

# Fotografía en femenino en la era posfotográfica: estudio de la iniciativa #NoSinFotógrafas<sup>1</sup>

## Fotografia em feminino na era pós-fotográfica: estudo da iniciativa #NoSinFotógrafas

### Photography in femenin at the posphotographic era: Study of #NoSinFotógrafas initiative

Carmen María Porteiro Sánchez<sup>2</sup>

#### Resumen

En el siglo XXI, el feminismo explora una nueva forma de visibilidad a través del denominado activismo #hashtag y, en la era posfotográfica el papel de la mujer en la fotografía se ha sumado a esta corriente. La búsqueda de la igualdad ha adquirido una nueva dimensión en el entorno digital y en el medio fotográfico, la mujer no ha querido quedarse atrás. #NoSinFotógrafas, objeto de estudio en este artículo, es una iniciativa que busca esta igualdad.

#### Palabras Clave

Fotografía, cultura digital, redes sociales, feminismo, mujer.

#### Resumo

No séc. XXI, o feminismo explora uma nova forma de visibilidade através do chamado ativismo de #hashtag e, na era pós-fotográfica, o papel da mulher na fotografia se tornou parte dessa corrente. A busca pela igualdade adquiriu uma nova dimensão no ambiente digital e no meio fotográfico, as mulheres não quiseram ficar para trás.

<sup>1</sup> A pesar de que está extendido el uso de hashtag sin acentuación, para mayor facilidad en enlaces y navegación, así como mayor uso, en este caso se ha respetado #NoSinFotógrafas, tal y como aparece en su web y sitio de Google. El uso de #NoSinFotógrafas y #NoSinFotografas no se discute en el grupo, aunque sí se hace un comentario al que se le resta importancia sobre el uso del doble etiquetado en redes sociales.

<sup>2</sup> Carmen María Porteiro-Sánchez (España). Universidad de Vigo. Doctoranda en Comunicación. E-mail: hola@carmenporteiro.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9357-282X>

Recibido: 20 de junio de 2019  
Aceptado: 29 de junio de 2019  
Publicado: 16 de diciembre de 2019

#NoSinFotógrafas, objeto de estudio deste artigo, é uma iniciativa que busca essa igualdade.

### **Palavras chaves**

Fotografia, cultura digital, redes sociais, feminismo, mulher.

### **Abstract**

In the XXI Century, feminism explores a new form of visibility through #hashtag activism and, in the post-photographic era the role of women in photography has been added to this current. The search for equality has acquired a new dimension in the digital environment and in photography, women have not wanted to be left behind. #NoSinFotógrafas, object of study in this article, is an initiative that seeks this equality.

### **Keywords**

Photography, digital culture, social media, feminism, woman.

## 1 Introducción

En 1974 (fecha de la primera edición de *Ways of Seeing*) John Berger ya comenta que:

Según las costumbres y las convenciones, que al fin se están poniendo en entredicho, pero que no están superadas ni mucho menos, la presencia social de una mujer es de un género diferente a la del hombre. La presencia de un hombre depende de la promesa de poder que él encarna (...) La presencia de una mujer expresa su propia actitud hacia sí misma, y define lo que se puede o no hacer" (...). (Berger, 1980, p. 53).

En la serie de la BBC "*Ways of Seeing*" de John Berger (de donde parte el libro de ensayos ya mencionado y disponible hoy a través de YouTube), en su segundo episodio, John Berger organiza un grupo de discusión en el que tratan el desnudo femenino en la historia del arte, a partir de las reflexiones previas planteadas en dicho capítulo. Una de las mujeres comenta:

Es un cuadro de una mujer [Figura 1] que se supone representa la paz. Ella podría ser una de las jóvenes liberadas o que quieren liberarse hoy en día. Está cómoda, relajada, no está interpretando ningún papel, es capaz de combinar el placer con el pensamiento y con soñar y podría saltar a la acción en cualquier momento. Y para mí ella tiene mucho más que ver con la desnudez, con uno mismo, con la verdad sobre uno mismo, que los otros desnudos que he visto". (s.f.).

Figura 1. Alegoría del Buen Gobierno, Ambrogio Lorenzetti



Fuente: Wikipedia

Que la representación del género femenino en la historia del arte ha estado “en manos de hombres” (Pérez Gauli, 2000) no es algo nuevo, ya que “la fotografía es, como el resto de áreas artísticas, un ámbito dominado por los hombres”. (Carro Fernández, 2010). “Nacer mujer ha sido nacer para ser mantenida por los hombres dentro de un espacio limitado y previamente asignado” (Berger, 1980, p.54). En contadas excepciones, el papel de la mujer en la fotografía ha sido como modelo, delante de la cámara, como sujeto pasivo, objeto incluso, al que fotografiar.

A partir de los años 60 del siglo pasado, con el auge del movimiento feminista, empieza a emplearse la fotografía como medio de expresión, de denuncia, de reivindicación del derecho a tener voz propia y a poder liberarse de tabúes y opresiones del machismo dominante en torno al medio fotográfico.

Desde su nacimiento, las mujeres se vieron apartadas de la fotografía y están siendo redescubiertas todavía hoy.

Este es el punto de partida del estudio de la iniciativa #NoSinFotógrafas. En él se revisará el papel de la mujer en la fotografía y en mundo digital, para poder entrar en el análisis de esta pequeña muestra. Permitirá visualizar cómo el medio fotográfico está evolucionando y transformándose, adaptando sus técnicas, procesos y estrategias, así como el comportamiento de los actores involucrados en este campo.

## 2. Mujeres en fotografía

Todavía nos faltan referencias históricas, aunque las mujeres, desde la invención del medio, han estado investigando en procesos fotográficos, como Constance Talbot, ayudante de su marido Henry Fox Talbot en los experimentos que derivaron en el calotipo, haciendo fotografías con fines científicos, como Anna Atkins<sup>3</sup> y sus cianotipos de botánica, periodísticos como Jessie Tarbox o con fines artísticos como la retratista Julia Margaret Cameron, las tres pioneras en su campo fotográfico. Sin embargo, existe una larga lista de referencias bibliográficas, sobre todo a partir de los años 90 del siglo pasado y de

---

<sup>3</sup> Tal y como comenta González-Moreno (2013) en su artículo La mujer como objeto (modelo) y sujeto (fotógrafa) en la fotografía: “Curiosamente no se sabe cuál de las dos fue de hecho la primera fotógrafa, porque no se han encontrado pruebas que lo atestigüen, consecuencia de la poca importancia que la historia ha dado a la mujer en este campo artístico”. (Nuñez y Oliva, 2011).”

la primera década del s. XXI que recopilan el trabajo de multitud de mujeres fotógrafas, muchas de ellas fundamentales.

En el entorno digital han ido surgiendo gran cantidad de iniciativas con ánimo de recopilar el trabajo de diferentes fotógrafas. Destacaremos, a nivel internacional:

- **Firecracker**, un proyecto impulsado en 2011 por Fiona Rogers con el objetivo de promover a las mujeres que trabajan en fotografía. De forma mensual, destaca el trabajo de una fotógrafa, con el fin de dar soporte y visibilidad a fotógrafas europeas. En 2012 lanzó una beca anual para ayudar a una fotógrafa novel residente en Europa a completar un proyecto fotográfico documental.
- **Women Photograph**, fundada por Daniella Zalzman, es una iniciativa lanzada en 2017 que tiene una base de datos que incluye más de 850 mujeres fotoperiodistas independientes con base en 99 países, categorizada geográficamente y que está disponible para cualquier editor u organización. Genera también una serie anual de subvenciones para proyectos fotoperiodísticos para fotógrafas emergentes y ya establecidas, un programa de mentorización de un año de duración y un fondo de viajes para ayudar a fotógrafas a acceder a talleres, festivales u otras oportunidades de desarrollo de su carrera. Su misión la definen como el cambio de la composición de género en la comunidad del fotoperiodismo y garantizar la diversidad en la industria. Se incluyen dentro de Women Photograph: personas trans, queer y no binarias.
- **Women in photography**: Fundada en 2008 por Amy Elkins y Cara Phillips, es un proyecto que se enfoca a exhibir trabajos fuera del modelo tradicional del mundo del arte comercial. Combina el trabajo de fotógrafas emergentes con artistas con una carrera establecida y trata de mostrar la diversidad de trabajos realizados por fotógrafas. Desde 2009 tiene un programa de becas para mujeres fotógrafas. Tiene, además, un apartado de recursos con enlaces a otros proyectos enfocados a mujeres, publicaciones becas y premios para mujeres y muestras fotográficas de mujeres en diferentes instituciones

Y en España:

- **Genio y figura**: Es una plataforma audiovisual y editorial para reivindicar la presencia de fotógrafas. Su intención era mostrar

proyectos fotográficos creados por mujeres a través de una convocatoria para poder seleccionarlos, entrevistas, análisis, crear un fondo con recursos bibliográficos y webgráficos e incluso una publicación para recoger trabajos fotográficos destacados. Surgió en 2015, pero actualmente parece que está inactiva.

- **Mujeres en las Artes Visuales**, es una asociación constituida en 2009 con el fin de promover la igualdad real y efectiva en todos los ámbitos relacionados con las artes visuales, un foro de pensamiento, una red de difusión de actividades con perspectiva de género. Han constituido un observatorio desde el que investigan y publican informes sobre presencia de mujeres en ferias y eventos, organizan la Bienal Miradas de Mujeres para visibilizar el talento de las mujeres en el ámbito de las artes visuales. Es un referente en España en las artes visuales.

### 3. Mujeres en el entorno digital

Las iniciativas bajo el anterior epígrafe, centradas en el ámbito fotográfico, audiovisual y multimedia sobre todo, y, en general, todas aquellas que reivindican la normalización, la igualdad, la sororidad y la visibilización de la mujer en todas las facetas de la vida, suelen compartir un mismo esquema de gestión colaborativo, asambleario y abierto y una estrategia de comunicación basada en el ciberactivismo,<sup>4</sup> a través de la creación de hashtags, la provocación visual y, sobre todo, la libertad y ruptura de tabúes. El término, *hashtag activism*, fue empleado por primera vez en *The Guardian* por Eric Augenbraun, en 2011 para referirse al poder de convocatoria de Twitter a través del hashtag #OccupyWallStreet, tratando de “emular el éxito de la Plaza Tahrir”. (Augenbraun, 2011). Eric Augenbraun explicaba en este artículo (en esa primera mención del término) que:

El advenimiento del “activismo hashtag” ha sido recibido con declaraciones sin aliento sobre el nacimiento de una nueva forma de movimiento social basado en la tecnología. Si bien estas tecnologías pueden ser herramientas extremadamente útiles, no representan alternativas al trabajo agotador y de años de conocer a las personas allá donde estén, escuchar sus inquietudes, llegar a puntos en común,

<sup>4</sup> También se podría denominar clictivismo, forma aceptada por la Fundeu, todavía no recogida en el DRAE y que el Diccionario de Inglés Oxford define como “el uso de redes sociales y otros métodos online para promover una causa”. (2019).

generar confianza y convencerlos de que está entre sus intereses actuar políticamente para cambiar sus circunstancias. Aquí no hay atajos; o dicho de otra manera, no son las protestas lo que importa, sino lo que sucede en el tiempo intermedio. (Augenbraun, 2011).

En este sentido, parece que los diferentes movimientos feministas y defensores de los derechos de la mujer y la igualdad se han servido del activismo hashtag para dar a conocer el mensaje y para convocar, o al menos hacer un llamamiento para movilizar, a quienes puedan empatizar con la causa.

Las redes sociales democratizaron el activismo feminista, abriendo la participación a cualquier persona con una cuenta de Twitter y el deseo de luchar contra el patriarcado. Al eliminar las barreras de la distancia y la geografía, sitios como Facebook, Twitter, Tumblr e Instagram han hecho que el activismo sea más fácil que nunca, facilitando los diálogos públicos y creando una plataforma para la concienciación y el cambio. (Nisha Chittal, 2015).

Estaríamos hablando de campañas como:

- **#freethenipple**. movimiento iniciado por Lina Esco que cuestiona la convención de considerar indecente la exposición del pecho femenino, tratando de dessexualizar y descriminalizar esta parte del cuerpo femenino, reflexionando sobre la cultura anglosajona que perpetúa y refuerza los tabúes existentes. Free the nipple es una web, una película y un hashtag que se mueve a través de sus perfiles en redes sociales.
- **#pussyhatproject**, un movimiento ya global que nació para teñir de rosa la Womens' March de Washington y que, además de tejer miles de gorros para esta marcha, lanzaron patrones y tutoriales para poder realizar este diseño. Su hashtag globalizó la iniciativa.
- **#MeeToo**, el movimiento creado como hashtag en 2017, para denunciar la agresión y acoso sexual en el cine (a raíz de las acusaciones contra Harvey Weinstein) que la actriz Alyssa Milano anima a utilizar y que se convirtió en viral, globalizándose y adaptándose en diferentes países: #BalanceTonPorc en Francia, #YoTambién en español, #QuellaVoltaChe en Italia, #MoiAussi en Canadá, etc.
- **#BringBackOurGirls** surge como respuesta al secuestro en 2014 de más de 200 niñas por Boko Haram. Iniciada en Nigeria, el

hashtag (el tuit era una imagen) se convierte en tendencia, más de 3 millones de tuits en menos de 2 semanas. De ahí surge la web, que continúa reivindicando la liberación de las 112 niñas todavía secuestradas y los perfiles en redes sociales.

- **Cuéntalo** es el hashtag que creó la periodista Cristina Fallarás en 2018 en el que se invita a mujeres a hablar sobre las agresiones machista sufridas. Es tal la dimensión que adquiere, que se recoge su impacto en una web [proyectocuentalo.org](http://proyectocuentalo.org).

De estos ejemplos de diferentes iniciativas, así como el uso de etiquetas para crear una reacción que pueda provocar una viralización del mensaje, de estas 2 direcciones en la construcción de la estrategia de visibilización grupal bebe la plataforma #NoSinFotógrafas. Su propio nombre se crea en forma de #hashtag, con el símbolo que lo acompaña en toda comunicación y referencia (que también se mantiene a lo largo de todo el artículo). Aún así, como se verá en este breve estudio de caso, su difusión y viralización, se produce tras el lanzamiento de la campaña, no antes, culminando con el lanzamiento de una web. No sucede así en los casos mencionados anteriormente, que surgen como etiqueta en Twitter e Instagram, sobre todo, se viralizan y después se analizan o recopilan en formato blog, web o sitio de Google.

#### 4. Fotografía y mujer en el entorno digital.

##### #NoSinFotógrafas

Como ha señalado Hine (2015) respecto a la etnografía digital —pero también Guber (2004) y Hammersley y Atkinson (1994) sobre la etnografía en su sentido tradicional—, este enfoque no tiene fórmulas. Requiere un acercamiento creativo por parte del investigador, que derive en un diseño de la investigación adecuado al objeto de estudio. (Flores Márquez, 2017 p.47).

Se ha optado por un método de investigación online (como no podía ser de otro modo), que ha venido a denominarse Etnografía virtual o Ciberetnografía, adaptando el estudio etnográfico de comunidades y culturas a las creadas a través de la red para investigar este sistema de interacción social.

Se ha recurrido a un método de no intervención en el grupo. El objetivo es mantener el comportamiento y la actuación de los miembros del grupo lo más libre posible, para no influir ni en la evolución del

propio grupo ni en la toma de decisiones, en la forma de expresarse o violentando a algún miembro del grupo, de forma que se pudiese forzar su salida o coartando sus aportaciones. Por tanto, la observación y el análisis cualitativo de las herramientas que ha empleado el grupo para comunicarse, sus propias conversaciones y los resultados expuestos a modo de publicaciones en redes sociales, el sitio de Google o la página web que crean como soporte, conforman el grueso del material investigado.

La primera toma de contacto para este estudio ha sido una revisión cronológica de los diferentes grupos y publicaciones en redes sociales. A partir de aquí, sabiendo cómo ha evolucionado a lo largo del tiempo (un año desde su creación hasta la actualidad), se ha podido profundizar en el estudio, revelándose cómo es la comunidad, cuáles han sido los perfiles (o actores) más activos, con mayores logros y/o fracasos, cuáles han sido las conversaciones más interesantes, que han culminado en la evolución del grupo...

No podemos olvidar que “las redes sociodigitales se convirtieron en espacios de expresión pública para los sujetos tecnologizados” (Flores Márquez. 2017, p.46) y en este sentido, #NoSinFotógrafas ha nacido a partir de un foro abierto (privado, aunque parezca contradictorio) con capacidad de toma de decisiones de forma asamblearia. Como veremos más adelante, es un grupo digital que crece con el debate, la puesta en común e incluso el enfrentamiento de posturas.

#### 4.1 #NoSinFotógrafas

En mayo de 2018, e inspirándose en la plataforma No Sin Mujeres, fue creado el sitio para promover la campaña #NoSinFotógrafas.

#No\_Sin\_Mujeres es una iniciativa a través de la cual los firmantes se comprometen “públicamente a no participar como ponentes en ningún evento académico (Conferencia, Congreso, Jornadas o similar) o mesa redonda” (s.f.) donde no hubiese al menos una mujer en calidad de experta. Los académicos españoles se movilizan por la presencia femenina en las ciencias sociales.

Con la campaña #NoSinFotógrafas, de lo que se trata es de “aumentar el número de mujeres en espacios de debate y conocimiento” (2018), comprometiéndose los firmantes de la lista “públicamente a no participar como ponentes en ningún evento fotográfico (debates, mesas redondas, jurados de concursos y cualquier otro evento relacionado

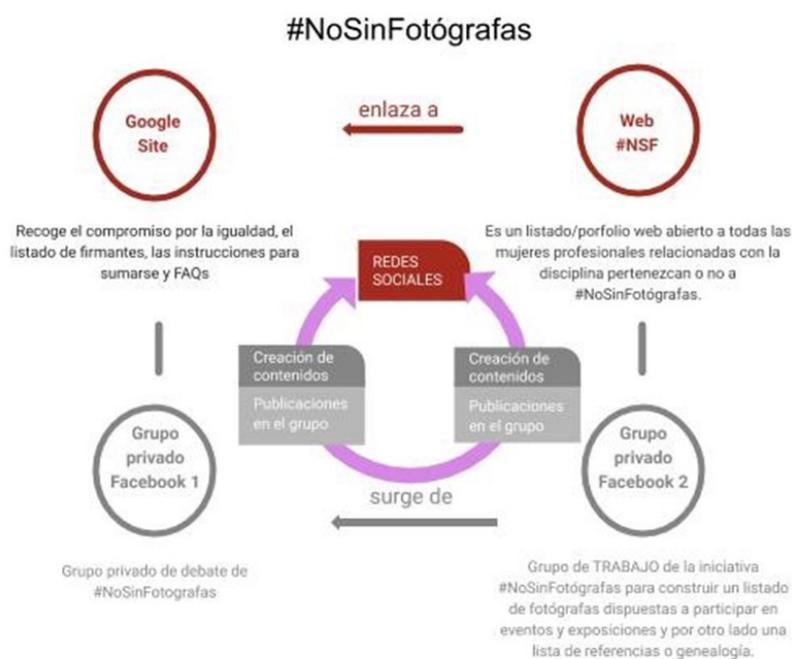
con la fotografía (...) de más de dos ponentes donde no haya al menos una mujer en calidad de experta” (2018).

Su compromiso va más allá, ya que, en cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, que en su *Disposición adicional primera. Presencia o composición equilibrada* establece que “a los efectos de esta Ley, se entenderá por composición equilibrada la presencia de mujeres y hombres de forma que, en el conjunto a que se refiera, las personas de cada sexo no superen el sesenta por ciento ni sean menos del cuarenta por ciento” instando así a que como mínimo el 40% fuesen mujeres.

En el momento de escribir estas líneas hay 276 adheridos a esta iniciativa y 520 apoyos. “Es un compromiso público de hombres en favor de la presencia femenina en el ámbito de la fotografía” (2018).

Su estructura, o, en términos antropológicos, su territorio -en este caso virtual-, se establece atendiendo al siguiente gráfico:

Figura 2. #NoSinFotógrafas



Elaboración propia

Aunque autores como Robert Nirre (2001) afirman que las comunidades virtuales no son más que una ilusión, un espejismo de sociedad,

que en realidad están basadas en un espacio inexistente, que sólo consiste en información e interfaces, hoy es más acertada la noción de Lévy de una comunidad “guiada por pasiones y proyectos, conflictos y camaraderías”. (Lévy, 1988, p.29). La comunidad #NoSinFotógrafas es el claro ejemplo de lo que Lévy define, existe sin un punto de referencia estable: donde quiera que se encuentren sus miembros móviles (Lévy, 1988, p.29).

La Figura 2 trata de mostrar la estructura de este grupo y su organización online. Se trata de un grupo de Facebook que surge tras unas conversaciones privadas para agilizar el diálogo. De las decisiones tomadas en este grupo se crea el sitio de Google donde se recoge el compromiso de igualdad, el listado de firmantes y las instrucciones para sumarse, así como FAQs. En toda esta toma de decisiones a través de las conversaciones del grupo de Facebook, se crean unos grupos de trabajo, uno de ellos, que continúa funcionando, para construir un listado de fotografías dispuestas a participar en eventos y exposiciones y también una lista de referencias o genealogía. De aquí se crea una página web, a la que toda usuaria interesada accede para completar su perfil, creando su breve portafolio. Se configura así una base de datos ordenada por categorías de mujeres fotógrafas o relacionadas con la fotografía.

Además, la creación de perfiles en redes sociales, Facebook, Twitter e Instagram, desembocan en la aparentemente involuntaria<sup>5</sup> estrategia de clicativismo.

#NoSinFotógrafas ha realizado tres asambleas (Madrid, Barcelona y Valencia) a partir de las cuales se ha establecido un protocolo de actuación, basado en 5 puntos, para gestionar los conflictos generados con entidades que organizan eventos y que no cumplan el mínimo de una mujer participante, así como con fotografía que hayan firmado el compromiso y lo incumplan participando en alguno de estos eventos.

Estos cinco puntos son:

1. Contacto

5 Posteriormente, cuando se analice la evolución de la iniciativa y su actividad en el grupo privado de Facebook, se explicará por qué se propone como inintencionado el activismo hashtag con el que se visibiliza la iniciativa

2. Mediación
3. Borrado
4. Resolución
5. Compromiso

No olvidemos, que el objetivo primero de #NoSinFotógrafas ha sido crear un manifiesto de adhesión en favor de la presencia femenina en eventos fotográficos y un compromiso de no participación en caso de no cumplir los mínimos establecidos en dicho manifiesto.

#### **4.1.1. Quién/quienes<sup>6</sup> (perfiles más importantes en el grupo)**

Desde su creación, el grupo, cuyos miembros en sus primeros días son masculinos, hay 4 integrantes que destacan entre el resto al intervenir más. Todos tienen un rol predominante:

- existe un líder, que redirige debates, recapitula los temas propuestos y trata de mantener un orden y una estructura organizada.
- uno de los miembros desempeña un rol más cuestionador, lanzando preguntas y abriendo nuevos debates, replanteando cuestiones y dudando. Aporta una nueva perspectiva y busca la reflexión.
- los otros dos miembros destacados parecen ser seguidores y continuadores de las propuestas del líder, tomando el relevo indistintamente cuando es necesario y aportando, aunque de forma no tan evidente y marcada como el líder.

Tras la adhesión a este grupo privado de Facebook de las primeras mujeres, éstas empiezan a intervenir. También son 4 las de mayor relevancia, pudiendo descubrirse sus roles en cada comentario. No parece haber una estructura tan clara como entre los hombres y, eso sí, siguiendo la línea que marca el líder, sus intervenciones son contundentes, sus planteamientos son resolutivos, funcionan más como un engranaje, aportando y haciendo crecer y evolucionar al grupo.

Una de las más activas y con un perfil más reaccionario abandona el grupo tras una discusión relativa a un evento fotográfico en el que no

---

<sup>6</sup> Con el fin de respetar el derecho a la intimidad y honor de los miembros de este grupo (grupo privado de Facebook), se omiten sus nombres y permanecen en el anonimato.

hay mujeres y varios de los protagonistas son firmantes del texto de adhesión al colectivo.

Las otras 3 se mantienen en los grupos de trabajo, acuden a las asambleas y cogen el relevo cuando parece que el grupo se desinfla. Dos de ellas -una, sobre todo-, están detrás de la creación de la web/directorio de fotógrafas.

#### 4.1.2. Principales discusiones en el foro:

- Creación del texto de adhesión (en un documento abierto y editable) y debate en torno a este texto.
- Compromisos adquiridos al adherirse al grupo y firmar el manifiesto.
- Movilización para buscar más apoyos.
- Propuestas para estudiar los diferentes eventos y la participación de mujeres en ellos, así como la denuncia donde no suceda.
- Se propone una hoja de ruta y la creación de perfiles en redes sociales.

#### 4.1.3. Logros

- Publicación y firma del manifiesto de adhesión en un sitio de Google
- Presentación y lanzamiento de la plataforma #NoSinFotógrafas
- Publicación de la web / directorio de fotógrafas
- La publicación en redes sociales de eventos que no cumplen una presencia mínima de mujeres. Estas publicaciones suelen provocar reacciones, bastante positivas, desde la organización de estos eventos, que o modifican su cartel o inician conversaciones con el grupo para poder cambiar conductas y, sobre todo y lo más importante, provocan una reflexión. Un ejemplo de esta publicación podemos verla en la Figura 3 (a continuación).

#### 4.1.4. Fracasos

- Grupos de trabajo (no hay implicación).
- Bajas por desacuerdos.

- Un año después, el grupo reduce la actividad

#### 4.1.5. Momentos de mayor actividad

- Creación de las bases y manifiesto.
- Lanzamiento de manifiesto.
- Unidad al publicar críticas sobre eventos donde no hay participación femenina (PHE, ARLES, CSC) (Ejemplo en Figura 3).
- Asambleas físicas.
- Trabajo de recopilación de datos.

Figura 3: Gráfica creada por #NoSinFotógrafas para denunciar el porcentaje de presencia femenina en el Festival PhotoEspaña 2018



Fuente: #NoSinFotógrafas

#### 4.1.6. Cronología

- **17 de mayo de 2018:** Creación del grupo de debate #NoSinFotógrafas de Facebook tras conversaciones privadas.
- **17 - 20 de mayo de 2018:** discusiones iniciales para crear el texto de adhesión y compromiso.
- **21 de mayo de 2018:** Primeras mujeres en el grupo. Hasta el momento no había presencia femenina. Se discute en el foro cómo tratarlo en la firma del manifiesto de adhesión.
- **25 de mayo de 2018:** primera intervención femenina en el grupo de Facebook.
- **26 de mayo de 2018:** Se comparte un post sobre el Festival Revela-T (Festival de fotografía analógica) donde se menciona #NoSinFotógrafas por primera vez fuera del ámbito online en una mesa redonda de "Fotografía en Femenino".
- **28 de mayo de 2018:** Se hace visible en el foro la preocupación porque en el Master PhotoEspaña la participación de mujeres es muy baja; esto provoca la primera baja de un firmante. Se realiza un análisis de la situación de PHE, se proponen las FAQ del sitio y de un protocolo de adhesiones.
- **30 de mayo de 2018:** se comparte una carta abierta a la directora del máster PHE en la que muestra su firme desacuerdo con que en dicho curso la participación femenina sea muy baja.
- **30-31 de mayo 2018:** debate para establecer las bases de #NoSinFotógrafas. Aumenta la participación femenina, que plantean dudas y exponen puntos de vista muy diversos.
- **31 de mayo de 2018:** Se plantea la necesidad de perfiles en redes sociales. Se crean gráficas sobre la poca participación femenina en PhotoEspaña para publicar en redes sociales.
- **1 de junio de 2018:** Se crea la página de Facebook y el perfil en Twitter.
- **3 de junio de 2018:** Revisión de tareas, textos, sitio de Google. Preparación para el lanzamiento de la plataforma
- **4 de junio de 2018:** Lanzamiento y presentación pública de la plataforma #NoSinFotógrafas.

- **4-8 de junio de 2018:** análisis de las reacciones a las publicaciones en redes sociales, de la acogida de la iniciativa.
- **6 de junio de 2018:** Se publica en las redes el gráfico sobre los porcentajes de participación femenina en PHE.
- **14 de junio de 2018:** creación del perfil en Instagram.
- **Julio-septiembre de 2018:** Baja un poco la participación en el foro. Es destacable, la colaboración de #NoSinFotógrafas con una queja sobre la baja participación femenina en Des Rencontres d'Arles, publicaciones sobre bajas o nulas participaciones femeninas en cursos, eventos y como embajadoras de marcas fotográficas.
- **9 de octubre de 2018:** Se reactiva el foro, con la publicación de un cartel con varias charlas sobre fotografías, todas impartidas por hombres; algunos forman parte del grupo y han firmado el manifiesto. Provoca la salida de miembros del grupo (varias mujeres) y su desvinculación del manifiesto. Provoca la reflexión sobre la necesidad de desvirtualización del grupo con un encuentro físico.
- **24 y 27 de octubre de 2018:** Primeras asambleas en Valencia, Barcelona y Madrid (desvirtualización del grupo).
- **8 de diciembre de 2018:** se plantea la creación de una web a modo de directorio de fotógrafas donde se publiquen sus trabajos.
- **Enero de 2019:** creación y publicación de la web #NSF #NoSinFotógrafas.
- **26 de marzo de 2019:** Nuevas asambleas
- **9 de mayo de 2019:** la poca implicación de los integrantes de los diferentes grupos plantea una reestructuración.

Hasta hoy este grupo inicial se está usando para dar a conocer el estado del colectivo, para publicar noticias de interés y eventos que no cumplan el mínimo estipulado por ley para darle visibilidad en redes sociales. Lo forman, actualmente, 733 miembros.

Hay 3 acciones de #NoSinFotógrafas que destacan:

1. El **manifiesto de adhesión**, que implica que “las personas de esta lista, como primer paso, nos comprometemos públicamente a no participar como ponente en ningún evento fotográfico (debates, mesas redondas, jurados de concursos y cualquier otro evento relacionado con la fotografía en el que participemos como invitados

u organizadores) de más de dos ponentes donde no haya al menos una mujer en calidad de experta. Asimismo, instamos a que, como mínimo, 40% sean mujeres, tal y como recomienda la LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres”.

2. El **activismo hashtag**, para denunciar eventos donde no hay presencia femenina, con la creación y publicación de gráficas (Figura 4) en redes sociales y la reacción del grupo, de forma individual, a estas publicaciones, permitiendo su viralización, y, por lo tanto, la necesidad de respuesta del organismo afectado. Una suerte de activismo, que como se menciona en un epígrafe anterior, podría incluso parecer incluso inintencionado ya que, aunque la iniciativa nace con ese nombre que incita a la acción mediante el uso de un hashtag que se pueda viralizar, la decisión de crear perfiles en redes sociales desde los que promover la iniciativa y el propio uso del hashtag #NoSinFotógrafas no surge de forma natural; es necesario un debate, que se interrumpe y se retoma en varias publicaciones.
3. La **web #NSF #NoSinFotógrafas**, que, tal y como explican en ella: “uno de los problemas era visualización de los trabajos de las mujeres fotógrafas y su disponibilidad. Decidimos trabajar una WEB/LISTADO de mujeres relacionadas con la disciplina para acabar con aquello de «no encontramos», que suele ser la queja de las instituciones y programadores cuando denunciábamos eventos no paritarios.

La web está abierta a todas las mujeres que quieran formar parte (fotógrafas, comisarias, historiadoras, docentes, técnicas asociadas a la disciplina...), no es necesario pertenecer al colectivo ni haber firmado el manifiesto”. (2018). Y son estas 3 acciones las que han provocado las discusiones más importantes en el foro, la implicación de los perfiles más destacados del grupo y la aportación de otros miembros, los mayores logros e incluso fracasos, ya que son las causa de la desvinculación de miembros importantes del grupo y han protagonizado los momentos de mayor actividad. Los puntos más destacados de la cronología del grupo implican hechos relacionados con estas acciones.

Figura 4: Gráfico elaborado por #NoSinFotógrafas que muestra el porcentaje de mujeres en las escuelas de fotografía españolas.



Fuente: #NoSinFotógrafas

## 5. Conclusiones

La tecnología digital ha sido clave en el medio fotográfico, no sólo a nivel técnico, facilitando el acto fotográfico, también en lo relativo al acceso, a la forma de comunicarse mediante imágenes (hoy más que nunca y parece que sigue siendo la tendencia).

En el entorno digital se han creado varias iniciativas que agrupan a mujeres del campo de la fotografía para reclamar igualdad y darle visibilidad, así como recuperar a las mujeres que a lo largo de la historia han sido olvidadas en los libros de historia de la fotografía y que ahora se están rescatando.

El caso #NoSinFotógrafas es un ejemplo de movilización en España que ha permitido modificar programas de concursos y eventos fotográficos, que ha hecho reflexionar al sector y a su público y que ha posibilitado la organización de un directorio de fotógrafas.

El fotográfico ha sido, mayoritariamente, un medio en el que se ha invisibilizado a la mujer e iniciativas como esta han favorecido y favorecen, por un lado, recuperar a aquellas que han formado parte de la historia de la fotografía desde sus inicios; por otro, evidenciar la falta

de presencia femenina en eventos fotográficos y por otro, recopilar en una web, un directorio de fotografías en España.

#NoSinFotografías ha reunido información sobre porcentajes de participación de mujeres en varios eventos, en escuelas de fotografía españolas, ha obtenido visibilidad en medios de comunicación, y participando en festivales de fotografía para dar a conocer la realidad existente en España en este sector.

El propio grupo (que originariamente es un grupo masculino) ha enriquecido el debate, generado más reflexión y conseguido más respuestas tras la incorporación de mujeres al mismo.

El ruido generado en redes sociales, la movilización a través del hashtag, ha provocado reacciones en instituciones y organismos encargados de la organización de eventos sobre fotografía. Reacciones no siempre positivas, pero que sí implican una reflexión sobre si se está actuando correctamente o no. Como resultado, han inducido a la publicación de notas de prensa, comunicados oficiales y cambios en eventos con el fin de cumplir, al menos, lo estipulado en la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo.

Reivindicar la visibilización de una determinada parte de un grupo o colectivo es siempre necesario. La discriminación genera empobrecimiento y, por lo tanto, en el caso del medio fotográfico, una reducción de interpretaciones, de teorías, de avances y puntos de vista.

Ha sido el resultado del trabajo en equipo y del esfuerzo de un grupo de personas que ha decidido que es necesario actuar. Y este tipo de iniciativas, son imprescindibles para poner en valor el trabajo y esfuerzo de la mujer en un panorama en el que, si ya el trabajo fotográfico profesional en este entorno posfotográfico (donde el número de imágenes diarias que se crean cada día es mayor) está un poco denostado, el empeño ha de ser mayor.

Decía McLuhan que “el medio es el mensaje porque es el medio el que moldea y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos.” (McLuhan, 2009, p.32). Si medio, mensaje y usos se configuran tan solo con la mitad (como mínimo) de los individuos que conforman estas asociaciones y trabajo están incompletas las tres prácticas, emociones o intenciones de las que, según Barthes, puede ser objeto una fotografía: hacer, experimentar, mirar. (Barthes, 2003, p.15).

## Bibliografía

- Augenbraun, E. (29 de Septiembre, 2011). Occupy Wall Street and the limits of spontaneous street protest. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/commentisfree/cifamerica/2011/sep/29/occupy-wall-street-protest>
- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. Barcelona. Colección Comunicación Visual. Editorial Gustavo Gili.
- Bathes, R (2003). *A cámara clara. Reflexión sobre a fotografía*. Santiago de Compostela: Edición Laiovento.
- Boletín Oficial del Estado*. Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Madrid, núm. 71, de 23 de marzo de 2007, páginas 12611 a 12645. Recuperado de: <https://www.boe.es/eli/es/lo/2007/03/22/3>
- Carro Fernández, S. (2010). *Mujeres de ojos rojos. Del arte feminista al arte femenino*. Gijón: Tea.
- Clicktivism. (s.f). En *Oxford Dictionary*. Recuperado de: <https://www.lexico.com/en/definition/clicktivism>
- Chittal, N. (26 de marzo, 2015). "How social media is changing the feminist movement". MNSBC. Recuperado de <http://www.msnbc.com/msnbc/how-social-media-changing-the-feminist-movement>
- Firecracker. (2017). Recuperado de: <https://www.fire-cracker.org>
- Flores, D. (2017). Internet más allá de internet: el estudio de la comunicación desde la etnografía digital. *Virtualis*. 7(14), 39-52. Recuperado de <http://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/187/182>
- García, J. (1976). *Antropología del territorio*. Madrid: Taller de Ediciones JB.
- Genio y Figura. (s.f). Recuperado de: <http://generoyfigura.com>
- Lévy, P. (1998). *Becoming Virtual: Reality in the Digital Age*, New York, Plenum Trade. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/30872223\\_Becoming\\_Virtual\\_Reality\\_in\\_the\\_Digital\\_Age](https://www.researchgate.net/publication/30872223_Becoming_Virtual_Reality_in_the_Digital_Age)
- Lorenzetti, A. *Alegoría del Buen Gobierno* [Pintura sobre imagen]. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Alegor%C3%ADa\\_del\\_Buen\\_y\\_del\\_Mal\\_Gobierno#/media/Archivo:Lorenzetti\\_Amb\\_allegory-of-good-government-\\_1338-39.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Alegor%C3%ADa_del_Buen_y_del_Mal_Gobierno#/media/Archivo:Lorenzetti_Amb_allegory-of-good-government-_1338-39.jpg)
- McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Mujeres en las Artes visuales. (2017). Recuperado de: <https://mav.org.es>
- Muñoz-Muñoz, A., y González-Moreno, M. (2014). La mujer como objeto (modelo) y sujeto (fotógrafa) en la fotografía. *Arte, Individuo Y Sociedad*, 26(1), 39-54. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ARIS.2014.v26.n1.40581](https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n1.40581)

- Nirre, R. (2001). Spatial Discursions: Flames of the Digital and Ashes of the Real. *Ctheory*. Article 92, 2/13/2001 Recuperado de: [http://www.ctheory.net/text\\_file.asp?pick=134](http://www.ctheory.net/text_file.asp?pick=134)
- No Sin Fotógrafas. (2018). Recuperado de: <https://sites.google.com/view/nosinfotografas/>
- No Sin Mujeres. (s.f.). Recuperado de: <https://sites.google.com/view/nosinmujeres>
- Pérez Gauli, J. (2000). El cuerpo en venta: relación entre arte y publicidad. Madrid: Cátedra. *szi mön*. [szi mön]. (8 de Julio, 2015). *John Berger - Ways of Seeing / Modos de ver (Ep. 2) Subtitulado (CC)* [YouTube]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=X\\_INBC\\_iiIQ](https://www.youtube.com/watch?v=X_INBC_iiIQ)
- Women in Photography. (2017). Recuperado de: <http://www.womeninphotography.info>
- Women Photograph. (s.f.). Recuperado de: <https://www.womenphotograph.com>
- #BringBackOurGirls. (2014). Recuperado de: <http://www.bringbackourgirls.ng>
- #Cuéntalo. (2017). Recuperado de: <http://proyectocuentalo.org>
- #freethenipple. (2012). Recuperado de: <https://twitter.com/freethenipple>
- #MeeToo (movimiento). (s.f.). En *Wikipedia*. Recuperado el 20, junio, 2019, de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Me\\_Too\\_\(movimiento\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Me_Too_(movimiento))
- #pussyhatproject. (s.f.). Recuperado de: <https://www.pussyhatproject.com>