la última década, distintas movilizaciones a nivel europeo parecen haber reactivado la lucha estudiantil -ligeramente paralizadas durante el periodo Post-transición (Cilleros y Betancor, 2014)- con protestas ante la progresiva mercantilización de las universidades (Sevilla y Urbán, 2008). En este contexto, comienzan a articularse discursos críticos contra el llamado “Espacio Europeo de Educación Superior” (EEES) que buscaba unificar los distintos sistemas educativos de la Unión Europea bajo el criterio del ‘Plan Bolonia’. Entendido en diversos sectores políticos como una forma de

intrusión a la autonomía de las universidades y una legitimación de las políticas neoliberales europeas (Cilleros y Betancor, 2014), la inminente aplicación del Plan Bolonia enciende la mecha del movimiento estudiantil.

Durante el curso académico 2005-2006 se sucedieron distintas movilizaciones estudiantiles a nivel europeo y nacional que fueron aumentando el grado de conflictividad (Sevilla y Urbán, 2008), hasta que entre el año 2008 y 2009 el conflicto alcanza su máximo exponente en España con la convocatoria de huelgas de estudiantes, encierros y manifestaciones multitudinarias. Como señalan Cilleros y Betancor (2014: 162), ‘la agenda mediática y el debate social fue hegemonizado por las protestas estudiantiles’. A pesar de no conseguir parar la reforma educativa, lo que este movimiento permitió fue la creación de redes de participación estudiantil que han resultado claves en la posterior movilización social, como el movimiento 15M (Cilleros y Betancor, 2014) o el siguiente ciclo de movilización estudiantil contra la reforma educativa LOMCE (año 2013) y la reforma universitaria “3+2” (año 2015).

La politización del espacio universitario no se redujo exclusivamente a la articulación de una crítica del sistema económico, sino que otros sistemas ideológicos entraron en juego. Concretamente, la denuncia de la desigualdad de género y de la violencia patriarcal comienza a copar los discursos tanto de asociaciones estudiantiles como de ciertas esferas institucionales. Por un lado, en lo que respecta a las organizaciones estudiantiles, de forma similar a como se ha señalado en relación al movimiento 15M (véase Martín Rojo, 2012; Romanos, 2011), la modificación de hábitos lingüísticos para construir un discurso inclusivo se sitúa como una herramienta de participación democrática. Por otro lado, el establecimiento de medidas legislativas y no legislativas dirigidas a la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres repercute en la praxis institucional. Concretamente, más allá de la incorporación de recomendaciones lingüísticas inclusivas, la aprobación de la Ley Orgánica 3/2007 del 22 de Marzo para la Equidad Efectiva de Mujeres y Hombres obliga a las universidades a crear un órgano (Unidad de Igualdad de Género, en el caso de la UAM) que vele por el cumplimiento de la regulación en dicho contexto (BOE, 2007 en Bengoechea, 2011; Universidad Autónoma de Madrid, 2008). De esta forma, estos organismos nacen, entre otras cosas, con una orientación intrínsecamente crítica hacia la praxis discursiva de otros ámbitos administrativos, donde la adecuación de las normas lingüísticas viene delimitada por la Real Academia de la Lengua Española (BOE, 2005), institución públicamente conocida por su posición reacia ante la reforma inclusiva de la lengua (Bengoechea, 2011).

Es en este contexto socio-político en el que las distintas organizaciones de este estudio emergen. Así, el espacio universitario de la

UAM se va configura como un lugar de contestación y resistencia contra-hegemónica no sólo del estudiantado, sino también de trabajadoras/es. Con la progresiva incorporación de las redes sociales dentro de las prácticas discursivas institucionales (Unidad de Igualdad de Género) y no institucionales (asociaciones de estudiantes), este espacio de lucha va perdiendo su dependencia física, dando lugar a nuevas formas de crear, mantener e imaginar tanto las comunidades como sus identidades (Shi, 2014 en Bouvier, 2015).

La mayor parte de la investigación situada bajo la rúbrica de ‘lenguaje y género’ en español se ha dirigido a documentar el sexismo lingüístico (véase entre otros Nissen, 2002; Calero, 1999; Bengoechea, 2011), el impacto de las reformas lingüísticas inclusivas en los hablantes (Jiménez Rodrigo et al., 2011) o las actitudes ante estas reformas (Bengoechea y Simón, 2014), no prestándose tanta atención al estudio de la función que los recursos lingüísticos inclusivos juegan en la construcción de un contra-discurso feminista. De esta forma, atendiendo a los usos del lenguaje en las redes sociales, este estudio busca entender como estos grupos utilizan los recursos virtuales no sólo para articular un discurso de resistencia ante el sexismo, sino también para configurar sus identidades grupales.

## Marco teórico

### Construyendo significados en el espacio virtual

El manejo de las redes sociales se ha convertido en los últimos años en un área de gran interés dentro del estudio de movimientos sociales (Bacallao-Pino, 2016). La incorporación de nuevas herramientas de significación *online* ha traído consigo la articulación también de nuevos modos de participación política. En este sentido, gran parte de la investigación se ha centrado en conocer la relación entre el uso de plataformas virtuales de comunicación y los cambios en la lógica de la acción colectiva (Bennett y Segerberg, 2016), así como en el papel que las nuevas tecnologías juegan en el mantenimiento y/o resistencia del estatus quo (Castells, 2007). Sin embargo, menos atención se ha prestado al “rol que los medios y las prácticas comunicativas desempeñan en estos movimientos” (Cárdenas, 2016: 79).

Asimismo, los estudios en el campo de la comunicación mediada por ordenador han tendido a disociar los ámbitos de interacción *offline* y *online*, abordando el análisis de esta última de forma descontextualizada y entendiéndola como un fenómeno homogéneo que difiere del resto de prácticas discursivas (Androutsopoulos, 2006). En este contexto, las aportaciones de los Estudios del Discurso resultan fundamentales en tanto

que suponen una reconceptualización de las prácticas discursivas *online*, cuyo estudio había sido tradicionalmente reducido a la descripción de estructuras lingüísticas específicas del “*webslang*” o lenguaje de Internet (Androutsopoulos, 2006). De esta forma, el discurso *online* comienza a entenderse como una práctica social, cuyas características lingüísticas varían en función del medio tecnológico utilizado y del contexto socio-cultural que le rodea (Herring, 2001).

En esta línea, la noción de “comunidad *online*”- inspirada en la idea de “comunidad de práctica” de Lave y Wenger (1991)- supone un concepto útil para entender las prácticas discursivas de grupos de activismo digital. Entendido como un agregado de personas que interactúan en el espacio virtual y que comparten actividades, normas y objetivos (Chiluwa, 2012), el concepto de comunidades *online* nos recuerda que la (re)producción de significados no deriva de acciones individuales, sino de la acción conjunta dentro del entramado social. De esta forma, a través de la participación en comunidades de práctica/*online* se generan diversos significados (conocimiento, creencias, valores, etc.) que son compartidos entre sus miembros (Eckert y McConnell-Ginet, 2003).

Es importante mencionar que para formar parte de una comunidad de práctica/*online*, es necesario desarrollar no solo una competencia lingüística, sino también una competencia comunicativa (Gumperz y Hymes, 1972; Holmes y Meyerhoff, 1999) que permita a los/as hablantes utilizar recursos lingüísticos acordes al contexto social en el que se encuentran. Así, la participación en estas comunidades implica no sólo la negociación de la estructura lingüística por parte de sus miembros, sino también la adaptación de los patrones de interacción y discursos ante las especificidades del grupo. Esta negociación se encuentra íntimamente relacionada con los procesos de construcción identitaria (Eckert y McConnell-Ginet, 1999, 2003; Georgakopoulou, 2006), a través de los cuales los miembros de la comunidad pueden acabar reproduciendo modelos de identidad hegemónicos o por el contrario, desafiarlos (Bucholtz, 1999).

### **El género como sistema de opresión y resistencia**

El sistema patriarcal, como sistema ideológico hegemónico, privilegia material y simbólicamente a los hombres como grupo social (Lazar, 2007; Varela, 2008), relegando el papel de la mujer en la sociedad a un plano secundario. Como sistema de significación, las ideologías hegemónicas de género circulan de forma natural a través de medios discursivos como si productos de un consenso se trataran (Lazar, 2007). De esta forma, el lenguaje y las prácticas discursivas suponen un reflejo de la realidad social, pero también una herramienta de cambio.

Entender la relación entre el lenguaje y las ideologías de género, se convierte en algo esencial dentro de los Estudios Críticos del Discurso, y más específicamente para sus vertientes feministas (véase Lazar, 2007). Así, el Análisis (Feminista) Crítico del Discurso entra en juego como una forma de desgarrar los mecanismos discursivos implicados en el mantenimiento o resistencia ante prácticas de género hegemónicas (Lazar, 2007) con el fin de generar un cambio social ante la desigualdad sistemática entre hombres y mujeres (Talbot, 1998).

Como se avanzó anteriormente, las identidades emergen de un proceso de construcción de significados a través de la acción conjunta y la participación en procesos de socialización determinados. En ese proceso, las prácticas discursivas juegan un papel central (Fairclough, 1989). Así, a través del lenguaje y la interacción, los individuos y grupos se presentan ante el resto y negocian sus posiciones dentro del entramado social (De Fina et al., 2006). Concretamente, en el marco de esta investigación, atender a las prácticas discursivas de los distintos grupos nos aporta información valiosa para entender como a través de su actividad *online* se presentan ante su audiencia y construyen mediante distintas estrategias una narrativa contra-hegemónica de género, proponiendo así una definición de lo que (no) son. De esta forma, a través de procesos de indexicalización, por los cuales las estructuras lingüísticas pueden ser utilizadas para evocar sistemas de significación, como ideologías o representaciones sociales (De Fina et al., 2006), las organizaciones conectan sus discursos (micro nivel) con la estructura social (macro nivel). Así, son capaces de alinearse o distanciarse tanto con actores sociales, y sus voces, como con determinadas prácticas sociales (Georgakopoulou, 2006).

### **Estudiando el cambio social**

Los discursos en redes sociales de las distintas organizaciones de este estudio pueden ser entendidos como una forma de práctica social dirigida a cuestionar el la narrativa “oficial” de género. Pero, ¿cómo es posible constatar los cambios en dicha narrativa? En esta línea, Fairclough (1989, 1992) propone una aproximación tanto teórica como metodológica que nos permite abordar el estudio del cambio social y cultural en términos de cambio discursivo.

Esta aproximación supone un intento de establecer un puente entre lo ‘macro’ -la estructura social- y lo ‘micro’ -el texto. De esta forma, el estudio del aspecto textual del discurso no puede llevarse a cabo de forma aislada, sino que debe ser entendido dentro del contexto de producción, distribución y consumo, que a su vez se encuentra condicionado por variables socio-históricas. Por tanto, esta modalidad de análisis constituye

una mirada contextualizada al estudio del discurso, que en vez de orientarse hacia la clasificación taxonómica de estructuras lingüísticas implicadas en el cambio social contemporáneo, busca comprender la función que éstas tienen dentro de un contexto socio-cultural y político determinado.

El concepto de *intertextualidad* juega un papel central dentro de esta aproximación. Entendida como la propiedad de los textos de combinarse entre sí, contestándose unos a otros y modificando convenciones previas u *órdenes del discurso* (Fairclough, 1989; 1992), nos indica como el contexto macro-social (estructuras sociales, relaciones de poder, etc.) queda inserto en el texto. En este sentido, Fairclough (1992) distingue dos formas de inclusión del contexto en el texto: de forma “manifiesta” -comúnmente referida como “intertextualidad”- a través del uso de técnicas de representación discursiva y metadiscursiva, presunción, negación y/o ironía; o de forma “constitutiva” -conocida como “interdiscursividad”- mediante la hibridación de géneros, discursos y estilos.

Concretamente, esta aproximación resulta de gran utilidad en el ámbito de la comunicación *online* en redes sociales, pues según han señalado diversos/as autores/as, se trata de un medio intertextual en sí mismo (Bolter y Grusin, 1999 en Fornäs et al., 2002; Herkman, 2012). De esta forma, a través de las redes sociales los/as hablantes construyen cadenas discursivas que responden a discursos previos y abren la puerta a múltiples respuestas híbridas, generando también una adaptación de los medios acorde a los cambios en el contexto social y cultural (Herkman, 2012).

Por tanto, a través no sólo del análisis lingüístico del texto, sino también de la forma en la que ciertas voces y discursos son incluidos o excluidos, y de la combinación de convenciones discursivas, es posible atestar empíricamente los cambios en las prácticas discursivas, así como las condiciones sociales e ideologías a las que responden (Fairclough, 1992; 1993).

## Metodología

### Preguntas de investigación

En base a una observación preliminar de las publicaciones de Facebook de las distintas organizaciones, se observa una práctica discursiva común: el uso de esta red social para diseminar sus discursos de resistencia y oponerse a las prácticas sexistas. De esta forma se proponen las siguientes preguntas de investigación: (1) ¿Cuáles son las estrategias discursivas que estas organizaciones utilizan en sus publicaciones para resistir o desafiar las narrativas sexistas y las relaciones de poder patriarcales? (2) ¿Cómo estas

prácticas discursivas están implicadas en la construcción de una identidad de grupo?

### **Organizaciones: ¿quién aporta el discurso?**

Como se introdujo al comienzo, los datos a analizar corresponden con las producciones discursivas de cinco organizaciones -las más populares en las redes sociales- autodefinidas como feministas y que actúan dentro del contexto universitario de la Universidad Autónoma de Madrid.

De todas ellas, “Unidad de Igualdad de Género” (UIG) constituye un organismo institucional, cuya existencia deriva directamente de la aplicación de la Ley Orgánica 3/2007, por la cual todas las entidades dependientes de la Administración Pública deben garantizar la equidad entre hombres y mujeres. De esta forma, la organización desempeña diversas funciones relacionadas con la lucha por la igualdad de género, y entre sus labores se encuentra garantizar el uso de un lenguaje no sexista en el contexto universitario (Universidad Autónoma de Madrid, 2008). La organización está compuesta por un número reducido de mujeres y utiliza la red social Facebook para dar eco a sus acciones, contando aproximadamente con 2500 seguidores.

Los otros cuatro grupos constituyen organizaciones estudiantiles, independientes del control institucional. De acuerdo con la información facilitada en sus perfiles de Facebook, todas ellas se alinean con ideologías feministas, pero tanto sus criterios de acceso como el tipo de acciones que desarrollan son distintos. Asimismo, emergen en momentos temporales diferentes:

- “La Diana. Asociación Feminista de la UAM”: se trata de un grupo no mixto de mujeres, cuya lucha se vincula con movimientos anticapitalistas. Su aparición se sitúa en el 2015, en un contexto de conflictividad estudiantil ante la reforma educativa “3+2”.

- “Asociación de Estudiantes Malayerba”: constituye un grupo mixto de la facultad de Biología, cuyo activismo abarca tanto cuestiones de género como cuestiones medioambientales. Asimismo, se alinean con movimientos anticapitalistas y antifascistas. La organización se funda en el periodo de movilizaciones contra el Plan Bolonia, pero su página de Facebook no se hace operativa hasta el 2011.

- “Asociación de Estudiantes Noam Chomsky”: se trata de un grupo mixto de la facultad de Psicología que realiza proyectos socio-comunitarios, abarcando temáticas de género y la lucha anticapitalista. Al igual que la asociación previa, su origen se sitúa en el periodo 2008-2009, pero su perfil de Facebook se abre en 2011.

- “UAMentiende”: es una organización mixta centrada la lucha por la diversidad sexual y la igualdad de género. No se posicionan abiertamente con ninguna lucha social más. Su actividad comienza en 2002, pero no es hasta 2013 cuando hacen operativo su perfil de Facebook.

Al igual que UIG, todas estas asociaciones utilizan sus perfiles de Facebook para visibilizar sus distintas formas de activismo y cuentan con aproximadamente 1000 seguidores cada una.

### **Corpus**

Los datos de este estudio consisten en 299 publicaciones de Facebook, realizadas en un periodo de cuatro meses (Octubre y Noviembre de 2016, y Febrero y Marzo de 2017) por las cinco organizaciones (120 de UIG, 93 de A.E. La Diana, 44 de A.E. Malayerba, 41 de A.E. Noam Chomsky y 19 de A.E. UAMentiende). De dichas publicaciones se ha tenido en cuenta el contenido textual de los *posts*, así como de las imágenes que en ocasiones se incluyen. Dado la baja interacción a través de comentarios, éstos solo se han tomando en cuenta para dilucidar posibles relaciones de afinidad entre grupos. Lo mismo ha sido aplicado para las tendencias de “like” que las propias asociaciones muestran tanto en sus publicaciones como en las del resto de organizaciones.

### **Procedimiento**

Como se avanzó en el marco teórico, el modelo de cambio social propuesto por Fairclough (1989, 1992) va a constituir la herramienta metodológica para el análisis. De esta forma, el análisis textual va a estar íntimamente relacionado con el análisis del contexto sociocultural y político en el que los discursos se producen y distribuyen.

En cuanto a la primera pregunta de investigación, con el fin de documentar las estrategias que estas organizaciones desarrollan en su discurso anti-sexista, se tendrán en cuenta: (a) los recursos lingüísticos (no) inclusivos aplicados a nombres, pronombres, adjetivos y determinantes, (b) las actividades o temáticas que incluyen en sus publicaciones; (c) las estrategias interdiscursivas de sus discursos; y (d) las conexiones con otros discursos a través de la incorporación de contenidos o voces externas mediante estrategias intertextuales.

Para dar respuesta a la segunda pregunta de investigación, se tendrá en cuenta (1) cómo a través de los recursos lingüísticos (no) inclusivos las organizaciones indexan categorías sociales y de membresía, (2) cómo a través de las actividades que realizan definen su audiencia y se posicionan

dentro un continuum ideológico, (3) cómo a través de la incorporación/exclusión de multivocalidad y de convenciones discursivas definen sus posiciones dentro del activismo político.

### **Análisis**

El análisis del corpus se encuentra dividido en cinco bloques temáticos que incluyen información sobre todas las organizaciones. Mientras que los cuatro primeros bloques tienen un carácter más descriptivo, en tanto que definen las estrategias que las organizaciones utilizan para construir su discurso de resistencia, el quinto bloque dedicado a los aspectos identitarios, recapitula la información anterior y la contextualiza dentro de la función específica que desarrolla en la construcción de la identidad grupal.

#### **Recursos lingüísticos (no) inclusivos**

Esta sección recoge la información relativa a las estrategias (no) inclusivas que las distintas organizaciones aplican para lidiar con la cuestión de género cuando se refieren a actores sociales dentro de sus discursos. Puesto que el español es una lengua *pro-drop*, no es necesario incluir un sintagma nominal como sujeto gramatical. Sin embargo, la inclusión o exclusión del mismo tiene que ver con factores discursivo-pragmáticos a través de los cuales se conceptualizan las relaciones entre personas (Aijón y Serrano, 2010). Concretamente, la omisión del sujeto en tercera persona permite generar una neutralidad discursiva en términos de género, al no especificarse si el agente es un grupo masculino, femenino o mixto. Lo mismo ocurre cuando los/as beneficiarios/as de la acción son referidos a través del pronombre átono 'os'. De esta forma, las organizaciones de este estudio juegan con la posibilidad no solo de incluirse u omitirse como sujetos agentes, sino también de remarcar el destinatario de sus acciones (duplicando el complemento indirecto). Así dan lugar a distintas formas de representarse a sí mismas y a su audiencia.

Las organizaciones aplican distintas estrategias que les permiten lidiar con este tipo de inclusiones relacionadas con la agencialidad o receptividad de las acciones. Algunas de ellas corresponden a recomendaciones recogidas en guías de comunicación no sexista en español, como el uso de sustantivos epicenos para referirse a grupos mixto (Nissen, 2002; Bengoechea, 2011). Otros recursos aplicados por estos grupos no se encuentran entre esas recomendaciones. Algunos ya han sido documentados académicamente, como el uso de '/', '-' o '@' como sustituto de la marca de género (Bengoechea, 2011), mientras que otros no parecen haber sido abordados todavía, como el uso de 'e' o 'x'.

Concretamente, Unidad de Igualdad de Género (UIG) tiende a desarrollar un discurso en primera persona del plural de carácter neutro a través de la auto-omisión como sujetos agentes. Asimismo, cuando desean enfatizar su agencialidad, la organización recurre a la citación de su nombre de usuario y no a la incorporación del pronombre personal, y se refiere a sí misma en tercera persona, generando cierto distanciamiento. De esta forma, los componentes del grupo se ocultan bajo la identidad organizacional o corporativa:

(1) *'La UAM-Unidad de Igualdad de Género ha elaborado...'* (Publicación del 15 de noviembre de 2016).

La elipsis de los/as receptores/as de sus acción (generalmente su audiencia de Facebook) es una característica común en su discurso. Tan sólo cuando las personas receptoras no son todos los miembros de su audiencia, la organización hace una matización a través de la incorporación de sustantivos epicenos que evitan el uso del masculino genérico:

(2) *'Las acciones de formación permanente irán dirigidas al profesorado y personal especializado...'* (Publicación del 19 de octubre de 2016).

Así, mediante un estilo retórico carente de marcas de género, la organización tiende a no revelar ni el género de sus integrantes ni de su audiencia. No obstante, cuando estas son reveladas, se recurre a estrategias recogidas en guías de comunicación no sexista (2).

Esta tendencia parece oponerse a la que utiliza La Diana, donde la "neutralidad discursiva" es sustituida por la inclusión de marcas de género. Éstas aparecen ocasionalmente en pronombres con los que la organización se refiere a sí misma en femenino como colectivo (3), o, de forma más habitual, a su audiencia mediante la coaparición de un clítico y un complemento indirecto (4):

(3) *'Si tenéis sujetadores antiguos, que ya no os sirvan y de los que os queráis deshacer, ¡¡¡Nosotras sí los queremos!!!'* (Publicación del 6 de marzo de 2017).

(4) *'Os esperamos a todas'* (Publicación del 6 de octubre de 2016, en relación a la invitación a un evento mixto).

En cuanto a las referencias a las personas beneficiarias de sus acciones, cuando componen grupos mixtos, las incorporaciones se hacen habitualmente a través del uso del femenino genérico (4). En estas ocasiones, el contexto discursivo que les rodea juega un papel clave para comprender cuando se aluden a grupos mixtos y cuando no. Asimismo, la organización recurre puntualmente tanto a la aplicación de estrategias recomendadas, como el uso de sustantivos epicenos o el desdoblamiento de

determinantes; como a estrategias no recomendadas, como el uso de ‘x’ para sustituir la marca de género en pronombres y artículos que anteponen sustantivos de doble género, o ‘/’ para incluir el género masculino y femenino en artículos.

Por su parte, el discurso de Malayerba combina el estilo retórico neutro, sobre todo en los post que componen los dos primeros meses del corpus, con la incorporación de marcas de género inclusivas. Al igual que ocurría con UIG, Malayerba se auto-omite ocasionalmente como sujeto agente, y cuando desea enfatizar su posición como agente, recurre a la incorporación de su nombre de usuario dentro de estructuras locativas, que señalan el lugar desde el que se realiza la acción. Así, en vez de distanciarse de la acción, el colectivo refuerza de forma neutra su posición como agente:

(5) *‘Desde Malayerba presentamos...’* (Publicación del 26 de Marzo de 2017).

Las marcas de género aparecen de forma habitual al personificar a su audiencia, como receptora de sus acciones, y ocasionalmente para referirse a sí misma. Entre las estrategias que la organización utiliza para evitar el uso del masculino genérico aparece de forma recurrente la sustitución de la marca de género por “e” (6) y “x” (7) durante el mes de Febrero y ocasionalmente en Marzo:

(6) *‘Bienvenides al Guateque Degenerado de las VII Jornadas Transmaribollo...’* (Publicación del 10 de Febrero de 2017).

(7) *‘Nosotrxs estamos dándole los últimos retoques al documental “Las Caras Ocultas de la Ciencia”...’* (Publicación del 26 de Marzo de 2017).

La sustitución de la marca de género por “x” y el uso puntual del femenino genérico, también es una estrategia aplicada por Noam cuando se refiere explícitamente a su audiencia. Asimismo, el uso de marcas genéricas no inclusivas aparece de forma ocasional en su discurso. En general, aunque la organización tiende a desarrollar un discurso neutro cuando se refiere a sí misma, ya sea a través de la elipsis del sujeto o de las estructuras locativas descritas anteriormente, ocasionalmente recurre al uso de “x” en pronombres cuando se introduce como sujeto agente:

(8) *‘¡Nosotrxs no nos la perdemos!’* (Publicación del 5 de Febrero de 2017).

Por último, UAMentiende desarrolla un discurso mayoritariamente neutro, en el que se observa una combinación de los patrones discursivos descritos con anterioridad. Al igual que Malayerba y Noam, a través del uso de estructuras locativas, la organización indexa a su lugar físico propiedades performativas o agentivas. Las marcas de género resultan muy limitadas y son aplicadas puntualmente a vocativos con los que se refieren a su

audiencia (9) o a algunos individuos de la organización como sujetos agentes (10):

(9) '*¡Buenas chicxs!*' (Publicación del 21 de Febrero de 2017).

(10) '*Algunas personas de UAMentiende hemos estado en frente de la rende del campus de Cantoblanco.*' (Publicación del 16 de Noviembre de 2016).

### **Actividades/temáticas**

Las organizaciones no solo resisten o desafían las narrativas hegemónicas de género a través del uso estratégico del lenguaje, sino también controlando los contenidos que se incluyen en sus espacios virtuales. De esta forma, a través del análisis de las temáticas y actividades que se incluyen en las publicaciones es posible detectar como las organizaciones definen su radio de acción e interpelan a audiencias específicas.

En términos generales, todas las organizaciones dedican la mayor parte de su actividad *online* a la invitación y promoción de sus eventos, así como a la documentación de los mismos. No obstante, el marco en el que se organizan estos eventos, así como las entidades participantes parece ser diferente. Mientras que UIG y UAMentiende parecen adaptar su actividad al calendario de días internacionales para la conmemoración de distintos aspectos relacionados con el movimiento feminista (Día Internacional de la Mujer en la Ciencia, Día de las Mujeres Escritoras, etc.), y LGTBI (Día Internacional para la Despatologización del Colectivo Trans, etc.), respectivamente; La Diana, Malayerba y Noam tienden a organizar su actividad acorde al contexto socio-político circundante (huelgas, movilizaciones estudiantiles, manifestaciones, etc.). De esta forma, estas tres organizaciones también incorporan puntualmente entre sus actividades la denuncia del sistema patriarcal y económico, y de las instituciones.

El siguiente ejemplo muestra algunos de los *posts* en los que UIG adapta su actividad durante el mes de octubre, dentro del marco de la celebración del Día Internacional de las Mujeres Escritoras (17 de Octubre), no restringiéndose exclusivamente a la invitación y documentación de eventos, sino incluyendo también una nueva actividad dirigida a la visibilización del rol de la mujer (escritora) en la sociedad durante el día conmemorativo (dentro del rectángulo) y en días posteriores:

**UAM - Unidad de Igualdad de Género**  
17 de octubre de 2016 · 🌐

#BuenosDíasUAM #IgualdadUAM

"La escritora Laura Freixas, presidenta de la Asociación Clásicas y Modernas expone los "mecanismos imperceptibles" que hacen que apenas se destaque en los libros de texto y en la crítica el papel de las mujeres en la literatura"



"La igualdad aún no la tenemos ni en la cultura"  
La escritora Laura Freixas, presidenta de la Asociación Clásicas y Modernas expone los "mecanismos imperceptibles" que hacen que apenas se destaque en los libros de texto...  
CADENASER.COM

**UAM - Unidad de Igualdad de Género**  
17 de octubre de 2016 · 🌐

#DíaDeLasEscritoras #IgualdadUAM #BuenosDíasUAM

"Desterradas de su propia obra"  
Hoy se celebra el "Día de las escritoras" contra el olvido y el silencio al que son sometidas las autoras.



Desterradas de su propia obra  
Hoy se celebra el "Día de las escritoras" contra el olvido y el silencio al que son...  
ELESANOL.COM

**UAM - Unidad de Igualdad de Género**  
17 de octubre de 2016 · 🌐

#IgualdadUAM #BuenosDíasUAM

"La Biblioteca Nacional organiza una edición colectiva en Wikipedia sobre mujeres escritoras"

<http://www.elmundo.es/.../2016/10/14/5800aea1e2704e80518b4593...>



La Biblioteca Nacional organiza una edición colectiva en Wikipedia sobre mujeres escritoras  
La Biblioteca Nacional de España (BNE) ha organizado para este sábado, 15 de octubre, una edición colectiva en Wikipedia sobre mujeres escritoras con el objetivo de hacer...  
ELMUNDO.ES

**UAM - Unidad de Igualdad de Género** ha compartido la publicación de AMIT.  
25 de octubre de 2016 · 🌐

#IgualdadUAM #BuenosDíasUAM

Hoy os compartimos este artículo de AMIT sobre la científica Marta Macho Stadler. Marta nos publica diversas noticias de interés en nuestra página sobre la situación de las mujeres en la ciencia, así como diferentes artículos de científicas, cuyo fin es darles visibilidad

**AMIT**  
20 de octubre de 2016 · 🌐

Me gusta esta página

Os invitamos a conocer a Marta Macho Stadler (Bilbao, 1962), nuestra científica de octubre.



**Marta Macho Stadler**  
Marta Macho Stadler. Licenciada (con grado) en Matemáticas por la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) en 1985. Ostivo Diplôme d'Études Approfondies (DEA) en Matemáticas Pures por la Université Claude Bernard de Lyon, Francia en 1988...  
AMIT.ORG





Imagen 1. Fuente: Facebook de UAM – Unidad de Igualdad de Género

Asimismo, ante otras fechas señaladas, como el Día Internacional de la Niña (10 de Octubre), UIG también incorpora otra actividad dirigida a la denuncia de la discriminación contra mujeres y niñas. Esta actividad también es muy común dentro del discurso de La Diana, pero se concentra mayoritariamente durante el mes de febrero en el marco de la convocatoria de varias huelgas (8M y 9M) y la ocurrencia de feminicidios, entre otras cosas. De esta forma, en tanto que el resto de asociaciones dirigen su actividad mayoritariamente a la promoción e invitación a sus eventos (todos en Madrid) podría deducirse que su activismo va dirigido principalmente a una audiencia local y activa. En cambio, la incorporación de otras actividades por parte de UIG y la Diana podría entenderse como una forma de interpelar tanto a una audiencia activa que participe en eventos, como una audiencia *online* interesada en cuestiones de género. No obstante, la tendencia generalizada de todas las organizaciones a documentar sus acciones también puede ser entendida como una forma de informar a la

comunidad virtual de sus formas de activismo y compromisos socio-políticos (ver imagen 8).

### **Estrategias interdiscursivas**

Los textos combinan de forma habitual distintos tipos de géneros o convenciones (Fairclough, 2003), adaptándose a las necesidades comunicativas de los usuarios. Concretamente, las publicaciones de Facebook parecen constituir artefactos interdiscursivos en sí mismos. Así, a través de la inclusión de texto, fotos, artículos, video y otros contenidos multimedia, los usuarios pueden combinar distintas actividades y convenciones discursivas (dentro del mismo post o en publicaciones aisladas), que forman parte de géneros discursivos preexistentes, como el periodístico, el divulgativo o el panfleto político. En este sentido, detectar como las distintas organizaciones manejan las convenciones discursivas para definir su forma de activismo digital puede arrojar luz sobre los procesos de cambio social, ayudando a identificar así el potencial creativo y de innovación de los actores sociales sobre la estructura textual (Fairclough, 2003).

Dado que la promoción y documentación de eventos resulta la actividad principal de estas organizaciones, esta sección se centrará en analizar los géneros y convenciones incluidos en este tipo de *posts*. Entre ellos, la apropiación de estrategias utilizadas en géneros promocionales y publicitarios parece ser una herramienta útil para estos grupos. No obstante, la forma en la que estas son aplicadas parece diferir entre ellos. Concretamente, UIG tiende a desarrollar un discurso institucional, donde el énfasis del carácter oficial y especializado de sus publicaciones parece ser fundamental. De esta forma, la organización adopta estrategias del ámbito de la publicidad corporativa, entre los que desatacan: (1) uso de eslóganes introducidos en *hashtags* institucionales (#BuenosDiasUAM, #IgualdadUAM, etc.), también utilizados por otros organismos de la UAM, a través de los cuales todas las publicaciones con estas etiquetas quedan recogidas en una misma línea conversacional; (2) autopromoción a través de su personalización como organizadores de los eventos y el uso de logos en los carteles informativos; y (3) establecimiento de cierta intimidad o cercanía con la audiencia mediante la personalización de los/las receptores/as de los eventos (“Os esperamos”). Asimismo, la organización hace un uso regular de la fuente y desarrolla un bajo nivel de innovación/creatividad en el uso de recursos lingüísticos de género inclusivo:



Imagen 2. Fuente: Facebook de UAM – Unidad de Igualdad de Género

En cuanto al discurso del resto de organizaciones, el género publicitario y promocional también juega un rol importante para la promoción de sus actividades. De esta forma, las organizaciones combinan la labor informativa con la persuasiva, en tanto que aportan contenidos sobre los eventos y tratan de atraer la atención de la audiencia para participar en ellos. No obstante, se aprecian ciertas diferencias respecto a UIG. En primer lugar, las asociaciones de estudiantes parecen establecer una mayor cercanía con su audiencia (beneficiaria de sus acciones), recurriendo a la duplicación de estructuras lingüísticas para referirse a ella (clíticos y complementos indirectos) o incluyendo vocativos con los que la personifican explícitamente (ver ejemplos 4 y 9). Asimismo, también existen diferencias entre estos cuatro grupos. Mientras que Malayerba, Noam y UAMentiende tienden a clamar la autoría de sus eventos (a través de construcciones locativas descritas anteriormente, uso de logos o firmas en carteles promocionales), el discurso de La Diana se asemeja más al ciberactivismo, en tanto que recurre al uso de imágenes, comunicados y carteles informativos anónimos, así como *hashtags* no institucionales, donde el énfasis se sitúa en la diseminación rápida de información por encima de la personificación de la entidad organizadora:

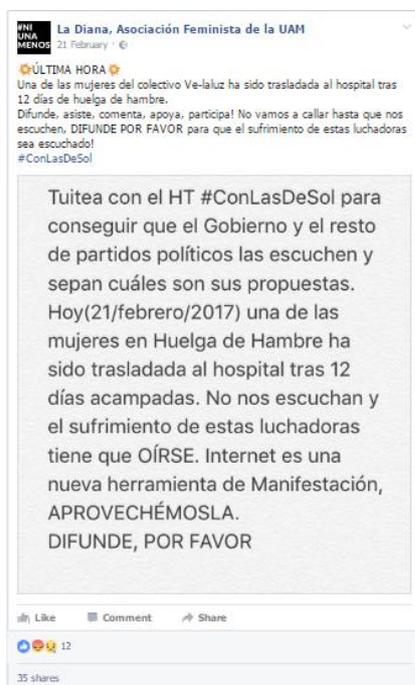


Imagen 3. Fuente: Facebook de La Diana, Asociación Feminista de la UAM

Asimismo, cabe destacar que de las organizaciones de estudiantes, tan sólo UAMentiende utiliza un estilo comunicativo semi-formal, similar al de UIG, con un uso regular de la fuente (tan sólo un uso ocasional de exceso de marcas exclamativas) y un estilo retórico generalmente neutro en cuanto a marcas de género. Esto puede entenderse como una forma de conferir legitimidad a su discurso, al alinearse con las prácticas discursivas que generalmente se desarrollan en el ámbito institucional.

Por último, llama la atención como Malayerba parece atribuir una doble funcionalidad a la inclusión de estrategias publicitarias en su discurso. Mientras que en todas las organizaciones la apropiación de las prácticas del género publicitario parece ir dirigidas exclusivamente a promocionar su imagen y sus actividades, en el discurso de Malayerba, estas estrategias parecen tener una función diferente. Concretamente, en la publicación que abajo se muestra, la organización no sólo admite su falta de profesionalidad en el ámbito publicitario sino que bromea al respecto. De esta forma, Malayerba se apropia de elementos del género publicitario corporativo y lo subvierte, asignándole una nueva función: divertir a su audiencia:



Imagen 4. Fuente: Facebook de Asociación de Estudiantes Malayerba

Por tanto, parece evidente que la incorporación de estrategias del campo publicitario constituye un elemento central en la articulación del discurso protesta de estas organizaciones, a través de las cuales diseminan sus ideologías feministas. Mientras que en el caso de Malayerba esta incorporación puede entenderse más como una provocación que como una verdadera apropiación de las prácticas discursivas del ámbito privado, en el resto de organizaciones estas estrategias parecen ser asimiladas dentro de sus prácticas discursivas como una herramienta de comunicación más. En este sentido, un análisis más detallado de estos géneros sería necesario para determinar si estas prácticas discursivas se encuentran expuestas a procesos de *comodificación* o de *democratización* lingüística (Fairclough, 1992).

### Estrategias intertextuales

Como se introdujo previamente, Facebook permite a los/as usuarios/as crear contenido o compartirlo de fuentes tanto internas (otros perfiles o páginas) como externas, generando así un abanico amplio de posibilidades para la incorporación de voces que dialogan con la de las organizaciones. De esta forma, entender qué voces se incluyen (y/o excluyen) en este diálogo, y cómo éstas son incorporadas, resulta fundamental para conocer como las organizaciones construyen, legitiman y refuerzan sus discursos.

Es importante tener en cuenta que la forma en que las voces son incorporadas a las publicaciones no constituye una elección exclusiva del usuario, sino que la propia plataforma de Facebook puede determinar hasta

cierto punto las condiciones en las se produce la inclusión de voces. Concretamente, cuando los/as usuarios/as comparten contenidos de otros perfiles/páginas utilizando la herramienta “compartir”, el post en su totalidad (no los elementos individuales que lo componen) son transferidos a sus perfiles y aparece una citación automática de la fuente (nombre del perfil/página). No obstante, también es posible evitar en uso de esta herramienta y descargar los contenidos individuales de las publicaciones, en función por ejemplo de los intereses, quedando en las manos del usuario/a la decisión de citar o no la fuente original.

En términos generales, mientras que los discursos de UIG, La Diana y Noam incluyen numerosas voces en sus discursos, los de Malayerba y UAMentiende se caracterizan por una inclusión limitada de voces. Concretamente, UIG, lejos de incluir contribuciones personales de miembros de la comunidad online, introduce voces “expertas” que forman parte de corporaciones o instituciones reconocidas públicamente y que disponen de perfiles de Facebook (universidades, medios de comunicación dominantes, ONU, etc.), reforzando así su carácter institucional. Las estrategias intertextuales que la organización utiliza parecen ir enfocadas a legitimar y dotar de “autoridad” a su discurso. Entre ellas destacan (1) el uso de la herramienta “compartir” y por tanto la incorporación automática de citación de fuentes; (2) la indexación de artículos de *media* oficial y la citación literal de fragmentos de los mismos, validando así sus posturas o mostrando cierto grado de credibilidad/especialización; (3) el uso de referencias con *hiperlink* (nombres de usuarios), a través de las cuales la organización incorpora la voz del experto/a en la publicación y abre la posibilidad de generar un diálogo entre ella, la persona experta y la audiencia; y (4) el uso de *hashtags* institucionales, que como se introdujo previamente, genera la inclusión de su discurso dentro de una línea conversacional más amplia donde participan mayoritariamente otros organismos institucionales de la UAM. De esta forma, estas estrategias se combinan en sus *posts*, no apareciendo siempre todas juntas en una misma publicación:



Imagen 5. Fuente: Facebook de UAM – Unidad de Igualdad de Género

En contraposición, La Diana incluye voces no institucionales y de corrientes no dominantes, asociados al movimiento estudiantil en Madrid y a la lucha feminista. Estas voces no son de carácter experto e individual, sino que generalmente constituyen voces de colectivos de activistas, lo cual refuerza el carácter contra-institucional de la organización y la alejan de estas esferas. Las estrategias por las que se indexan las voces también parecen responder a este distanciamiento. Al igual que UIG, la organización recurre a distintas estrategias que aparecen de forma combinada en sus publicaciones. Generalmente recurren a (1) la autoproducción de contenidos, en los que incluyen voces relacionadas con el movimiento feminista, y ocasionalmente utilizan la herramienta “compartir” y toman contenidos de otros perfiles de Facebook afines, como otras asociaciones relacionadas con el movimiento estudiantil o la lucha feminista; (2) la indexación puntual de artículos de medios de comunicación progresistas, precedidos de una valoración (presunción) personal sobre el contenido del artículo (imagen 6); y (3) el uso de eslóganes y *hashtags* no institucionales que conectan tanto su discurso con otras voces de la comunidad virtual (presumiblemente afines a sus posturas), como su propios *post* entre sí, generando cadenas de publicaciones que comparten temáticas o funciones, como movilizar, alertar, denunciar, etc. (imagen 7).



Imagen 6. Fuente: Facebook de La Diana, Asociación Feminista de la UAM



Imagen 7. Fuente: Facebook de La Diana, Asociación Feminista de la UAM

Estas estrategias son similares a las aplicadas por UAMentiende, pero de forma mucho más esporádica y por tanto incluyendo una menor variedad de voces, entre las que se incluyen algunas de carácter institucional y no institucional relacionadas con el movimiento feminista y LGTBI.

Asimismo, Noam recurre a las mismas estrategias, pero el tipo de voces que incluye son diferentes. Entre ellas se incorpora repetidamente la voz de Malayerba, y en ocasiones la de La Diana, así como la de otras

organizaciones implicadas en el movimiento estudiantil y antifascista dentro y fuera del contexto de la UAM. En múltiples ocasiones, la organización publica *post* que parecen funcionar como una “respuesta” valorativa ante distintos conflictos sociales, como casos específicos de feminicidios o desalojos de centros ocupados. De esta forma, son eventos particulares dentro del contexto socio-político lo que sirve de estímulo en esta organización para introducir sus posiciones ideológicas:

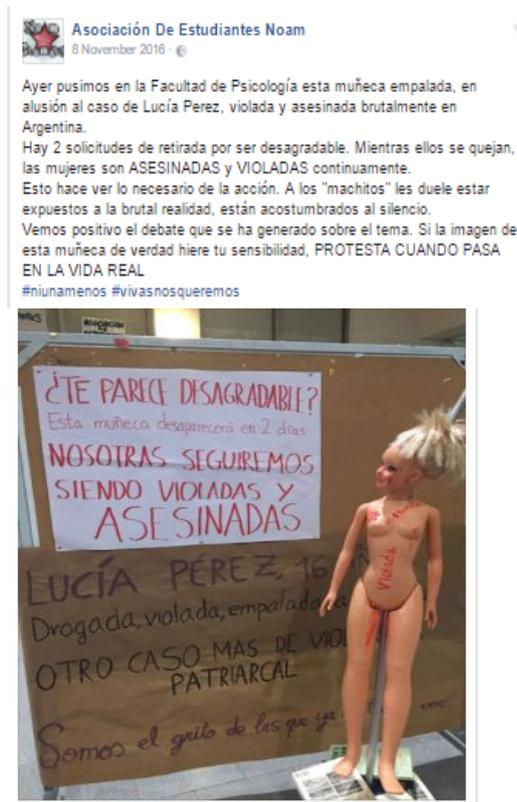


Imagen 8. Fuente: Facebook de Asociación de Estudiantes Noam

Por otra parte, Malayerba tiende a desarrollar un discurso más hermético, incluyendo puntualmente las voces de movimientos ocupas y antifascistas a través del uso de la herramienta “compartir”. De esta forma, al igual que UAMentiende, la organización produce *posts* propios, sin incluir contenidos multimedia externos. Concretamente, durante el mes de febrero, la organización desarrolla unas jornadas LGTBI, en colaboración con Noam, en las que se invita a diversos/as colaboradores/as, cuyas identidades son remarcadas a través de la inclusión de sus nombres de usuario con *hiperlinks*. En este sentido, sólo las voces de individuos/organizaciones afines a la organización se introducen directamente en sus publicaciones:



Imagen 9. Fuente: Facebook de Asociación de Estudiantes Malayerba

Asimismo, la modificación de la estrategia de significación inclusiva de esta organización durante febrero también podría ser entendida como una forma de incorporar las voces de las personas activistas LGTBI que participan en sus jornadas. En este sentido, la estructura no marcada (omisión de sujetos y objetos) utilizada en octubre y noviembre, es sustituida por la marca de género “e” y “x”, la cual implícitamente señala una concepción no binaria del género en tanto que sustituye la inflexión femenina o masculina por una nueva marca genérica.

## Identidad

El análisis de las cuatro categorías previas pone de manifiesto la existencia de distintas estrategias en el manejo de la estructura lingüística, así como de las relaciones y convenciones textuales dentro de estas organizaciones para articular un discurso de resistencia ante el sexismo. En este sentido, la praxis discursiva de cada grupo constituye un elemento definitorio del mismo, a través de la cual los miembros son (auto)reconocidos y se presentan ante un audiencia bajo la identidad grupal.

En primer lugar, UIG privilegia su identidad “corporativa” neutra frente a la individual de sus miembros. De esta forma, mediante un estilo retórico carente de marcas de género, la organización tiende a no revelar ni el género de sus integrantes (todas mujeres) ni de su audiencia. Esto puede

ser entendido como una forma de conferir “objetividad” a su discurso, posicionándose como una entidad neutra (Martín Rojo, 1997) y adaptando su estilo retórico a las recomendaciones lingüísticas oficiales y al cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2007. Asimismo, su imagen corporativa parece reforzarse a través de la participación y colaboración con otras instituciones oficiales, en eventos de naturaleza generalmente prefijados por el calendario conmemorativo internacional. En este sentido, la organización parece construir su identidad alineándose con otras entidades más que en oposición explícita a un “otro”, como se verá especialmente en el caso de La Diana y Noam. Estos posicionamientos se pueden asociar a la incorporación de voces-colaboradoras habituales o perfiles “amigos”, de los que comparten numerosas publicaciones y contenidos. Asimismo, cabe destacar que a pesar de que la interacción de esta organización con su audiencia a través de comentarios o “likes” es muy baja, estos patrones interactivos se producen exclusivamente con estos perfiles amigos. De esta forma, reforzando las posiciones “amigas”, entre las que ocasionalmente se encuentran La Diana y UAMentiende, la organización puede construir un consenso en torno a ciertos temas y mostrar afinidad con las mismas. Asimismo, el uso de técnicas de autopromoción ligadas al género publicitario parece ayudar a la organización a consolidar su imagen entre su audiencia.

La forma en la que La Diana parece construir su identidad parece ser diferente. Al igual que UIG, esta organización constituye un colectivo formado exclusivamente por mujeres, lo cual es explicitado ocasionalmente en su discurso a través del uso de referencias décticas con marcas de género (“nosotras”). Asimismo, el grupo construye su identidad definiendo claramente no sólo lo que son, sino también lo que no son, y reafirmando estas declaraciones de forma recurrente dando a “like” a sus publicaciones. Concretamente, a través de un comunicado publicado a principios del curso académico 2016/17, La Diana define ante su audiencia sus posiciones (y por tanto la de sus miembros) dentro del movimiento feminista, alineándose con el feminismo no mixto, anticapitalista (11) y anti-institucional, y situándose como víctima del sistema patriarcal, pero también como herramienta de cambio (12):

(11) *‘Somos una asociación feminista no mixta, pues consideramos que la lucha contra el heteropatriarcado tiene que ser dirigida por el colectivo que la sufre directamente. De este mismo modo nos declaramos anticapitalistas, pues nos resulta clara la alianza existente entre el capitalismo y el patriarcado...’* (Publicación del 7 de Octubre de 2016).

(12) *‘¡Pues NO! ¡Ya está bien! Nos hemos cansado y no vamos a aguantar más esta violencia sistemática, porque consideramos que no debe ser normal ni mucho menos natural. Desde la Diana denunciaremos todas las conductas patriarcales que se dan dentro de la Universidad Autónoma de Madrid [...]. Consideramos que el*

---

*movimiento y la organización feminista son indispensables para conseguir este objetivo y, es por ello que os animamos a trabajar y colaborar con la Diana para combatir estas opresiones dentro del ámbito universitario. Nosotras también queremos asistir a clase tranquilas y seguras y que se nos valore independientemente del género al que pertenecemos socialmente.* (Publicación del 7 de Octubre de 2016).

Asimismo, las voces anónimas que la organización incorpora a su discurso parecen ir dirigidas a legitimar su posición, alineándose con movimientos sociales, más que con individuos concretos, y marcando una distancia con las instituciones. No obstante, entre sus actividades se observan colaboraciones puntuales con UIG, lo cual no resulta totalmente congruente con los principios que la organización defiende, dado su naturaleza institucional.

En cuanto a Malayerba, ésta se posiciona como una organización mixta, haciéndose evidente de forma circunstancial a través del uso de referencias deícticas con marcas de género inclusivas (“nosotres”/“nosotrxs”). La identidad de Malayerba parece construirse al margen de la institución, lo cual se ve reforzado por el tipo de voces que incorpora, como la de Noam o la de colectivos antifascistas y ocupas. Las estrategias del género publicitario también son aplicadas por este grupo, pero en vez de dirigirse a promocionarse de forma neutral, parece que buscan difundir su identidad contra-hegemónica. Por ejemplo, refiriéndose a uno de los eventos de sus jornadas LGTBI como “*guateque degenerado*”, la organización identifica su actividad con prácticas y relaciones sociales no normativas y utiliza las estrategias del discurso promocional para visibilizarlos y naturalizarlos. En esta misma línea, evitar el uso de las herramientas que Facebook proporciona para compartir información de otros perfiles o para conectarse con otros hilos conversacionales, podría ser congruente con la postura contra-hegemónica y anti-normativa que la organización mantiene abiertamente. De esta forma, la organización, en vez de utilizar los recursos de la plataforma, como el botón “compartir”, para los fines aparentemente diseñados, les dota de una nueva función, como la de promocionarse a sí misma a través de la re-publicación sistemática de sus *posts*, que son compartidos consigo misma una y otra vez, y autovalorados positivamente mediante el uso del botón “like”.

Noam construye su identidad de forma similar a como lo hace Malayerba, mostrando de forma intermitente una identidad neutra y una mixta, a través de referencias deícticas inclusivas (“nosotrxs”). Esta organización, además de incorporar voces de movimientos sociales y ocupas que la separa de las instituciones, también incorpora declaraciones en las toma posiciones de rechazo contra organismos oficiales. Como se indicó con anterioridad, estas declaraciones parecen constituir reacciones ante

conflictos sociales particulares, ante las cuales la organización define su posición. Concretamente, ante el inminente desalojo de un centro social ocupado, Noam emite un comunicado en el que se define en oposición a las prácticas institucionales:

(13) *'Lanzamos este comunicado en respuesta a las constantes amenazas del ayuntamiento de Madrid de destruir nuestros espacios liberados, en los que, a diferencia de los espacios institucionalizados, nos brindamos la oportunidad de responder al tedio de lo cotidiano con nuestras ideas y estrategias para la acción, al mismo tiempo que construimos una red social y cultural asequible y realmente necesaria para los olvidados'* (Publicación del 8 de Noviembre de 2016).

Así, la organización crea una distinción clara entre sus prácticas y espacios, y las de organismos gubernamentales, como el ayuntamiento, a quien acusa de destruir sus “*espacios liberados*”. A través de este tipo de prácticas podría entenderse que la organización no dirige su discurso a una esfera oficial/institucional, sino a grupos de activistas (“*los olvidados*”) que se identifican con sus demandas. Asimismo, en relación al uso de marcas de género, al igual que Malayerba y La Diana, la organización incorpora frecuentemente recursos “no recomendados” por la guías de comunicación no sexista, lo que podría también contribuir al establecimiento de una distancia con dichas esferas.

Por último, UAMentiende parece construir una identidad a caballo entre el dominio institucional y no institucional. Al igual que UIG, la organización mantiene un estilo retórico neutro en el que su identidad se mantiene oculta en términos de género y privilegia así la identidad corporativa frente a la de los miembros que componen el grupo. Entre sus actividades también es posible detectar ciertas colaboraciones con grupos institucionales, como UIG, y afinidades con grupos no institucionales, como La Diana. Asimismo, al igual que ocurría con UIG, la identidad de UAMentiende no parece construirse a través de la oposición explícita hacia otros movimientos o colectivos, sino a través de la afirmación de sus alianzas y modos de acción. Así, al igual que La Diana y Noam, esta organización recurre al uso de un comunicado emitido ante un conflicto dentro del seno de varias asociaciones LGTBI+, pero en vez de orientarse hacia la definición explícita de su “enemigo”, este es presumido y su discurso se centra más en proveer una definición de la organización en términos de las prácticas que consideran oportunas, frente a las que rechazan:

(14) *'No queremos un bloque cuyo objetivo sea, simplemente, figurar y desfilarse tras una pancarta poco reflexiva y conformista. Queremos un bloque dinámico y participativo, en el que exista diálogo y comunicación sobre los aspectos relevantes para la manifestación, sean estos lógicos, políticos/de discurso, de contenido en la*

*pancarta y en los “eslóganes” que se corean, o de la índole que sean. Queremos un bloque donde las decisiones de algunas asambleas no valgan el doble que las de otras, donde la participación se haga en asambleas diferenciadas y en voto independiente, a través de asociaciones que defendemos la Diversidad Sexual y de Género en la universidad’ (Publicación del 28 de Noviembre de 2016).*

## Conclusiones

El análisis de las prácticas discursivas *online* de estas cinco organizaciones pone de manifiesto la pluralidad existente dentro del movimiento feminista, el cual hace uso de múltiples estrategias discursivas para articular su discurso contra-hegemónico. Como se mostró anteriormente, estas estrategias no sólo consisten en un manejo particular de los modos de significación inclusiva, sino también en las posiciones que estas organizaciones toman respecto a otros organismos y movimientos sociales, así como las convenciones discursivas y actividades que desarrollan. De esta forma, la combinación de estos elementos genera una diversidad en los modos de acción colectiva para resistir ante el sexismo, que difiere de una organización a otra.

Concretamente, las similitudes encontradas en las estrategias discursivas de UIG y UAMentiende -organismo institucional y no institucional, respectivamente- parecen indicar que los grupos articulan su discurso no sólo en función del grado de institucionalización que poseen, sino de acuerdo a factores ideológicos que delimitan que son y cómo se desarrollan las luchas sociales. Asimismo, atender al contexto socio-político en el que emergen las organizaciones puede dar pistas del tipo de ideologías bajo las que se articulan estos discursos. En este sentido, mientras que Malayerba, Noam y La Diana emergen en momentos de gran agitación en el movimiento estudiantil, UAMentiende y UIG aparecen de forma un tanto independiente a estas movilizaciones, lo cual podría influir en la estructura y contenidos de sus discursos. De esta forma, tomando en cuenta los aportes del enfoque socio-cognitivo del análisis crítico del discurso (van Dijk, 1998), líneas de investigación futuras podrían examinar cómo los modelos mentales, bajo los que se categoriza la idea de activismo en los miembros de estas organizaciones, se reflejan en la articulación de distintos discursos de resistencia.

En cuanto a los aspectos identitarios, las particularidades encontradas en los discursos de resistencia de estos grupos parecen funcionar como sus “cartas de presentación”. De esta forma, mediante el uso de repertorios lingüísticos y discursivos específicos, las organizaciones se posicionan dentro de un continuum ideológico y configuran sus identidades de grupo. A pesar de compartir una meta común –oponerse a las prácticas hegemónicas de género-, las organizaciones no parecen conformar una misma comunidad

de práctica/online, en tanto que sus prácticas discursivas son distintas. Así, entender la identidad como una forma de semiosis que se refleja en actividades discursivas, géneros y estilos (Blommaert, 2005), nos permite delimitar el concepto de “comunidad” atendiendo a las prácticas sociales (lenguaje, actividades, valores, posicionamientos, etc.) en las que se involucran las organizaciones.

Finalmente, cabe destacar que en base a esta revisión preliminar del corpus, sería aconsejable que las etapas posteriores de la investigación ampliaran el corpus de la investigación, incorporando nuevos métodos de recopilación de datos, como entrevistas o grupos focales con miembros de los grupos e incluso de sus audiencias, si fuera posible. De esta forma, sería posible trazar un puente entre su actividad *online* y *offline*, e indagar en aspectos cognitivos relacionados con la construcción de modelos contextuales dentro del activismo social.

## Bibliografía

- Aijón, M. y Serrano, M. (2010).** El hablante en su discurso: expresión y omisión del sujeto de creó. *Oralia: Análisis del discurso oral*, 13, 7-38
- Androutopoulos, J. (2006).** Introduction: sociolinguistics and computer-mediated communication. *Journal of Sociolinguistics*, 10 (4), 419-438
- Bacallao-Pino, L. (2016).** Redes sociales, acción colectiva y elecciones: los usos de Facebook por el movimiento estudiantil chileno durante la campaña electoral de 2013. *Palabra Clave*, 19 (3), 810-837
- Bennett, L. y Segerberg, A. (2016).** Communication in movements. En D. della Porta y M. Diani (Eds.). *The Oxford Handbook of Social Movements* (pp. 367-382). Oxford: Oxford University Press
- Bengoechea, M. (2011).** Non-sexist Spanish policies: an attempt bound to fail?. *Current Issues in Language Planning*, 12 (1), 35-53
- Bengoechea, M. y Simón, J. (2014).** Attitudes of university students to some verbal anti-sexist forms. *Open Journal of Modern Linguistics*, 4, 69-90
- Blommaert, J. (2005).** *Discourse. Key topics in sociolinguistics*. Nueva York: Cambridge University Press
- BOE. (2005).** Resolución de 29 de julio de 2005. *Boletín Oficial del Estado*, 180, 26878-26890
- Bouvier, G. (2015).** What is a discourse approach to Twitter, Facebook, YouTube and other social media: connecting with other academic fields?. *Journal of Multicultural Discourses*, 10 (2), 149-162
- Bucholtz, M. (1999).** “Why be normal?”: Language and identity practices in a community of nerd girls. *Language in Society*, 28, 203-223

- 
- Calero, M. (1999).** *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje.* Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones
- Cárdenas, C. (2016).** Representación de la acción política juvenil en redes sociales: análisis crítico de las prácticas discursivas producidas durante las movilizaciones estudiantiles en Chile (2011-2013). *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 77-99
- Castells, M. (2007).** Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266
- Chiluwa, I. (2012).** Social media networks and the discourse of resistance: a sociolinguistic CDA of Biafra online discourses. *Discourse & Society*, 23 (3), 217-244
- Cilleros, R. y Betancor, G. (2014).** El movimiento estudiantil en la España del siglo XXI. *Anuari de Conflicte Social*, 4 (2), 146-172
- De Fina, A., Schiffrin, D. y Bamberg, M. (2006).** *Discourse and identity.* Cambridge: Cambridge University Press
- Eckert, P. y McConnell-Ginet, S. (1999).** New generalisations and explanations in language and gender research. *Language in Society*, 28, 185-201
- Eckert, P. and McConnell-Ginet, S. (2003).** *Language and Gender.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Fairclough, N. (1989).** *Language and Power.* Nueva York: Longman
- Fairclough, N. (1992).** *Discourse and social change.* Cambridge: Polity Press
- Fairclough, N. (1993).** Critical discourse analysis and the marketisation of public discourse: the universities. *Discourse & Society*, 4 (2), 133-168
- Fairclough, N. (2003).** *Analysing discourse. Textual analysis for social research.* Nueva York: Routledge
- Fornäs, J., Klein, K., Ladendorf, M., Sundén, J., y Sveningsson, M. (Eds.) (2002).** *Digital borderlands. Cultural studies of identity and interactivity on the Internet.* Nueva York: Peter Lang Publishing
- Georgakopoulou, A. (2006).** Small and large identities in narrative (inter)action. En A. De Fina, D. Schiffrin y M. Bamberg (Eds.). *Discourse and identity* (pp.83-102). Cambridge: Cambridge University Press
- Gumperz, J. y Hymes, D. (1972).** *Directions in sociolinguistics: the ethnography of communication.* Nueva York: Holt, Rinehart & Winston
- Herkman, J. (2012).** Introduction: intermediality as a theory and methodology. En J. Herkman, T. Hujanen y P. Oinonen (Eds.), *Intermediality and media change* (pp. 10-27). Tampere: Tampere University Press

- Herring, S. (2001).** Computer-mediated discourse. En D. Tannen, D. Schiffrin y H. Hamilton (Eds.), *Handbook of discourse analysis* (pp-612-634). Oxford: Blackwell
- Holmes, J. & Meyerhoff, S. (1999).** The Community of Practice: Theories and Methodologies in Language and Gender Research. *Language in Society*, 28 (2), 173-183
- Jiménez Rodrigo, M., Román, M. y Cortes, J. (2011).** Lenguaje no sexista y barreras a su utilización. Un estudio en el ámbito universitario. *Revista de Investigación en Educación*, 9, 174-183
- Lave, J. y Wenger, E. (1991).** *Situated learning: legitimate peripheral participation*. Cambridge: Cambridge University Press
- Lazar, M. (2007).** Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis. *Critical Discourse Studies*, 4 (2), 141-1
- Martin Rojo, L. (1997).** The politics of gender: agency and self-reference in women's discourse. *Belgian Journal of Linguistics* 11 (1997), 231-254
- Martin Rojo, L. (2012).** Paisajes lingüísticos de indignación. Prácticas comunicativas para tomar las plazas. *Anuari de Conflict Social*, 2 (2), 275-302
- Nissen, U. (2002).** Gender in Spanish: tradition and innovation. En M. Helliger and H. Bußmann (Eds.). *Gender across languages. Volume 2* (pp. 251-280). Amsterdam: Impact: Studies in language and society
- Romanos, E. (2011).** El 15M y la democracia de los movimientos sociales. En G. Etin y J. Moisan (Eds.), *Debates en torno al 15M. Republicanismo, democracia y participación social*, La Vie des Idées, 18 de noviembre de 2011. Descargado de: <http://www.booksandideas.net/Debates-en-torno-al-15M.html>
- Sevilla, C. y Urbán, M. (2008).** Tesis sobre la universidad y el movimiento estudiantil. En X. Albizu, J. Fernández y J. Bernat (Eds.), *Movimientos estudiantiles. Resistir, imaginar, crear en la Universidad: Asamblea de Ciencias Sociales por una Universidad crítica*. Guipúzcoa: Gakoa
- Talbot, M. (1998).** *Language and Gender. An Introduction*. Cambridge: Polity Press
- Universidad Autónoma de Madrid (2008).** Unidad de Igualdad de Género. Descargado de: <https://www.uam.es/UAM/Unidad-deigualdad/1242650698060.htm?language=es>
- Van Dijk, T. A. (1998).** *Ideology. A multidisciplinary approach*. Londres: SAGE Publication
- Varela, N. (2008).** *Feminismo para principiantes*. Barcelona: B de Bolsillo

### Nota biográfica



**Paloma Elvira Ruiz** es graduada en *Psicología* por la Universidad Autónoma de Madrid y tiene una Maestría en *Linguistics: Language and Society*, por la Universidad de Ámsterdam. En la actualidad, colabora con Centre of Discourse Studies de Barcelona y la Universidad Pompeu Fabra, en distintas actividades de investigación relacionadas con el Análisis Crítico del Discurso y la Lingüística de Corpus. Sus ámbitos de interés en el campo de la investigación abarcan desde el análisis del discurso y los estudios de género, a la sociolingüística y la ciencia cognitiva. [paloma.elvira.ruiz@gmail.com](mailto:paloma.elvira.ruiz@gmail.com)