

Discurso visual posmachista en Twitter: análisis multimodal de la iconicidad de la victimización

Postmachista visual discourse on Twitter: multimodal analysis of the iconicity of victimisation

Sonia Núñez Puente

sonia.puente@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos

Diana Fernández Romero

diana.fernandez.romero@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos

Recibido: 15/02/2018

Aceptado: 10/04/2018

RESUMEN

El trabajo aborda el discurso visual posmachista en Twitter mediante el análisis multimodal siguiendo el modelo de Kress y van Leeuwen. Se pretende indagar en las estrategias de construcción de las imágenes de la feminazi y cómo estas son iconizadas en el relato de un proceso de victimización reclamado desde el posmachismo. La conformación visual de la feminazi se construye a partir de mecanismos discursivos como la resemiotización, la vinculación del afecto, propia de la comunicación digital, y la espectacularización de las imágenes de modo que estas constituyen un imaginario metonímico del relato posmachista sobre la violencia de género. El análisis de las veinte imágenes seleccionadas muestra cómo se produce una co-optación del espacio de la victimización politizando, a un tiempo, las demandas del posmachismo que encuentra en el discurso visual un modo de subvertir los avances discursivos en la lucha contra la violencia hacia las mujeres.

PALABRAS CLAVE

discurso visual, posmachismo, Twitter, análisis multimodal, feminazi

ABSTRACT

The work addresses postmachist visual discourse on Twitter through a multimodal analysis according to the model by Kress and van Leeuwen. The aim is to inquire into the strategies for constructing images of the feminazi and how these are iconized in the narrative of a victimization process reclaimed by postmachism. The visual configuration of the feminazi is constructed on the basis of discursive mechanisms such as resemiotization, the linking of affect, characteristic of digital communication, and the spectacularization of the images so that they constitute a metonymic imaginary of the postmachist narrative about gender violence. The analysis of the twenty selected images shows how a co-optation of the space of victimization takes place, politicizing, at the same time, the demands of postmachism, which finds in visual discourse a way of subverting the feminist discursive advances in the fight against violence against women.

KEY WORDS

visual discourse, postmachismo, Twitter, multimodal analysis, feminazi

1. INTRODUCCIÓN

La imagen en forma de *stop* con el imperativo “stop feminazis” situado en medio de un cartel, pegado en una farola en la calle, circula en la cuenta de Twitter de la Asociación Projusticia. Se trata de una parte del flujo de un imaginario icónico que constituye, junto a los hashtag que la acompañan, una combinación de discurso visual y textual que deviene en la afirmación de una narrativa fijada en la necesidad de desafiar la llamada “industria del maltrato” articulada por lo que el posmachismo ha conceptualizado como “ideología de género” (HazteOír, 2014).

En nuestro trabajo nos ocuparemos de abordar el análisis de las imágenes codificadas en el discurso visual posmachista a fin de desvelar los mecanismos de articulación comunicativa que hacen posible su eficacia en el entorno digital. Indagaremos, de este modo, en los procesos de victimización del posmachismo vertebrados mediante la fetichización del discurso visual que recurre a la técnica de vinculación del afecto y de la espectacularización de las imágenes hasta convertirlas en parte de un imaginario metonímico de la narrativa posmachista de la violencia de género. Para ello acudiremos al análisis semiótico visual siguiendo el modelo de Kress y van Leeuwen (1996; 2001), prestando particular atención a las lógicas de resemiotización (Iedema, 2003; O'Halloran, 2012) del concepto de victimización a partir de la conformación de la imagen visual de la figura de la *feminazi*.

2. CONTEXTO ECONÓMICO Y POLÍTICO DE LA LUCHA CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN ESPAÑA

En 2004 se aprobó en España la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género que, sin embargo, no ha servido para abordar críticamente la violencia de género en términos de las condiciones estructurales que la hacen posible (Núñez Puente, 2011: 334). Ello, junto con los recortes y los cambios en las políticas de igualdad a partir de la llegada al poder del Partido Popular en 2011 ha contribuido notablemente al surgimiento de una suerte de retroceso tanto discursivo como de recursos destinados a la prevención y la lucha contra la violencia.

A partir de 2011 se ha producido un recorte sostenido en políticas de igualdad y de lucha contra la violencia de género. Un total de nueve millones de euros es lo que supone el descenso presupuestario destinado a la lucha contra la violencia de género. El gobierno dedicó en 2016 un 26% menos de recursos que en 2010. Por consiguiente, el dinero que destina el Gobierno ha pasado en seis años de los 34,3 millones de 2010 a los 25,2 que preveía gastar en 2016. Desde el PSOE se denuncia que la Delegación del Gobierno para la Lucha contra la Violencia de Género mantiene un recorte del 8,68% sobre los últimos presupuestos del gobierno socialista de 2011 y que “no existe en los Presupuestos Generales del Estado ninguna partida destinada a dar cumplimiento a los nuevos compromisos del Convenio de Estambul” (Público, 2017).

En este entorno de recortes, el 7 de noviembre de 2015 colectivos feministas provenientes de toda España se reunieron en una marcha en Madrid para demandar que la lucha contra las violencias machistas fuese considerada una cuestión de Estado.

El 30 de enero de 2016 se encontraron representantes de las organizaciones feministas que participaron en la Marcha del 7 de noviembre contra las violencias para evaluar los compromisos y las acciones llevadas a cabo hasta ese momento. Dicha reunión sirvió para que se constituyeran como una plataforma permanente con el objetivo de colaborar en el cumplimiento de los objetivos planteados en el Manifiesto 7N, redactado para la movilización de noviembre (Plataforma 7N, 2018). La politización del activismo contra la violencia de género y la vigilancia de las propuestas del Gobierno por parte de colectivos como el 7N explican, en parte, la búsqueda de un acuerdo político que tomó forma de Pacto de Estado, aprobado por el pleno del Congreso, con 178 votos a favor y 65 abstenciones, en septiembre de 2017 (Kohan, 2017). El Pacto de Estado se vincula a un documento acordado con 213 medidas que incluyen algunas largamente exigidas por el movimiento activista como, por ejemplo, la consideración de víctima de violencia de género a la mujer cuyos hijos hayan sido asesinados por su pareja o expareja. Si bien la consecución de un consenso institucional a favor de la lucha contra la violencia de género constituye, sin duda, un avance sustancial respecto a la situación de crecientes recortes presupuestarios, las críticas al Pacto de Estado se sitúan en la asignación de la financiación del conjunto de las medidas que no ha sido todavía asegurada por el Gobierno (Kohan, 2018). El grupo parlamentario de Unidos Podemos se abstuvo en la votación aduciendo, entre otras razones, que el Pacto circunscribe la violencia únicamente al ámbito de la pareja y expareja o la falta de dotación presupuestaria explícita. Asimismo desde Unidos Podemos se criticó la ausencia de representación de los movimientos feministas en el Pacto de Estado.

Este énfasis en la dimensión institucional, como veremos más adelante, ha contribuido paradójicamente, a nuestro juicio, a reforzar las demandas del posmachismo. Éste encuentra en el discurso público un espacio en el que presentarse como un colectivo desfavorecido por la "toma"/conquista del discurso legislativo por parte del movimiento feminista que ha impuesto lo que, desde la narrativa posmachista se ha denominado "ideología de género" (Núñez Puente y Gámez Fuentes, 2017).

3. POSMACHISMO Y PROCESOS DE VICTIMIZACIÓN

Lorente (2013) define el posmachismo como "una de las últimas trampas que la cultura patriarcal ha puesto en práctica. Su objetivo es claro, busca jugar con la normalidad como argumento y hacerlo, paradójicamente, en nombre de la igualdad". El discurso posmachista se asienta en la naturalización de la neutralidad (Lorente, 2009). Más allá de la asunción de un orden de las cosas vinculado a una lógica del discurso legitimador del cientificismo (Lorente, 2013), solo encuentra cabida el discurso radicalizado del feminismo. Emerge, de este modo, la construcción de la feminazi como una amenaza de los marcos de reconocimiento hegemónicos que transforman, a su vez, al hombre en una víctima de las políticas de género.

En este punto consideramos necesario interrogarnos acerca de cómo es posible la apropiación de la figura de la víctima en los relatos posmachistas de la violencia de género. Ello se debería, por un parte, a la materialidad del medio discursivo, dado que Twitter favorece la creación y rápida difusión en las redes sociales de los relatos elaborados a partir de la política de la posverdad. Por otra parte, responde a la

focalización en la figura de la víctima en los marcos representacionales de la violencia. Las estrategias discursivas de la política de la posverdad, que operan mediante la capitalización de las emociones en lugar de la exposición argumentada de los hechos o datos objetivos, hacen inteligible las narrativas de victimización en las que el lugar de la víctima es co-optado por los relatos posmachistas sobre la violencia contra las mujeres (Núñez Puente y Gámez, 2017). A ello se une la prevalencia de la sensibilidad postfeminista, incapaz de recoger las demandas de las luchas colectivas del feminismo, que convive de manera compleja con la llamada misoginia popular (García-Favaro y Gill, 2016: 392) que mimetiza las tácticas en los discursos mediáticos del posfeminismo (Banet-Weiser, 2015: 2).

Este fenómeno discursivo de generación de contranarrativas en relación a la lucha contra la violencia de género se ha producido en España al tiempo que se observa un avance de los partidos ultraconservadores y las plataformas online de activismo político asociadas a ellos. En nuestro caso indagaremos en las construcciones visuales de la figura de la feminazi elaboradas en la cuenta de Twitter de la asociación Projusticia. Presidida por Francisco Zugasti, la asociación se define en su página web como: “un grupo de personas que hemos visto y sufrido en nuestras carnes el funcionamiento de la justicia en España. Hemos visto cómo las instituciones con capacidad legislativa han venido elaborando leyes cada vez más discriminatorias e injustas contra una parte de la población por el simple hecho de ser del sexo masculino. Leyes que han llegado al extremo de eliminar la presunción de inocencia” (Projusticia, 2018). Abundando en la idea de que los hombres se han convertido en un grupo socialmente discriminado, Projusticia incluye un apartado en su web sobre lo que conceptualizan como la “industria del maltrato”. El abordaje de la violencia de género en la agenda política y mediática se articula, según Projusticia, a partir de lógicas neoliberales de apropiación de recursos puesto que, en su opinión: “en España existe un entramado bien armado durante años y extraordinariamente financiado al que llamamos Industria del maltrato. Sus tentáculos llegan a todas las instituciones del Estado. Sus herramientas son eficaces pues han sido mejoradas y pulidas durante años” (Projusticia, 2018). La Ley contra la violencia de género se convierte así en el centro de los ataques de Projusticia, que afirma que “la ley no se limita al aspecto penal en el que se han centrado los debates. La Ley obliga a que todas las leyes pasen por el tamiz de la perspectiva de género. De hecho éste el principal problema de esta ley” (Projusticia, 2018). De este modo, la llamada “ideología de género” permea la redacción de los discursos legislativos que, según Projusticia, “obligan a que las leyes anteriores se reformen de acuerdo a las teorías de género y que las que se redacten posteriormente lo sean de acuerdo a las teorías de género” (Projusticia, 2018). La trascendencia que tiene el discurso posmachista elaborado por Projusticia se manifiesta, por una parte, en el desafío abierto de las propuestas activistas del feminismo y, por otra, en la relevancia que dicho desafío ha adquirido en el discurso mediático. En agosto de 2017 se hace referencia en el diario *El Plural* a la fuerza del hashtag “StopFeminazis” que se convirtió en “trending topic” tras la aparición en televisión de las pancartas en las que se podía leer “Stop denuncias falsas”, “Custodia compartida” y “STOP FEMINAZIS”. Las pancartas ocuparon el 8 de agosto el espacio público durante la comparecencia en el juzgado de Francisco Arcuri, el exmarido de Juan Rivas, condenado por violencia de género (*El Plural*, 2017). Esto constituye tan solo uno ejemplo de los discursos mediáticos que muestran la inclusión en el debate

público del eslogan “Stop feminazis” (Benito, 2017; Maldonado, 2017; Martínez, 2017) y que, por tanto, visibilizan los procesos de construcción de una narrativa, también de un relato visual en el caso de Twitter, del concepto de la *feminazi*.

4. TWITTER Y EL DISCURSO VISUAL POSMACHISTA

La abundante producción científica sobre Twitter se ha centrado fundamentalmente en el análisis de las oportunidades que esta red social ofrece para reforzar o para modificar los marcos de reconocimiento en los discursos mediáticos (Bruns y Hanusch, 2017: 1138). No obstante, la importancia de los procesos de iconización de las imágenes distribuidas en Twitter está comenzando a vincularse a la transformación metonímica de las imágenes (Bruns and Hanusch 2017) que convierten a estas en respuestas con un potencial de contagio afectivo (Mortensen, 2015; Papacharissi, 2014). Así, la elaboración y distribución que la asociación Projusticia realiza de la imagen específica de la *feminazi* opera, a nuestro juicio, como un artefacto visual metonímico de la victimización articulada por el posmachismo en los discursos digitales sobre la violencia de género. Del mismo modo, el papel que desempeñan el potencial emocional y la eficacia comunicativa relativas al contenido visual en las redes sociales, y que se observa en el caso de análisis que nos ocupa, están siendo objeto de análisis en la literatura científica reciente (Fardouly, Willburger y Vartanian, 2017; Kharroub y Bas, 2015; Lough, Molyneux y Holto, 2017; Ruiz del Olmo y Bustos Díaz, 2016).

Dean y Aune (2015: 391) señalan, por su parte, el modo en que plataformas como Facebook y Twitter hacen posible que las prácticas comunicativas del posmachismo puedan ser contestadas de manera inmediata e, incluso, cómo las redes sociales pueden contribuir a consolidar y crear una comunidad feminista (Evans y Chamberlain, 2015). Sin embargo, existe un debate creciente acerca de las oportunidades y amenazas que ofrecen las redes sociales como herramienta para el activismo feminista. Se ha advertido del potencial del llamado feminismo de Twitter, pero también se han identificado las debilidades que este presenta. Si bien Twitter se ha convertido en una herramienta para la movilización feminista, también ha permitido la elaboración y difusión del discurso posmachista (Dean y Aune, 2015: 392). Así Banet-Weiss argumenta que asistimos a una época de violencia y hostilidad hacia las mujeres en los entornos de comunicación digital que ella ha denominado “networked misogyny” (2016, 171) y que es fácilmente apreciable en el contexto específico de España.

Por su parte, teóricas como Fenton y Barassi (2011: 179) ponen de manifiesto que, lejos de ser emancipadora, la lógica de participación de las redes sociales puede suponer una amenaza para los colectivos políticos. Convendría reflexionar acerca de las posibilidades que las redes sociales ofrecen para la participación activista y política o bien su incapacidad para desvelar las prácticas que “are ever deeper embedded in the means of communication” (Fenton y Barassi 2011, 194). Un detallado análisis de las imágenes en la cuenta de Twitter de Projusticia proporcionará la naturaleza y el alcance de la apropiación de los discursos de victimización promovidos mediante la circulación del afecto como una ‘binding technique’ (Dean 2015: 90) articulada en diferentes artefactos visuales en los espacios de comunicación digital. Asimismo cabe señalar que los modos específicos de producción discursiva de las redes sociales

hacen posible el proceso de apropiación del discurso de la victimización por parte del posmachismo. Esta apropiación se realiza gracias a una comodificación del propio discurso, en este caso de las imágenes, que, así, puede ser usado y apropiado.

La circulación del afecto en las redes facilita, por un lado, la reafirmación de creencias normativizadas sobre la violencia y, por otro, impulsa el fortalecimiento de espacios discursivos, y visuales, del posmachismo. Para desvelar los mecanismos de circulación del afecto acudimos a la argumentación de Dean y Aune (2015) sobre las viculaciones afectivas relacionándolas con la espectacularización inherente a la comodificación en la comunicación digital. El capitalismo comunicativo proporciona, según Dean (2015, 93), las estrategias discursivas esenciales para transformar los relatos en meras narraciones vacías; es decir, en fetiches discursivos. Una de las estrategias más efectivas para la fetichización de los relatos, especialmente los visuales, es la espectacularización que, mediante la repetición de un discurso fetiche, imposibilita la acción resultante de cualquier proceso de intercambio discursivo. Para Dean "the final sense of the integrated spectacle is this-that it has integrated itself into reality to the same extent as it was describing it, and that it was reconstructing it as it was describing it" (2015: 92). En esta circularidad de la espectacularización "reality no longer confronts the integrated spectacle as something alien. The integrated spectacle is an element of the world it depicts; it is part of the scene upon which it looks. It is a circuit" (2015: 92). Esta aproximación analítica resulta de gran utilidad para explorar los modos de funcionamiento de la posverdad (Núñez Puente y Gámez Fuentes, 2017) como dispositivo discursivo que permite el cuestionamiento de la existencia de la violencia de género como problema social vinculado a la desigualdad estructural. Precisamente sostenemos que el posmachismo capitaliza la espectacularización generadora de un discurso visual fetichizado, inherente a algunas de las formas comunicativas de las redes sociales, para cambiar la narrativa de la victimización. Los hombres se presentan abiertamente, especialmente en los hashtags y en las imágenes de la cuenta de Twitter de Projusticia, como víctimas de las feminazis.

A este respecto, es preciso señalar cómo la cuenta de Twitter de Projusticia denuncia la capacidad de acción del feminismo que, sirviéndose de las lógicas de la economía neoliberal, se ha apropiado del aparato legislativo para aprobar la ley contra la violencia de género. Especialmente significativo es el uso que del hashtag StopFeminazis hace la cuenta de Projusticia vinculándolo a la idea de que "como toda ideología totalitaria el feminazismo no tolera disidentes ni opositores" (Projusticia, 2018). Se cuestiona de este modo, y a un tiempo, el feminismo como movimiento social y su capacidad de acción política categorizándolo como una amenaza para el sistema hegemónico.

Así pues, el activismo feminista se ve abocado a competir no solo por el espacio discursivo de las redes sociales, sino también por el propio discurso visual y las tecnologías de la participación ciudadana en el espacio público que lo hace posible.

5. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA

Nuestra intención es realizar un análisis semiótico visual de una selección del material gráfico que la Asociación Projusticia difunde a través de su cuenta de Twitter (@

ProjusticialInfo). Si hemos optado por analizar el material gráfico de esta asociación es porque dicha entidad es una de las más representativas del activismo posmachista en España en la actualidad. Projusticia promueve iniciativas con amplia repercusión como la concentración del 19 de marzo, festividad del Día del Padre, frente a la sede del Partido Popular en la calle Génova de Madrid para derogar la Ley del Divorcio porque la consideran una norma “sexista basada en la ideología de género”. Los miembros de la entidad también se manifiestan el Día Internacional de los Derechos del Niño por entender que estos “son vulnerados constantemente por la legislación y la práctica judicial actual”. Entre sus actividades se contempla la concentración ante los juzgados especializados sobre violencia de género a los que tildan de *feminazis*. En esas concentraciones despliegan pancartas solicitando la derogación de la “ley de género”, además de otros carteles. El más recurrente es el que se configura con una señal de Stop, palabra a la que unen la de *feminazis*.

Entre el contenido audiovisual publicado en en la cuenta de Twitter de Projusticia detectamos cuatro tipo de imágenes fijas que son recurrentes: carteles anunciadores de manifestaciones; fotografías de manifestaciones; composiciones que comparan a quienes consideran “supuestas feministas” con imágenes de acciones o conductas que se han denunciado públicamente por ser sexistas pero que la Asociación no las considera como tales; y fotografías de carteles, pegatinas, pintadas y pancartas con los lemas “Stop feminazis” (generalmente dentro de una señal de *Stop*) o “¿Feminazis? No, gracias” ubicados en diferentes localizaciones, siempre en espacios públicos.

Estas imágenes, que o bien se suben sin texto o bien se acompañan del hashtag “Stopfeminazis”, son en su mayoría retuiteadas desde la cuenta de Twitter “stopfeminazis” (@stopfeminazis00), cuyo contenido lo conforman exclusivamente este tipo de fotografías. Son precisamente estas últimas imágenes las que nos interesa analizar aquí, dado el alto grado de iconicidad que presentan y sus posibilidades de constituir una imagen identitaria del postmachismo. Asimismo, consideramos relevante el lugar que ocupan en el espacio público, el cual tratan de resignificar a través de la apropiación simbólica. También nos interesa indagar en el alto grado de espectacularización que creemos alcanzan estas imágenes que deriva en un discurso visual fetichizado de importante relieve.

El corpus se compone de 20 fotografías que la Asociación ha compartido en su cuenta de Twitter entre noviembre de 2017 y enero de 2018. Es una muestra que consideramos representativa de un tipo de imágenes que, como dijimos, son recurrentes en dicha cuenta y que siguen una pauta visual representativa que está en otras muchas fotografías del mismo estilo que se retuitean desde @stopfeminazis00: el cartel de “stop feminazis” en diferentes espacios públicos. Las imágenes están tomadas en las puertas de los juzgados especializados en violencia de género, a los que se tilda de “Juzgados Feminazis”; en mobiliario público, paredes, farolas, columnas, carteles de calles o de servicios sociales, donde se han colocado pegatinas o se han realizado pintadas. Algunas de ellas son fotografías de manifestaciones en las que la Asociación Projusticia ha portado carteles y pancartas con el eslogan “Stop Feminazis”.

La aproximación metodológica a este conjunto de fotografías se realizará a través del análisis semiótico visual explorando las funciones de la imagen del modelo propuesto por Kress y van Leeuwen (2006 [1996]). Asimismo, examinaremos la resemiotización del concepto de victimización a partir del análisis que realiza O'Halloran (2012). Pretendemos indagar en los procesos de construcción metonímica de la imagen que constituyen un imaginario fetichizado de la victimización según Bruns y Hanusch (2017). Veremos, de acuerdo con Dean (2015), cómo la Asociación Projusticia recurre a una espectacularización generadora de un discurso visual de gran trascendencia. Por último, analizaremos en qué modo se produce la apropiación del discurso de la victimización por parte de la entidad, fetichizándolo mediante la construcción visual de la *feminazi*.

6. SEMIÓTICA VISUAL Y RESEMIOTIZACIÓN.

Como ponen de manifiesto Kress y van Leeuwen (2001), la transmisión de significado en el contexto actual se realiza por medio de diferentes modos o códigos semióticos. En este artículo nos van a interesar especialmente los elementos visuales del discurso, a los que nos aproximaremos a partir de la semiótica visual de Kress y van Leeuwen (2006 [1996]). Con ello, exploraremos las narrativas de la Asociación Projusticia en Twitter.

El análisis semiótico-visual de Kress y van Leeuwen (2006 [1996]) está inspirado en las funciones del lenguaje propuestas por Halliday (2004) en su *Systemic Functional Linguistics*. Así, según este planteamiento, sería posible delimitar el desarrollo de diferentes funciones por parte de las imágenes.

Una de ellas es la *función representacional o ideacional*, esto es, la de representar la realidad de forma concreta o abstracta. Las imágenes, según Kress y van Leeuwen (2006 [1996]), en Moya y Pinar, 2007: 24), representan personas, animales, objetos, dispuestos y ubicados en determinados contextos. Dentro de esta función se distinguen dos procesos básicos: las representaciones conceptuales y las representaciones narrativas. Las primeras agrupan y representan a los participantes sin vectores de acción o de tiempo, son representaciones estáticas, sin participantes en la interacción. Mientras que las segundas presentan acciones o procesos, disposiciones espaciales transitorias, escenas que pueden interpretarse y describirse.

Otra de las funciones que contemplan Kress y van Leeuwen (2006 [1996]: 148-149) es la *interactiva o interpersonal*. Ésta incide en la relación entre quienes interactúan en la producción y la recepción de una imagen: quienes la generan, aquellos que aparecen representados y quienes la reciben. Esta función explora por tanto la forma en la que las imágenes atraen al público.

La función que aquí más nos va a interesar por el tipo de imágenes analizadas es la *composicional*, dado que explora cómo se distribuyen los elementos representados, así como el valor, el relieve informativo que adquieren en la imagen y el encuadre (*framing*).

El valor informativo que se atribuye a los elementos de una composición está basado en los significados que socialmente se atribuyen a las diferentes zonas de una imagen en el ámbito de la cultura occidental. Así, la dicotomía derecha/izquierda de una imagen representa el eje de información conocida por el receptor/información novedosa o desconocida. La dicotomía arriba/abajo representa la variable ideal/real, esto es: que en la parte superior se ubica generalmente la parte esencial de la información, mientras que en la inferior se representa la información más específica, detallada o práctica. El eje central/marginal alude a lo considerado más importante o nuclear, que tiende a situarse en el centro, frente a los elementos marginales, que ocupan lugares secundarios en la composición.

Kress y van Leeuwen señalan a su vez varios indicadores que apuntan a una mayor o menor prominencia de la imagen en relación al tamaño, la nitidez focal, los contrastes tonales y de color, los planos o la iluminación. Imágenes grandes, nítidas, contrastadas y saturadas, en primer plano y bien iluminadas tendrán más prominencia que otras en las que estas variables sean menores.

El encuadre o *framing* aúna los elementos de una imagen en cuanto a la similitud de formas y colores, vectores de conexión o ausencia de líneas o espacios vacíos. Cuando se incorporan en las imágenes, estos marcos generan sensación de distancia con los públicos; mientras que su ausencia conmina a la audiencia a integrarse en la composición (Moya y Pinar, 2007: 25-26).

Otro concepto fundamental para el análisis de las imágenes es el que apunta O'Halloran (2012) en su estudio de los problemas analíticos y teóricos del Análisis del Discurso Multimodal. La autora señala la necesidad de dar forma y analizar la resemiotización de los fenómenos multimodales en el despliegue de las prácticas sociales. Este proceso, que es dinámico, hace referencia a la forma en la que el significado cambia según el contexto o la práctica, en función de los cambios espacio-temporales. "En muchos casos, la resemiotización conlleva introducir nuevos recursos semióticos y puede resultar en una expansión metafórica de significados a medida que los elementos funcionales de un recurso semiótico se realizan utilizando otro recurso semiótico: por ejemplo, el cambio del lenguaje a la imagen y al simbolismo matemático que se despliega en el discurso matemático", concluye O'Halloran (2012: 83). Dicha expansión metafórica a la que alude O'Halloran puede relacionarse con las travesías entre modos que, según Iledema (2010: 140), la resemiotización permite y que amplían las posibilidades expresivas de un modo semiótico (Pérez Arredondo, 2016).

7. ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES

De acuerdo a las funciones de la imagen del modelo de Kress y van Leeuwen (2006 [1996]) las fotografías que conforman el corpus responden, en su mayoría, a una representación conceptual. Es decir: son representaciones estáticas, sin participantes en la interacción. Si bien en cinco de ellas se incluye a personas, solo en tres se presentan escenas que pueden ser objeto de interpretación: dos de manifestaciones de la Asociación y una en la que dos Guardia Civiles conversan en primer plano con una pancarta de "Stop feminazis" de fondo. Esto implica que la entidad, en esta línea

gráfica, apuesta por la conceptualización más que por la representación narrativa. No pretende reivindicar contando historias, como sí hace con otro tipo de imágenes, sino abundar en un concepto como es la lucha contra las feministas, tildadas de *feminazis*, a partir de un potente eslogan encapsulado en una señal de prohibido o pintado en un muro. La acción humana aquí es secundaria, dado que no importa quién coloca el cartel, sino dónde y cómo está colocado y qué es lo que señala y a quién interpela.



Fuente: Cuenta de Twitter de la Asociación Projusticia (@ProjusticiaInfo)

Analizar la composición de las imágenes nos permite comprobar el relieve informativo que adquiere ese mensaje fundamental de rechazo a la lucha feminista y la ocupación del espacio de la victimización por parte de Projusticia. El eje más llamativo en las fotografías es el central/marginal, dado que las pegatinas, los carteles, las pancartas o las pintadas tienden a situarse en el centro de la imagen; frente a otros elementos, como paredes, carreteras, ventanas, que ocupan los espacios más marginales y subordinados. Solo en los casos en los que las pegatinas de "Stop Feminazis" o "¿Feminazis?, No gracias" se ubican sobre el cartel del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, un juzgado de violencia o un cartel del 8 de marzo, estos últimos adquieren un lugar fundamental. El juego compositivo apunta en este caso a visibilizar la transgresión que implica *contaminar* un cartel que pertenece a una institución que abanderó la lucha por la igualdad con una pegatina que asimila su papel social con el nazismo. Las víctimas quedan implícitas para que se activen las enciclopedias de los públicos a partir de las inferencias extraídas del cartel: los hombres son los oprimidos por la "ideología de género" y la "industria del maltrato".



Fuente: Cuenta de Twitter de la Asociación Projusticia (@ProjusticialInfo)

La prominencia de las imágenes no reside en la calidad de las mismas, dado que se percibe que están realizadas de forma ocasional, respondiendo a una labor documental y divulgativa. Es el tipo de fotografías que se comparten en los perfiles convencionales de las redes sociales sin pretensiones artísticas, sino en este caso reivindicativas: captadas para difundir y reforzar el relato de la victimización. No obstante, las imágenes sí destacan en su mayoría por la nitidez focal, que apunta a la visibilización del cartel, de la pintada o de la pegatina con el lema fundamental; así como por los contrastes tonales y de color. Las pegatinas o las pancartas rojas y amarillas destacan sobre fondos grises, marrones, azules, rosas o blancos. Abundan los primeros planos de esos mensajes, así como de los carteles sobre los que se inscriben (en 18 de las 20 fotografías), difuminando o dejando en segundo plano otros elementos que pasan a ser accesorios, entre ellos las personas. La prominencia de las imágenes también proviene de su iluminación: algunas de ellas cuentan con luz natural y otras con luz artificial. A pesar de su baja calidad, se percibe una preocupación porque al menos los elementos centrales sean visibles. A ello contribuye que en 16 imágenes desaparezcan objetos fotografiados en la calle a plena luz del día.



Fuente: Cuenta de Twitter de la Asociación Projusticia (@ProjusticialInfo)

La ausencia generalizada de encuadres o *frames* conmina a los lectores de las imágenes a integrarse en ellas. La representación desenfadada de lugares identificables invita a la participación, a sumarse a la reivindicación compartiendo las imágenes en redes sociales, pero sobre todo apropiándose del espacio público para luchar en la forma en la que lo hace la Asociación.

Este análisis nos permite visibilizar el fenómeno de resemiotización (O'Halloran, 2012) del concepto de *feminazi* que se produce a partir de la divulgación de este tipo de imágenes por parte de la Asociación Projusticia. En la constitución visual que de la *feminazi* se elabora en la cuenta de Twitter de Projusticia se observa la producción específica de significado que conlleva la posibilidad de transitar de un modo expresivo a otro. Por ejemplo, la toma de imágenes de las manifestaciones en diferentes lugares del espacio público, que tienen como centro de su representación carteles o artefactos visuales vinculados a la figura de la *feminazi*, se transforma en un discurso visual que establece como medio de expresión las fotografías subidas a Twitter. Por tanto, la transición de un modo (manifestaciones en el espacio público) a otro (las fotografías de la cuenta de Twitter de Projusticia) contribuye a la elaboración de un relato por parte del discurso posmachista encaminado a confrontar el aparato legislativo y discursivo de la lucha del movimiento feminista en contra de la violencia de género. La resemiotización hace posible la movilización de una práctica en un espacio social concreto (las protestas en la calle en contra de las medidas legislativas sobre la violencia de género) que se insertará en otro espacio y otra práctica diferentes (Twitter). En este sentido, la articulación de una narrativa del concepto de la *feminazi* potencia, mediante la transición de un modo expresivo a otro, la estructuración de un significado concreto

en el plano del contenido. La puesta en circulación de esta producción de significado, recogida en una narración de la *feminazi*, se amplifica gracias a la resemiotización que permite cohesionar un relato orientado a desafiar las propuestas discursivas del activismo feminista.

Concluimos que estas prácticas contribuyen a la resignificación del concepto de víctima y a la demonización de las instituciones y de las activistas feministas consideradas cómplices en la divulgación de la “ideología de género”. El discurso postmachista que trasciende de los eslóganes que se reiteran en las imágenes y que circula tanto en el espacio público como en las redes sociales ha conseguido que los hombres ocupen el lugar de la vulnerabilidad que estaba asociado a la mujer víctima de violencia. Catorce años después de la aprobación de la Ley Integral contra la violencia de género los cambios espacio-temporales y las prácticas del movimiento posmachista han alterado los significados del par opresor/oprimido, en el que los “hijos de padres separados”, los “abuelos separados de sus nietos”, los “padres separados” y las “segundas esposas” derivan en víctimas frente a “los ‘privilegios’ de las maltratadas”, a quienes protege la institucional “industria del maltrato” (Projusticia, 2018).

De esta forma, la utilización que la Asociación Projusticia realiza de la imagen de la *feminazi* a través de estas prácticas en Twitter deriva en una iconización que interviene como un artefacto visual metonímico de la victimización (Bruns and Hanusch, 2017). Esto alude al cambio semántico que introducen las fotografías del tipo causa-efecto en cuanto a quiénes ha de ser considerados víctimas y quiénes ocupan el lugar del agresor.

Estos discursos de victimización estarían promovidos por medio de la circulación del afecto como una técnica obligatoria (Dean, 2015). Dicha circulación del afecto permite la divulgación de los discursos visuales del posmachismo a través de las redes sociales recurriendo a la espectacularización y al discurso visual fetichizado inherente a la comunicación digital. La difusión de imágenes que implican una denuncia pública contra las feministas en los espacios públicos y de lucha contra el maltrato espectaculariza y fetichiza su imagen a partir de su asociación con las “nazis del feminismo” cuya acción hay que frenar de manera contundente. Recurrir a las imágenes difundidas en Twitter como pequeños-grandes triunfos de la lucha contra el *feminazismo* genera respuestas de afectividad que refuerzan las estrategias que recurren al fetiche de la *feminazi* por medio de su interpelación en las imágenes y en los lugares públicos que en ellas están representados.

Cuadro resumen de las variables de análisis y los principales resultados

Análisis semiótico-visual de Kress y van Leeuwen (2006 [1996]):

Función representacional o ideacional

Representaciones conceptuales y representaciones narrativas:

En su mayoría son representaciones estáticas, sin participantes en la interacción. Si bien en cinco de las imágenes se incluye a personas, solo en tres se presentan escenas que pueden ser objeto de interpretación. En esta línea gráfica, Projusticia apuesta por la conceptualización más que por la representación narrativa.

Función composicional

Distribución de los elementos representados:

El eje más llamativo en las fotografías es el central/marginal, dado que las pegatinas, los carteles, las pancartas o las pintadas tienden a situarse en el centro de la imagen; frente a otros elementos, como paredes, carreteras, ventanas, que ocupan los espacios más marginales y subordinados.

Relieve informativo:

La prominencia de las imágenes no reside en la calidad de las mismas, aunque sí destacan en su mayoría por la nitidez focal, que apunta a la visibilización del cartel, de la pintada o de la pegatina con el lema fundamental; así como por los contrastes tonales y de color. A pesar de su baja calidad, se percibe una preocupación porque al menos los elementos centrales sean visibles.

Encuadre o framing:

La ausencia generalizada de encuadres o frames conmina a los lectores de las imágenes a integrarse en ellas. La representación desenfadada de lugares identificables invita a la participación, a sumarse a la reivindicación compartiendo las imágenes en redes sociales, pero sobre todo apropiándose del espacio público para luchar en la forma en la que lo hace la Asociación.

Resemiotización (O'Halloran, 2012)

La resemiotización hace posible la movilización de una práctica en un espacio social concreto (las protestas en la calle en contra de las medidas legislativas sobre la violencia de género), que se insertará en otro espacio y otra práctica diferentes a través de las imágenes (Twitter). La articulación de una narrativa del concepto de la *feminazi* potencia, mediante la transición de un modo expresivo a otro, la estructuración de un significado concreto en el plano del contenido. La puesta en circulación de esta producción de significado, recogida en una narración de la *feminazi*, se amplifica gracias a la resemiotización, que permite cohesionar un relato orientado a desafiar las propuestas discursivas del activismo feminista.

8. CONCLUSIONES

El análisis de las narrativas visuales de la Asociación Projusticia en Twitter, realizado a partir del modelo de semiótica visual de Kress y van Leeuwen, nos ha permitido desvelar, por una parte, los mecanismos discursivos que permiten la construcción de un relato de co-optación del espacio de victimización y, por otra, la prevalencia que las imágenes adquieren en dicho relato. Entre las estrategias discursivas de elaboración de las construcciones visuales en torno al concepto de la *feminazi* hemos abordado la eficacia comunicativa de la espectacularización de las imágenes mediante su transformación en fetiches que, una vez vaciados de contenido susceptible de ser contestado, circulan en la cuenta de Twitter de la Asociación como elementos icónicos del relato de victimización.

El alto grado de iconicidad que presentan las imágenes analizadas da cuenta de los procesos de elaboración de una imagen identitaria del posmachismo. Dichas narrativas identitarias se apropian del espacio público, dado el lugar en el que las imágenes del concepto de *feminazi* se distribuyen por el espacio urbano. El relato de victimización del

posmachismo ocupa simbólicamente, de este modo, el espacio público politizando las demandas de los hombres que se sienten discriminados por las acciones legislativas del Estado a favor de la lucha por la igualdad de género. Asimismo, la resemiotización del concepto de victimización implica un proceso de apropiación y transformación de un discurso no propio que se traslada de un imaginario simbólico a otro (de las pancartas en la calle a las imágenes en la cuenta de Twitter) legitimando las demandas del posmachismo respecto a la desigualdad que, según este tipo de relatos, propician las políticas de género. Abordar críticamente los mecanismos de resemiotización de las imágenes de la *feminazi* nos ha permitido explorar la legitimación de determinados discursos que, mediante un desplazamiento multisemiótico (ledema, 2003), sitúan la producción de significado en un espacio simbólico de victimización. Esto es, a partir de una transformación dinámica de los procesos de construcción de sentido, hemos desvelado cómo se resitúa el significado de la imagen de la víctima que ya no es la mujer, sino el hombre que se encuentra sometido por la llamada “ideología de género”.

La imagen de la *feminazi* contribuye, de este modo, a la difusión de un imaginario de la victimización. Es decir, el cambio semántico que opera en la apropiación del concepto de víctima por parte del posmachismo se articula en las imágenes de la *feminazi* en las que, como hemos recogido en nuestro análisis, se invierte la posición del agresor y la víctima. La posición de la víctima es asumida por los hombres, según el relato de victimización del posmachismo, al tiempo que la figura del agresor toma la forma de la *feminazi*.

La Asociación Projusticia utiliza fundamentalmente, en la muestra de imágenes que hemos analizado, un tipo representación estática y conceptual en la que abundan los primeros planos de las pegatinas, los carteles y las pintadas de “Stop feminazis”. Son fotografías sin apenas calidad, con apariencia de haber sido tomadas de forma casual, que sin embargo adquieren relevancia informativa por la nitidez de los elementos centrales representados. Las imágenes abiertas, sin *frames*, incitan a borrar las fronteras entre el espacio público copado por el lema de freno a las *feminazis* y la representación visual espectacularizada que circula a través de Twitter.

Es preciso señalar que la espectacularización, tal como señala Dean (2015: 93), resulta una forma específica de control. La imagen se presenta de este modo como un recurso que hace posible la integración del espectáculo en la dimensión de lo real de manera que la realidad no se opone a la espectacularización de los discursos, sino que, más bien al contrario, los integra como parte esencial de los mismos (Dean, 2015: 91). La prevalencia de la imagen espectacularizada remite a una reflexión crítica en torno a quién y cómo se produce significado a partir del control del entorno de producción de un imaginario concreto. Esto se observa, precisamente, en el imaginario de la *feminazi* que espectaculariza un discurso visual centrado en la apropiación de la victimización como recurso de acceso al poder no solo simbólico, sino también político.

El reto de los relatos del feminismo se sitúa, a nuestro juicio, en la indagación en propuestas comunicativas que desafíen el marco discursivo del posmachismo; un marco discursivo que hace de la disputa por el espacio de la víctima el centro de unas narrativas visuales construidas a partir de la iconización del concepto de la *feminazi*.

REFERENCIAS

Banet-Weiser, Sarah (2017): "Popular Misogyny: A Zeitgeist", en *Culture Digitally*. Disponible en Internet: <https://culturedigitally.org/2015/01/popular-misogyny-a-zeitgeist/> [Consulta: 9 de febrero de 2018]

Benito, Marian (2017) "Stop feminazi": Un motín con mucho rencor". *El Mundo*. Disponible en Internet: <http://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2017/08/09/598aeea8268e3ea4288b46c1.html> [Consulta: 4 de abril de 2018]

Bruns, Alex and Hanusch, Folker (2017): "Conflict imagery in a connective environment: audiovisual content on Twitter following the 2015/2016 terror attacks in Paris and Brussels", en *Media, Culture & Society*, vol. 39(8), 1122–1141.

Dean, Jonathan and Aune, Kristin (2015): "Feminism Resurgent? Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe", en *Social Movement Studies*, vol. 14:4, 375-395.

El Plural (2017): "Stop Feminazis, la tienda machista que retuitea a Tertsch". Disponible en Internet: <https://www.elplural.com/politica/2017/08/25/stop-feminazis-la-tienda-machista-que-retuitea-tertsch> [Consulta: 4 de abril de 2018]

Evans, Elizabeth y Chamberlain, Prudence (2015): "Critical Waves: Exploring Feminist Identity, Discourse and Praxis in Western Feminism", en *Social Movement Studies*, volume 14, issue 4, 396-409.

Fardouly, Jasmine, Willburger, Brydie K. y Vartanian, Lenny R. (2017): "Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways", en *New Media & Society*. Disponible en Internet: <https://doi.org/10.1177/1461444817694499> [Consulta: 3 de abril de 2018]

Fenton, Natalie y Barassi, Veronica (2011): "Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation", en *The Communication Review*, vol. 14, Issue 3, 179-196.

García Favaro, Laura y Gill, Rosalind (2016): "Emasculation nation has arrived": sexism rearticulated in online responses to Lose the Lads' Mags campaign", en *Feminist Media Studies*, vol. 16, 379-397.

Halliday, M.A.K. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.

Hazte Oír (2014) "Denunciamos la discriminación de la mujer en España por ser madre, por la industria del género y por el aborto". Disponible en Internet: <https://www.hazteoir.org/noticia/63302-denunciamos-discriminacion-mujer-espana-sumaternidad-industria-genero-y-aborto> [Consulta: 8 de febrero de 2018]

Iedema, Rick (2003) "Multimodality Resemiotization: Extending the Analysis of Discourse as a Multisemiotic Practice", en *Visual Communication*, vol. 2 (1), 29-57.

Iedema Rick (2010): "Resemiotization of a Policy Initiative: Promoting Open Disclosure as 'Open Communication about Clinical Adverse Events'". En: Prior, P.A. y Hengst J.A. (eds.): *Exploring Semiotic Remediation as Discourse Practice*. London: Palgrave Macmillan.

Kharroub, Tamara y Bas, Ozen (2017): "Social media and protests: An examination of Twitter images of the 2011 Egyptian revolution", en *New Media & Society*, vol. 18 (9), 1973-1992.

Kohan, Marisa (2017): "El pacto de Estado contra la violencia machista se queda en un acuerdo de mínimos en su trámite parlamentario", *Público*. Disponible en Internet: <http://www.publico.es/sociedad/pacto-violencia-machista-queda-acuerdo.html> [Consulta: 6 de febrero de 2018]

Kohan, Marisa (2018): "La ministra de Igualdad deja en un limbo la financiación del Pacto de Estado contra la violencia de género para 2018". *Público*. Disponible en Internet: <http://www.publico.es/sociedad/violencia-machista-ministra-igualdad-deja-limbo-financiacion-pacto-violencia-genero-2018.html> [Consulta: 8 de febrero de 2018]

Kress, Gunther y Van Leeuwen, Theo (2006 [1996]): *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

Kress, Gunther y Van Leeuwen, Theo (2001): *Multimodal Discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.

Lorente, Miguel (2009): *Los nuevos hombres nuevos: los miedos de siempre en tiempos de igualdad*. Barcelona: Ediciones Destino.

Lorente, Miguel (2013): "El posmachismo (I)". *El País*. Disponible en Internet: <http://blogs.elpais.com/autopsia/2013/05/el-posmachismo-i.html> [Consulta: 8 de febrero de 2018]

Lough, Kyser, Molyneux, Logan y Holton, Avery E. (2017): "A Clearer Picture: Journalistic identity practices in words and images on Twitter", en *Journalism Practice*.

Disponible en Internet: <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1389292> [Consulta: 2 de abril de 2018]

Maldonado, Lorena (2017): "Stop feminazis": ¿qué significa la palabra con la que se ataca a Juana Rivas?". *El Español*. Disponible en Internet: https://www.lespanol.com/cultura/20170808/237476779_0.html [Consulta: 4 de abril de 2018]

Martínez, Virginia (2017) "Machismo en la Red: "Me llaman feminazi". *El País*. Disponible en Internet: https://elpais.com/elpais/2017/07/24/mujeres/1500916797_950460.html [Consulta: 4 de abril de 2018]

Mortensen, Mette (2015): *Journalism and Eyewitness Images: Digital Media, Participation, and Conflict*. London: Routledge.

Moya, Jesús y Pinar, María Jesús (2007): "La interacción texto/imagen en el cuento ilustrado. Un análisis multimodal", en *Revista OCNOS*, vol. 3, 21-38.

Nikolajeva, Maria y Scott, Carole (2001): *How Picturebooks Work*. New York: Garland Publishing.

Núñez Puente, Sonia (2011): "Feminist cyberactivism: Violence against women, internet politics, and Spanish feminist praxis online", en *Continuum*, vol. 25: 3, 333-346.

Núñez Puente, Sonia y Gámez Fuentes, María José (2017): "Spanish feminism, popular misogyny and the place of the victim", en *Feminist Media Studies*, vol. 17, issue 5, 902-906.

O'Halloran, Kay (2012): "Análisis del discurso multimodal", en *ALED*, vol. 12 (1) 75-97.

Papacharissi, Zizi (2014): *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.

Pérez Arredondo, Carolina (2016): "La representación visual del movimiento estudiantil chileno en la prensa establecida y alternativa nacional: Un análisis multimodal", en *Revista Austral de Ciencias Sociales*, vol. 30, 5-26.

Plataforma 7N (2018): Accesible en Internet: <https://plataforma7n.wordpress.com/> [Consulta: 8 de febrero de 2018]

Público (2017): "El PSOE denuncia que los PGE no incluyen ninguna partida para el Pacto de Estado contra la Violencia Machista". *Público*. Disponible en Internet: <http://www.publico.es/sociedad/presupuestos-psoe-denuncia-pge-incluyen.html> [Consulta: 11 de febrero de 2018]

Ruiz del Olmo, Francisco José y Bustos Díaz, Javier (2016): "Del tweet a la fotografía, la evolución de la comunicación política en Twitter hacia la imagen. El caso del debate del estado de la nación en España (2015)", en *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 71, 108-123.