

Ellas en la cultura transmedia. Representaciones y ciberfeminismo

Women in transmedia culture. Representations and cyberfeminism

BELÉN MATEOS BLANCO*
Universidad de Valladolid
ORCID: 0000-0002-1283-1552

doi: 10.20318/femeris.2026.10434

Resumen. Los discursos y manifestaciones feministas diversifican sus soportes e inundan las plataformas digitales como consecuencia directa de la revolución transmedia y de la democratización cultural que esta implica. En el espacio híbrido que se extiende desde la pantalla hasta la página, artivismo y feminismo confluyen para crear un ecosistema fértil donde la ilustración se expande para adaptarse a las dinámicas del habitus digital. El presente estudio traza una cartografía de las narrativas visuales creadas por mujeres cuyos perfiles y publicaciones en redes sociales encarnan las proclamas del ciberfeminismo contemporáneo. Estas ilustraciones se esparcen, deambulan y, desde el 2018, residen y proliferan en Instagram, donde configuran un feminismo accesible, viral y participativo, capaz de generar comunidades de resistencia y sororidad comprometidas con la deconstrucción y reconstrucción de la identidad femenina. A través del humor, la ironía y la crítica social, las autoras revierten estereotipos de género y promueven el empoderamiento de las mujeres desde la cotidianidad. La hibridez entre el soporte analógico y el digital amplifica el alcance de sus mensajes y posibilita una relectura crítica del papel de las mujeres en la cultura contemporánea. En este contexto, el ciberfeminismo emerge como una herramienta de transformación y resignificación en la esfera pública.

Palabras clave: artivismo, feminismo, ilustración, cultura transmedia, ciberfeminismo.

Abstract. Feminist discourses and expressions have diversified their mediums and flooded digital platforms as a direct consequence of the transmedia revolution and the cultural democratization it entails. In the hybrid space that stretches from screen to page, artivism and feminism converge to create a fertile ecosystem where illustration expands to adapt to the dynamics of the digital habitus. This study maps the visual narratives created by women whose profiles and social media posts embody the principles of contemporary cyberfeminism. Since 2018, these illustrations have spread, circulated, and flourished on Instagram, where they shape an accessible, viral, and participatory feminism capable of generating communities of resistance and sisterhood committed to the deconstruction and reconstruction of female identity. Through humor, irony, and social critique, the authors subvert gender stereotypes and promote women's empowerment in everyday life. The hybridity between analog and digital media amplifies the reach of their messages and enables a critical reinterpretation of the role of women in contemporary culture. In this context, cyberfeminism emerges as a tool for transformation and resignification in the public sphere.

Keywords: artivism, feminism, illustration, transmedia culture, cyberfeminism.

*belen.mateos.blanco@uva.es

Introducción

La cultura digital contemporánea ha transformado los modos de producción, circulación y consumo de los discursos sociales; este fenómeno ha generado un ecosistema comunicativo en el cual identidades, narrativas e ideologías se alían, confrontan o repudian en un escenario de negociación permanente. En este contexto, la idiosincrasia del feminismo como movimiento político, cultural y epistemológico encuentra en la red un espacio de resignificación y expansión que trasciende las fronteras del activismo tradicional. La multiplicidad de soportes y la inherente retroalimentación de las plataformas configuran un terreno fértil para que los mensajes feministas se reinterpreten desde la hibridación que conjugan los relatos textovisuales.

Este tránsito desde la página hasta la pantalla ha impulsado un proceso de democratización cultural que afecta tanto a la producción simbólica como a la recepción crítica. Las redes sociales han germinado como entornos de interacción estética y discursiva en los que la ciudadanía ya no se limita a consumir contenidos, sino que participa de estos, los remezcla y los redistribuye. Este paradigma, asociado al concepto de prosumidor (Jenkins, 2006; Scolari, 2013) ha transformado, revertido y remixado las formas de autoría y de mediación cultural. El resultado es una ecología transmedia en la que la creación artística y la práctica activista se entrelazan con el activismo feminista.

Y es que los contenidos digitales y sus inherentes formas de comunicación han detonado la urgencia de una comunidad capaz de generar conocimiento colectivo, crítica y resistencia metafórica. En este entorno, el feminismo adquiere una dimensión virtual que articula sus discursos desde la convergencia de lenguajes visuales, narrativos y tecnológicos. Esta mutación ha permitido que las reivindicaciones históricas del movimiento se reformulen desde un imaginario estético que combina la ironía, la autoconciencia y la pedagogía visual desde plataformas como Instagram, TikTok o X, que, convertidas en laboratorios de construcción identitaria, delatan lo político de la cotidianidad para evidenciar como la autorrepresentación es una forma de acción cultural. (Ojeda y Grandío, 2012).

Así, el concepto de habitus digital (Bourdieu, 1998) resulta especialmente pertinente para entender cómo los sujetos, particularmente las mujeres, reconfiguran sus prácticas discursivas y visuales en el entorno virtual. Puesto que la cultura transmedia no solo modifica el código de producción, sino también los modos de emisión y recepción y, con estos, la percepción y participación social. La experiencia estética, antes ostentada por instituciones, editoriales o artistas consagrados, hoy se precipita con dinámicas de coautoría, de reproducción viral y de lectura colectiva. El espacio digital se erige, por tanto, como una tarima donde el arte se convierte en herramienta de empoderamiento y el acto de compartir adquiere valor político (Chartier, 2002).

La relación entre tecnología y feminismo, explorada ya desde las teorías del ciberfeminismo (Haraway, 1991; Plant, 1997; Baer, 2019), se actualiza en la era de la hipermediación a través de prácticas artísticas que desestabilizan las jerarquías entre alta y baja cultura, entre arte y comunicación popular. En la contemporaneidad, los reclamos feministas se propagan en formatos breves que comulgan con la ilustración, el cómic y la

narrativa gráfica gracias a las estrategias de interacción que habilitan las redes sociales (Esteban, 2019). Esta cultura de la imagen precisa de educación visual, pues constituye una nueva forma de alfabetización crítica que, en lo que compete a este estudio, desafía las representaciones hegemónicas de lo femenino (Gill, 2017; Banet-Weiser, 2018).

Consecuentemente, el estudio emana de la necesidad de cartografiar esas narrativas visuales producidas por mujeres que inundan las redes para viralizar las reivindicaciones de un feminismo que, emancipado del individualismo, se diluye e integra en el sentir colectivo. El análisis de esta práctica permite comprender cómo el artivismo digital constituye un mecanismo de resistencia y transformación cultural al identificar como la creación visual reescribe el canon de los roles y estereotipos femeninos en la era posdigital.

En este marco, la misión del estudio es examinar la praxis del artivismo digital especificada en la ilustración feminista compartida en redes sociales; para tal fin, se atiende a su dimensión transmedia y, en concreto, a los procesos de construcción identitaria del sujeto femenino vinculado a las dinámicas de recepción, interacción y feedback integradas en el espacio virtual. La investigación se ejecuta desde un enfoque cualitativo y teórico-crítico centrado en la indagación y confección de un corpus de creadoras visuales cuyas ilustraciones publicadas en plataformas digitales –especialmente Instagram– permiten identificar como se articulan discursos de resistencia y empoderamiento coincidentes con las pedagogías feministas circunscritas al pensamiento contemporáneo.

1. Metodología

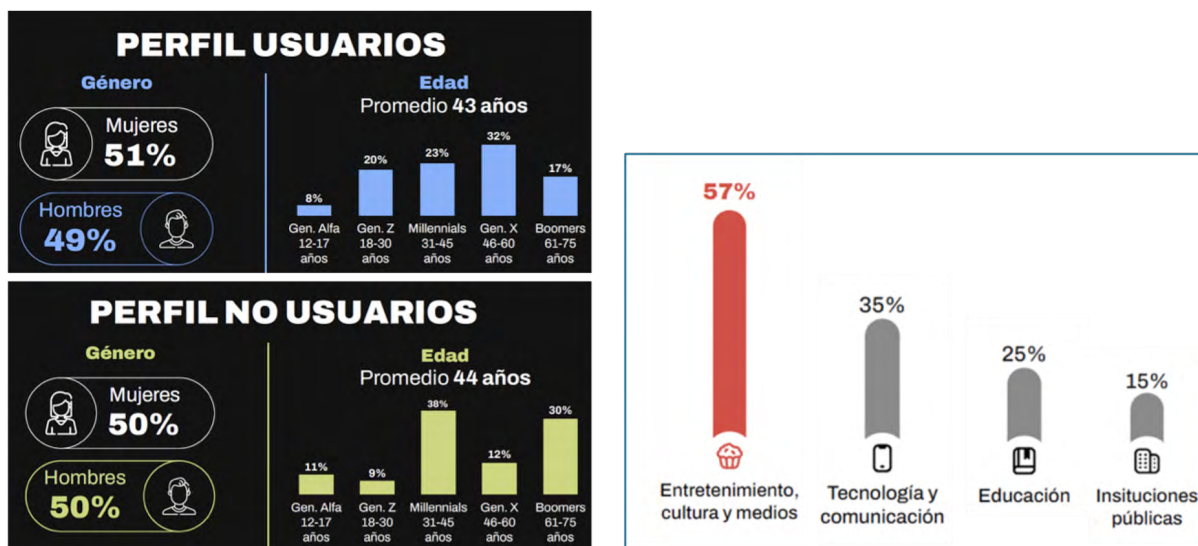
El estudio adopta una metodología cualitativa de carácter exploratorio e interpretativo; su direccionalidad se aquilata al análisis teórico-crítico de las prácticas artivistas, feministas y digitales en el ámbito de la ilustración. En línea con los objetivos propuestos, la aproximación reflexiva persigue y permite comprender los significados culturales, simbólicos y políticos de las narrativas visuales compartidas en redes sociales.

La selección de las ilustradoras se ha realizado de acuerdo con los siguientes criterios: a) presencia activa y sostenida en redes sociales -sustancialmente Instagram-; b) identificación explícita con discursos feministas en sus perfiles y publicaciones; c) reconocimiento cultural y alcance significativo en el entorno digital y d) vinculación de su producción gráfica con procesos de interacción comunitaria y recepción participativa. El compendio está compuesto por una muestra intencional de ilustraciones publicadas entre 2018 y 2024, seleccionadas por su relevancia temática -cuerpo, identidad, cuidados, maternidad, desigualdad de género, afectos y precariedad- y su capacidad de viralización y recurrencia.

La estrategia de análisis combina una lectura visual-discursiva y semiótica de las imágenes con una interpretación contextual de los procesos de circulación digital y recepción, lo cual permite resolver, por un lado, dimensión estética de las ilustraciones y, por otro, las tensiones, consensos y conflictos que emergen en el espacio público digital. Esta realidad coincide con el estudio de Acebes y Montanera (2025) al revelar que las

redes sociales definen un espacio igualitario de acuerdo con el género que identifica los perfiles de sus usuarios (*Figura 1*); además, los ítems que categorizan sus preferencias temáticas -entretenimiento, cultura y medios (57%); viaje, transporte y turismo (49%); belleza e higiene (47%); alimentación y bebidas (41%); deportes y fitness (38%); textil y complementos (36%); tecnología y comunicación (35%); hogar (33%); salud y farmacia (29%); educación (25%); distribución y restauración (22%); instituciones públicas (15%); servicios financieros (15%); automoción y movilidad (14%); juegos y apuestas (13%); energía (11%); construcción e inmobiliaria (9%) y objetos de lujo (7%) - sitúan en posiciones destacadas a los vinculados con el objetivo de esta investigación y mostrados en la siguiente figura.

Figura 1.



Acebes, Belén y Montanera, Ramón. (2025). *Estudio Anual Redes Sociales 2025*. IAB Spain.

Desde una perspectiva sociocultural, estas manifestaciones no pueden disgregarse de la evolución del feminismo ni del contexto mediático en el que se inscriben y difunden. A este respecto, las redes sociales operan como archivos activos y, prácticamente inmortales, de la memoria colectiva, y, como tal, territorios impunes para la disputa simbólica; la subjetivación del activismo se articula a través del humor, la ironía y la autorreflexión estética donde lo personal se torna político en clave visual e hipermedial (Pérez Tornero, y Martínez-Salanova Sánchez, 2012). De acuerdo con el modelo expuesto, el estudio prioriza examinar la convergencia entre cultura transmedia, activismo y ciberfeminismo mediante la revisión y exploración de creadoras visuales que contribuyen a la difusión, resignificación y pedagogía de las proclamas feministas en el habitus digital. Para tal fin, tras definir el marco transmedia en relación con las estrategias feministas de comunicación, se indaga en las implicaturas simbólicas de los soportes que transitan de lo analógico a lo digital para determinar cómo ciberfeminismo e ilustración forman un tándem de resistencia, comunidad y empoderamiento (Sánchez-Jara y Gómez Díaz, 2019).

2. Cultura transmedia y feminismo

La cultura transmedia, concebida como un sistema donde narración y comunicación se expanden, configura un entramado en el que los relatos viajan a través de diversos soportes e interaccionan con múltiples plataformas adaptándose a sus funcionalidades y a las particularidades de su comunidad. En este ecosistema, el feminismo encuentra un entorno privilegiado para diseminar sus discursos y reformular sus estrategias de visibilización; la proliferación y fragmentación de los canales facultan una conectividad permanente que posibilita discursos inmediatos, plurales, polifónicos y en continua actualización (Mora, 2024). Esta casuística, amplifica el espectro de acción del feminismo; históricamente articulado en torno a la palabra escrita y la militancia frente a frente, ahora despliega mensajes que alternan diferentes semióticas -imágenes, videos, hashtags, memes...- cuyos formatos sintéticos favorecen su viralización (Gómez Ramírez y Reyes Cruz, 2008).

Así, en contraposición a los circuitos legitimados por la tradición, las comunidades virtuales se erigen como alternativa accesible al margen de la autoridad hegemónica. Esta democratización de la comunicación y la representación (Castells, 2009; Jenkins, 2013) redefine la noción de autoría y transforma la recepción en un acto de recreación, es decir, no solo multiplica los canales de expresión, sino que deposita el poder en todos y cada uno de sus miembros para interpelar al oligopolio del canon femenino.

Las prácticas digitales feministas, de naturaleza fragmentaria, dialógica y performativa, atienden la emergencia testimonial de forma estratégica para garantizar su impacto sociopolítico. En este sentido, el artivismo se consolida como una forma de intervención cultural que persigue denunciar y, además, imaginar la reconfiguración de identidades vitales y sus relaciones (Mora, 2020), donde la estética es una herramienta pedagógica y el acto de crear define la resistencia. Estas prácticas de artivismo feminista digital se inscriben en procesos de construcción identitaria donde las mujeres articulan su presencia pública mediante recursos multimodales que refuerzan la performatividad del yo y su inscripción política en la esfera digital. La ilustración dialoga así con otras formas expresivas propias de la cultura de plataformas para expandir su alcance simbólico y su capacidad de intervención social.

Figura 2.



lola.vendetta [@lolavendetta];
flavitabanana [@flavitabanana].
Ilustración. Instagram.

El ciberfeminismo conjuga teórica y práctica en un proceso de reapropiación de las tecnologías desde una mirada crítica y emancipadora, puesto que, su objetivo no es únicamente ocupar los espacios digitales, sino cuestionar las lógicas patriarcales que los estructuran. Por tanto, este enfoque asume la hibridez como principio epistemológico: la fusión entre cuerpo y máquina, entre experiencia y representación, entre lo biográfico y lo colectivo (Haraway, 1991; Plant, 1997; Fernández-Savater, 2020) para construir y deconstruir la identidad femenina a partir de la performatividad digital: donde el yo representado en imágenes, palabras y emociones circula y se transforma en la colectividad.

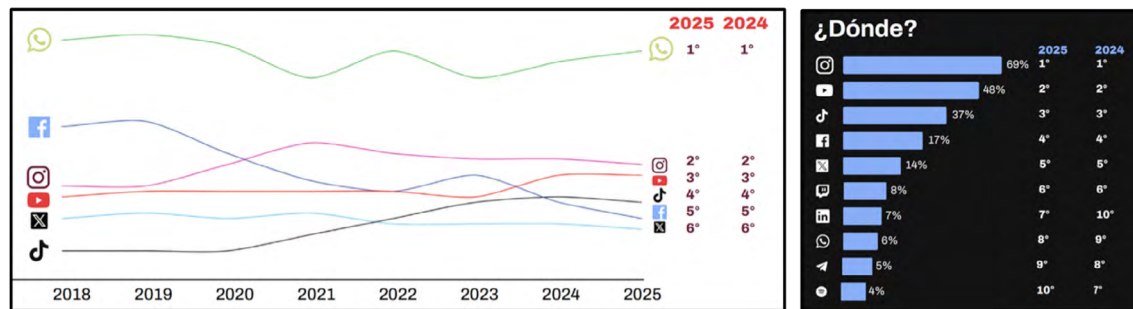
La cultura transmedia feminista, caracterizada por su potencial narrativo, su flexibilidad y su habilidad para conectar con públicos diversos, capacita la accesibilidad al lenguaje visual y genera redes afectivas y discursivas que trascienden las fronteras del arte convencional. Su estructura y operatividad aquilatadas a las redes sociales permiten a ilustradoras y creadoras visuales producir y publicar imágenes susceptibles de interpretación y, consecuentemente, abiertas a disputas que dirimen sobre la representación, la lectura metafórica y la intención de la artista. Desde esta óptica, la imagen, como dispositivo de mediación cultural y agente de transformación, adopta la praxis ciberfeminista y, por ende, asume la viralización como herramienta de empoderamiento colectivo (Escandell, 2015).

2.1. De la página a la pantalla

La generalización del uso de la pantalla como soporte equivalente a la página marca un hito en el ámbito de la producción visual contemporánea. Hasta entonces, cualquier edición, ilustrada o no, se circunscribe a su producción en imprenta, lo cual implica dependencia en dos sentidos: temporalidad del proceso y mediación del producto. Sin embargo, la digitalización lo desjerarquiza al generar un patrón comunicativo inmediato, descentralizado y participativo legitimado en el entorno virtual. El trasvase de esta nueva identidad y conceptualización del proceso explica que las creadoras, además de difundir su obra, gestionen su identidad digital y su relación con la audiencia en tiempo real.

Así, la ilustración protagoniza un acto de habla de comunicación activa que comparte, comenta, remezcla y resignifica. Esta dinámica confiere a la imagen una nueva funcionalidad más allá del mero placer de la contemplación, la de fundar nodos que generen opinión, habiliten la crítica y colectivicen la episteme feminista a través del arte, la crítica social y la pedagogía visual (Aparici y García-Matilla, 1998; Aparici y Silva, 2012). Esta matriz desacraliza la estética de la recepción acomodada a la virtualización; así lo corroboran los datos de uso de la plataforma Instagram, crecientes desde 2018, al avalar la querencia de los internautas hacia la cultura visual y determinar que la imagen ostenta el liderazgo como código de comunicación vinculado a la cultura en la red (Casas, Tejedor y Romero, 2018).

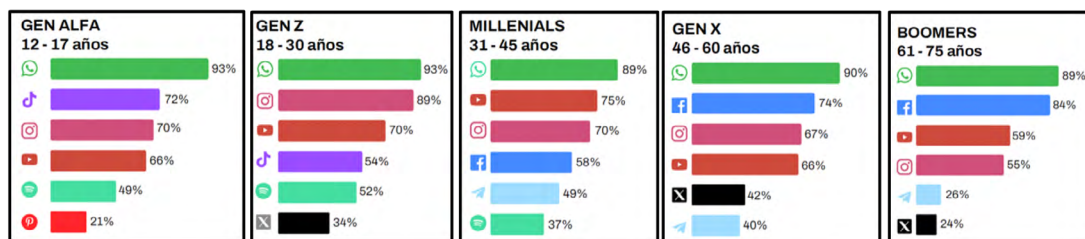
Figura 3.



Acebes, Belén y Montanera, Ramón. (2025). *Estudio Anual Redes Sociales 2025*. IAB Spain.

Desde las competencias que definen la literacidad digital, adoptar el soporte virtual implica una adaptación técnica y una reconfiguración de las prácticas lectoras y de los modos de interpretación. La lectura de imágenes en redes sociales exige una competencia crítica que permita reconocer los códigos visuales, las estrategias retóricas y las dimensiones políticas del discurso (Amo Sánchez-Fortún, 2021). En este contexto, la cultura visual se convierte en un espacio de alfabetización feminista que articula la mirada, la emoción y la conciencia política y, por tanto, su conceptualización asimila que el feminismo ilustrado transmedia tan solo se comprende desde la accesibilidad y la inmediatez. La génesis de las redes sociales posibilita que los mensajes feministas se inserten en las rutinas y conversaciones de la vida cotidiana, donde compartir una publicación adquiere un valor simbólico: acto de afiliación, de pertenencia y de resistencia (Romero Escrivá, 2022). Esta lectura metafórica singulariza el espacio digital y favorece la iniciativa de pedagogías culturales que aúnan creatividad y compromiso ético; su índole intergeneracional concentra un significativo porcentaje de prosumidores pertenecientes a las Generaciones Alfa, Z, Millennial, X y Boomers que interactúan en una misma aplicación.

Figura 4.



Acebes, Belén y Montanera, Ramón. (2025). *Estudio Anual Redes Sociales 2025*. IAB Spain.

El espectro generacional identifica usuarios desde los 12 y hasta los 75 años, lo cual evidencia la coexistencia de lo analógico y lo digital, además de una estética híbrida en la que se entrecruzan técnicas tradicionales con herramientas de diseño gráfico y animación. Este mestizaje no solo amplía el alcance del mensaje, sino que multiplica los niveles de lectura: el trazo, el color y la tipografía se convierten en recursos retóricos que acompañan la ironía, el humor o la denuncia. De este modo, las creadoras visuales contemporáneas convierten el espacio virtual en un nuevo taller de producción cultural donde se articulan

miradas e identidades feministas sumergidas en un diálogo constante con su comunidad (Rojas, Cázares y Yokoigawa, 2022).

3. Ellas dibujan el mundo: la ilustradora como creadora multiplataforma

En el marco de la cultura transmedia, la figura de la ilustradora adquiere una relevancia inédita como agente de producción cultural, comunicadora visual y mediadora simbólica. Su trabajo no se limita a la creación estética, sino que articula discursos sociales, emocionales y políticos en un ecosistema donde las fronteras entre el arte, la comunicación y el activismo se diluyen. La autora contemporánea opera simultáneamente como creadora, editora y difusora de sus contenidos, a la par que gestiona su identidad digital y la relación con su audiencia a través de diversas plataformas. Esta heterogeneidad funcional redefine el concepto de autoría y desborda los límites tradicionales del campo artístico (Jenkins, 2006; Scolari, 2013).

En consecuencia, el carácter multiplataforma de estas creadoras responde a una doble necesidad: ampliar el alcance de sus mensajes y adaptarse a las gramáticas comunicativas de cada entorno digital. Esta realidad, consustancial al acto de educar la mirada, salvaguarda la cultura transmedia al exigir un aprendizaje: el de cómo, qué y por qué mirar, pues solo vemos aquello que miramos y “mirar es un acto de elección” (Berger, 1972, p. 8) que implica tanto una ética de la visión como un acercamiento al arte y al conocimiento (Sontag, 1996). Y es que, una misma obra de carácter artístico, al circular en formato libro, fanzine, mural o mimetiza con el formato de publicación de una determinada red puede experimentar ligeras mutaciones y adoptar matices distintos según el medio y la comunidad que la recibe. Este fenómeno evidencia la capacidad del arte feminista contemporáneo para habitar simultáneamente lo analógico y lo digital y conjugar la materialidad del trazo con la inmediatez del clic. La red no solo es un espacio de difusión, sino un laboratorio de creación compartida donde se reformulan las nociones de visibilidad y legitimación cultural (Giones Valls y Serrat i Brustenga, 2010).

La ilustradora cross-media se afianza como constructora del discurso interseccional desde la estética, la identidad y la tecnología. En su obra confluyen la autorreferencialidad del yo y la dimensión colectiva del nosotras; una simbiosis donde las experiencias personales, los afectos y las contradicciones se convierten en materia narrativa de un relato que interpela directamente a su comunidad lectora como acto creativo circunscrito a un habitus, es decir, a un entramado de prácticas y disposiciones sociales que determinan la forma en que se produce y se interpreta la obra (Bourdieu, 1998). En este sentido, la ilustración como práctica contemporánea encarna un habitus digital feminista que desborda las lógicas patriarcales del arte institucionalizado.

De acuerdo con este concepto, las creadoras generan un nuevo tipo de alfabetización visual y afectiva, puesto que, sus ilustraciones, insertas en flujos de comunicación transmedia, invitan a la reflexión crítica sobre los mandatos de género y los modelos hegemónicos de representación sirviéndose de la ironía, el humor gráfico y la sátira. Estos

Figura 5.



Dolera, Leticia. (2018). *Morder la manzana: La revolución será feminista o no será*. Planeta; Dolera, Leticia y Riba Rossy, Raquel. (2021). *Morder la manzana*. Planeta Cómico; Álvarez, Henar y Müshell, Ana. (2020). *La mala leche*. Planeta Cómico y Álvarez, Henar. (2023). *Ansia*. Planeta Cómico.

recursos discursivos que cuestionan las estructuras simbólicas configuran la experiencia femenina al transformar lo íntimo en un discurso público donde las ilustradoras ejercen de cronistas de una generación que habita la red desde la conciencia política y la creatividad emocional (Banet-Weiser, 2018; Mora, 2020). Raquel Riba Rossy, Leticia Dolera y Henar Álvarez dan buena cuenta de este fenómeno al desplegar de manera simultánea sus diversas facetas como generadoras de contenido artístico.

Asimismo, la interacción constante con sus seguidoras refuerza la dimensión pedagógica de su trabajo al convertir cada publicación en un microespacio de diálogo y aprendizaje colectivo donde las lectoras se reconocen, comentan, reinterpretan y amplían el sentido de la obra. Esta participación configura un modelo de comunicación horizontal que trasciende la lógica autora-lector/a y da lugar a comunidades cuya práctica cultural se basa en la sororidad y el intercambio simbólico (Castells, 2004 y 2009; Gill, 2017). En consecuencia, la ilustradora multiplataforma no solo crea imágenes, sino que impulsa

Figura 6.



Moderna de Pueblo (2017): *Idiotizadas. Un cuento de empoderadas*. Zenith (2018). *Coñodramas*. Zenith (2022) y *Modernita se pregunta ¿qué es lo normal?* Zenith.

procesos de socialización y pensamiento crítico que resignifican la relación entre arte y ciudadanía, como, por ejemplo, las novelas gráficas de Raquel Córcoles -Moderna de Pueblo- cuyas recreaciones intertextuales basadas en los cuentos de hadas han cristalizado en la concepción de una obra flashback enmarcada en la literatura infantil y enfocada en la erradicación de los estereotipos de género.

Así, el arte feminista digital en su versión transmedia se consolida como un espacio de mediación entre lo individual y lo colectivo. El devenir de las ilustradoras se aproxima al de productoras de sentido, narradoras de experiencias compartidas y catalizadoras de emociones políticas gracias a unas obras donde el trazo se convierte en testimonio, la estética en pedagogía y la pantalla en territorio de acción cultural. Desde esta perspectiva, las creadoras visuales actuales no solo dibujan el mundo: lo reinterpretan, lo cuestionan y lo transforman.

3. Ciberfeminismo en acción

El ciberfeminismo constituye uno de los ejes vertebradores de la cultura digital contemporánea y se erige como un espacio teórico-práctico de resistencia frente a las estructuras patriarcales que históricamente han limitado la participación de las mujeres en los ámbitos de la ciencia, la tecnología y la creación cultural. Desde sus orígenes, esta corriente ha reivindicado la apropiación crítica del entorno digital, no solo como herramienta comunicativa, sino como territorio simbólico para la redefinición de las identidades y la redistribución del poder (Haraway, 1991; Plant, 1997). En la actualidad, su expresión visual y participativa adquiere nuevas dimensiones a través de las redes sociales, donde el arte se convierte en un lenguaje político que desborda las fronteras del museo, el aula o la calle.

El ciberfeminismo en acción se manifiesta mediante estrategias de visibilización que aprovechan la inmediatez de la red para amplificar el alcance de los mensajes y fomentar la conciencia colectiva. En este ecosistema comunicativo, la figura de la ilustradora o creadora visual se consolida como mediadora entre la estética y la política, entre la emoción y el conocimiento. Sus obras funcionan como artefactos culturales que condensan un pensamiento crítico, traducido a un lenguaje visual accesible y viralizable. De este modo, lo que en otros contextos requería mediaciones institucionales se democratiza: la red actúa como espacio de circulación, pero también como escenario de encuentro y disputa ideológica (Baer, 2019; Fernández-Savater, 2020).

La potencia del ciberfeminismo radica en su capacidad de generar redes horizontales y afectivas que sustituyen las jerarquías tradicionales por dinámicas colaborativas. A través de campañas, hashtags o intervenciones gráficas, las autoras transforman la experiencia digital en un proceso de articulación política compartida. La acción se desplaza de la calle a la interfaz sin perder su fuerza simbólica; el clic sustituye al panfleto, pero la finalidad es la misma: dismantelar las estructuras de poder que perpetúan la desigualdad. Así, el feminismo digital combina resistencia y visibilidad al generar una política de la conexión donde cada imagen compartida constituye un acto de afirmación y comunidad. (Banet-Weiser, 2018). No obstante, aunque el ciberfeminismo se concibe como un fenó-

meno colaborativo y horizontal sus dinámicas están condicionadas por los algoritmos que particularizan las plataformas digitales. La opacidad que subyace en estos mecanismos impacta en aplicaciones y redes sociales al dirimir en la visibilidad de contenidos, en la configuración de comunidades afines, así como en la implantación de analogías ideológicas. Asimismo, la proyección de estas ilustradoras en la virtualidad se entrelaza con otras esferas culturales y económicas –como el mundo editorial, los medios de comunicación o la industria audiovisual– que utilizan las plataformas como trampolín para la profesionalización, fenómeno que, a la par, actúa como acicate para generar tensiones entre activismo, mercado y legitimación cultural.

El ciberfeminismo, por tanto, no se limita a ocupar el espacio virtual, sino que lo transforma desde dentro. Su objetivo no es reproducir la lógica de la red, sino intervenirla: hackear sus narrativas dominantes, alterar sus algoritmos simbólicos y reescribir sus códigos visuales. En esta praxis, la ilustración feminista se convierte en una forma de militancia estética que conjuga compromiso político y creatividad comunicativa.

3.1. Lo personal es político: interacción y viralidad

La expansión del feminismo en el ecosistema digital reactiva uno de los lemas fundacionales del movimiento: lo personal es político. En las redes, esta consigna se reinterpreta desde la estética de lo cotidiano, la ironía y la emoción de compartir vivencias y experiencias. Las afrentas que lindan entre lo personal y lo privado -el cuerpo, el deseo, la maternidad, la salud mental...- abandonan la esfera íntima no solo para debatir y denunciar sin tapujos la sintomatología de las desigualdades estructurales, sino también para confeccionar y conjugar narrativas de resistencia. En esta constante reivindicativa el efecto viral actúa como catalizador de la conciencia colectiva ejecutada mediante un proceso de apropiación de la experiencia individual por la comunidad en cuestión (Gill, 2017).

Cada publicación, viñeta o ilustración compartida genera una dinámica de interacción que combina emoción, identificación y activismo al aludir a cuestiones tan evidentes y, a la

Figura 7.



lola.vendetta
[@lola.vendetta]; precariada
[@precariada]. Ilustración.
Instagram.

Figura 8.



feministailustrada [@wonderveggie]; Ilustración. Instagram.

par, tan controvertidas, como el derecho a la elección a una maternidad propia, la igualdad salarial o el fin del acoso callejero. Las redes sociales operan como comunidades de lectura y reconocimiento mutuo donde las usuarias no solo consumen contenido, sino que lo recontextualizan, lo comentan y lo resignifican. La viralidad, en este sentido, no implica una circulación superficial, sino una forma de alfabetización afectiva que potencia la reflexión y la agencia social donde los comentarios, los memes o las reinterpretaciones visuales son extensiones del mensaje original en cuya multiplicación reside su potencial político (Banet-Weiser, 2018).

El carácter participativo de la red produce un nuevo tipo de militancia, más emocional y descentralizada, pero no por ello menos efectiva. El gesto de compartir una ilustración o un texto no es trivial: supone una toma de posición, una alianza simbólica, un acto de sororidad. Así, las redes devienen espacios de pedagogía política, donde el aprendizaje se da a través del humor, la empatía y la repetición cultural. Esta circulación de afectos y

Figura 9.



Murnau, María y Sotillo, Helen. (2018). *Feminismo ilustrado: Ideas para combatir el machismo*. Montena; Murnau, María. (2020). *Manual para incendiar el paraíso. La revolución prohibida de las mujeres*. Espasa; Murnau, María. (2021). *Diario de una rebelde*. Montena; Feministailustrada [@Feministailustrada]; Vídeo.Youtube.

significados transforma el modo en que comprendemos la acción colectiva: la viralidad no es solo difusión, sino co-creación de sentido (Giménez, 2003).

Desde esta perspectiva, el acto de interactuar en redes se convierte en un proceso de reapropiación del relato. Las mujeres dejan de ser objeto de representación para convertirse en narradoras de su experiencia en cuyo feed la vida cotidiana se politiza y el arte se convierte en herramienta de autoconciencia. El feminismo transmedia se redefine así como un movimiento rizomático que no se articula por jerarquías, sino por conexiones, vínculos y resonancias emocionales.

3.2. Feminismo emocional y cotidiano

El feminismo emocional y cotidiano emerge como una de las dimensiones más relevantes del activismo contemporáneo como oposición a la representación heroica o institucional del feminismo. Alineadas con esta idea, las creadoras apuestan por una ilustración que visibiliza las experiencias comunes, los malestares sutiles y las contradicciones que atraviesan la vida diaria; el cuerpo, las emociones y los vínculos afectivos se convierten en materia prima para una narrativa visual que reivindica la vulnerabilidad como forma de resistencia (Mora, 2020).

Esta tendencia responde a un desplazamiento epistemológico: la conciencia política ya no surge exclusivamente del discurso racional o teórico, sino de la emoción compartida. De este modo, el arte digital se presta a la mediación afectiva, capaz de transformar la empatía en pensamiento crítico. Y es que el afecto no es lo opuesto a la razón, sino su extensión en el campo de lo común y, en el caso de la red, las emociones circulan, se codifican en imágenes y generan comunidades que se reconocen en esas experiencias (Fernández-Savater, 2020).

El feminismo emocional no es complaciente; es una estrategia política que desactiva los discursos de perfección y éxito para reivindicar la fragilidad, el cansancio, el enfado o el deseo. Estas representaciones descolonizan el imaginario de la mujer ideal y abren un espacio para las identidades múltiples, contradictorias y cambiantes habilitadas a través

Figura 10.



maria.arus [@maria.arus]. adelapordiosxd [@adelapordiosxd].

Ilustración. Instagram.

Figura 11.



de resortes discursivos como la ironía o la ternura. Así las autoras predicen un discurso que combina introspección y denuncia al mostrar y proclamar que el cuidado de sí/una misma y la crítica social no son dimensiones opuestas, sino complementarias (Braidotti, 2000; Butler, 2007).

En la cotidianidad digital, la emoción funciona como vector de resistencia cultural. Cada ilustración actúa como espejo afectivo y como ventana crítica: refleja la experiencia individual y, al mismo tiempo, invita a pensar el modo en que esa experiencia está condicionada por estructuras de poder. En este sentido, el feminismo emocional se integra en el ciberfeminismo como su dimensión más humana: una política de la sensibilidad que vincula la estética con la ética y convierte el acto de mirar en un gesto de reconocimiento

4. Conclusiones

El análisis del activismo visual en el contexto transmedia permite constatar que las creadoras feministas han logrado transformar el espacio digital en un laboratorio de representación y pensamiento crítico. Sus obras no solo producen imágenes, sino también discursos, afectos y comunidades donde confluyen la estética, la pedagogía y la militancia, lo cual evidencia que el arte constituye un medio eficaz para generar conciencia y promover la igualdad simbólica. La hibridación entre lo analógico y lo digital ha abierto un nuevo horizonte de posibilidades para el feminismo contemporáneo. La ilustración, en tanto lenguaje accesible y versátil, se convierte en un medio privilegiado para articular una narrativa emancipadora que combina humor, ironía y análisis social, prácticas que, además de contribuir a una alfabetización visual crítica empoderan a las audiencias y fomentan una participación en la producción de sentido cultural.

El ciberfeminismo no se limita a la difusión de mensajes, sino que construye infraestructuras de comunicación donde la colaboración y la emoción adquieren valor político. La sororidad digital y la estética de lo cotidiano refuerzan la idea de que la transformación social puede surgir desde los márgenes, desde el arte y desde la conexión humana. En

definitiva, el feminismo transmedia redefine la cultura visual contemporánea al convertir cada imagen en una forma de acción, cada red en un espacio de cuidado y, cada interacción, en un acto de resistencia mediado entre el papel y la pantalla donde las mujeres reescriben su propia historia y la insertan en un relato compartido, abierto y plural.

Bibliografía

- Aarseth, Espen J., y Sánchez-Mesa Martín, Domingo. (2004). *Literatura y cibercultura*. Arco Libros.
- Acebes, Belén y Montanera, Ramón (2025). *Estudio Anual Redes Sociales 2025*. IAB Spain.
- Amo Sánchez-Fortún, José-Manuel (2021). *La lectura y la escritura como prácticas sociales en la cultura digital*. Madrid: Tirant Humanidades.
- Aparici, Roberto y García-Matilla, Agustín. (1998). *Lectura de imágenes* (3.ª ed.). Ediciones de la Torre.
- Aparici, Roberto. y Silva Madrid, Marco. (2012). Pedagogía de la interactividad. *Comunicar*, 38, 51-58. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-05>
- Baer, Hester. (2019). *Dismantling the patriarchy, bit by bit: Feminism, technology and digital media*. Peter Lang.
- Banet-Weiser, Sarah. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Berger, John. (1972). *Modos de ver*. Gustavo Gili.
- Braidotti, Rosi. 2000. *Sujetos Nómades*. Paidós
- Butler, Judith. 2007. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós, Barcelona.
- Casas, Patricia, Tejedor, Santiago. y Romero, Luis M. (2018). Micronarrativas en Instagram: análisis del storytelling autobiográfico y de la proyección de identidades de los universitarios del ámbito de la comunicación. *Prisma Social*, 20, 40-57.
- Castells, Manuel. (2004). *Estado, sociedad y cultura en la globalización de América latina con referencia a la especificidad chilena*. Foro de altos estudios sociales Valparaíso.
- Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Chartier, Anne-Marie (2002). "Lectores en extinción: iletrismo e iletrados" y "La lectura-escritura, de los informáticos a los internautas". En Jean Hébrard (ed.). *La lectura de un siglo a otro (Discursos sobre la lectura 1980-2000)*. Barcelona: Gedisa. 121-192.
- Escandell Montiel, Daniel (2015). "Narrativizaciones del yo: los impostores y la construcción del personaje-yo deseado en la sociedad digital". *Revista Tempo e Argumento*: 15: 71-102.
- Esteban Lario, Jesús. (2019). *Técnicas de persuasión y comunicación digital*. Caligrama.
- Fernández-Savater, Amador. (2020). *Habitar y resistir en la red: Ensayos sobre política y afecto en el siglo XXI*. Icaria.
- Gill, Rosalind. (2017). *The cultural politics of emotion in feminist media*. Routledge.

- Giménez, Gilberto. (2003). La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales.
- Giones Valls, Aina y Serrat i Brustenga, Marta. 2010. "La gestión de la identidad digital. una nueva habilidad informacional y digital". *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 24. <https://dx.doi.org/10.1344/105.000001545>
- Gómez Ramírez, Oralía y Reyes Cruz, Verónica Luz. 2008. "Las jóvenes y el feminismo: ¿indiferencia o compromiso?" *Estudios feministas*, 16(2), 387-408.
- Bourdieu, Pierre. (1998). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Haraway, Donna. (1991). *Simians, cyborgs and women: The reinvention of nature*. Routledge.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, Henry, Ford, Sam, y Green, Joshua. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Mora, Verónica. (2020). *Artivismo y cultura visual en la era digital*. Ediciones Complutense.
- Mora, Vicente Luis. (2024). "Poética metafragmentaria". *Cuadernos Hispanoamericanos*, 885: 30-33.
- Nicolás Ojeda, Miguel Ángel, y Grandío del Mar, María. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales: Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Gedisa.
- Pérez Tornero, José Manuel y Martínez-Salanova Sánchez, Enrique. (2012). Emisores / receptores activos para los cambios sociales. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 1(2), 143-146.
- Plant, Sadie. (1997). *Zeros + ones: Digital women + the new technoculture*. Fourth Estate.
- Rojas, Rosa Maribel, Cázares, Gisela Ivonne y Yokoigawa, Miki. (2022) La estética de la participación de Sánchez Vázquez: siete prácticas artísticas en redes sociales durante la pandemia. *Escena. Revista de las artes*, 81, (2), 80-197.
- Romero Escrivá, Rebeca. (2022). La historia del audiovisual en clave cultural: Una pedagogía del trasvase intermedial y el análisis creativo. En *Experiencias docentes en comunicación: El valor didáctico de la producción audiovisual estudiantil* (pp. 36-45). Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez-Jara Merchán, Javier y Gómez Díaz, Raquel (2019). "Escritura y lectura en la web social. Interacciones, nuevos roles y construcción identitaria". *Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2: 378-399.
- Scolari, Carlos Alberto. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Sontag, Susan. (1996). *Contra la interpretación*. Letrae.