

Espacio virtual y activismo feminista. Cuentas en español para visibilizar mujeres arquitectas en Instagram y Twitter

Virtual space and feminist activism. Accounts in Spanish to make women architects visible on Instagram and Twitter

Laura Ruiz-Morote Tramblin^a, Lucía C. Pérez-Moreno^b

^aEscuela de Ingeniería y Arquitectura, Universidad de Zaragoza, , lruizmorote@unizar.es

^bEscuela de Ingeniería y Arquitectura, Universidad de Zaragoza, , lcperez@unizar.es

How to cite: Ruiz-Morote Tramblin, Laura; Pérez-Moreno, Lucía C. (2024). Espacio virtual y activismo feminista. Cuentas en español para visibilizar mujeres arquitectas en Instagram y Twitter. En libro de actas: ICAG 2023 - VI International Conference on Architecture and Gender. Valencia, 3-6 October 2023. <https://doi.org/10.4995/ICAG2023.2023.16786>

Abstract

This text studies the current digital activism produced in social networks regarding women and architecture. The study analyzes 21 initiatives that have Spanish as the vehicular language on Instagram and Twitter, and its objective is to analyze the context and historical period in which the different initiatives are focused, their dominant themes and the approach presented, as well as the communication strategy followed by the different profiles for the dissemination of knowledge. Some come from the activism of professional architects and urban planners' associations and students of architecture, others have institutional support, and a final group result from academic research projects. The analysis sheds light on how social media participates in feminist activism in the current fourth wave and presents data that allows us to begin to assess their scope, dilemmas and challenges.

Keywords: *Women architects, feminism, activism, social media, Hispanic-American architecture, Spanish architecture, feminist practices*

Resumen

Esta comunicación presenta un estudio del actual activismo digital producido en redes sociales en materia de mujeres y arquitectura. Este estudio analiza 21 iniciativas que tienen el español como lengua vehicular en Instagram y Twitter, y su objetivo es analizar el contexto y periodo histórico en el que se centran las diferentes iniciativas, sus temas

dominantes y el enfoque presentado, así como la estrategia de comunicación seguida por los diferentes perfiles para la diseminación de conocimientos. Algunas de ellas provienen del activismo de asociaciones de profesionales de la arquitectura y el urbanismo y de estudiantes de arquitectura, otras cuentan con soporte institucional y un último grupo son resultado de proyectos de investigación académica. Este análisis arroja luz sobre cómo los espacios virtuales están participando del activismo feminista en la actual cuarta ola y presenta datos que permiten comenzar a evaluar su alcance, dilemas y retos.

Palabras clave: *Mujeres arquitectas, feminismo, activismo, redes sociales, arquitectura hispanoamericana, arquitectura española, prácticas feministas*

1. Introducción

Como afirma la socióloga Ealasaid Munro, entre otras autoras feministas como Prudence Chamberlein o Nicola Rivers, estamos viviendo en la cuarta ola del pensamiento feminista, caracterizada por el pensamiento interseccional y el uso de la tecnología digital para fomentar el debate y el activismo. Uno de los cambios que en los últimos años ha impulsado la creación y expansión de movimientos e iniciativas feministas es el desarrollo de las redes sociales, tecnología que permite una comunicación rápida y directa entre sus usuarios y usuarias. La arquitectura no es una disciplina ajena a estos procesos y cada vez vemos una presencia mayor de proyectos tanto de carácter académico como otros procedentes de un entorno activista impulsados por arquitectas y urbanistas profesionales, estudiantes y docentes de las escuelas de arquitectura. Estos proyectos cuentan con presencia en diversas redes sociales que son utilizadas para potenciar la visibilidad de mujeres arquitectas y su trabajo.

Entre otras, el actual activismo feminista digital está proponiendo acciones que buscan señalar y luchar contra las injusticias cometidas (Arquellarre - Marcha del 3 de Junio)¹, generar comunidad² a través de redes profesionales (Arquitectas.mx - Directorio profesional), establecer debates y conversaciones mediante encuentros (Conversatorio Experiencias (de)constructivas) y clubs de lectura (Clube de Lectura Hai Mulleres), enfrentarse a las omisiones de la historia

¹ Sobre la primera acción activista de Arquellarre, ver: Victoria Funes, "Me gustas viva - de las aulas a las calles relato de una experiencia", A&P Feminismos, Arquitecturas y Territorios, no. 44 (2021): 32-43.

² En línea con el esfuerzo común de unir las distintas redes de mujeres en la búsqueda de comunidad, aparecen cartografías que nombran y localizan distintas iniciativas. Ver: Clarisa Corral, "Conectando las redes de mujeres arquitectas en Latinoamérica", ArchDaily, 8 de marzo de 2023, <https://www.archdaily.cl/cl/996060/conectando-las-redes-de-mujeres-arquitectas-en-latinoamerica>

(Un día | Una arquitecta - Revisar la historia)³, mostrar el trabajo que han realizado (MuWo - #ArquitectasenelMapa) y siguen realizando las mujeres arquitectas, organizar premios de arquitectura para mujeres (#PremiosMA), y mostrar el estado de la profesión en la actualidad (Encuesta Arquitectas Argentinas 2021)⁴.

Una de las características del espacio virtual generado por las redes sociales es la disolución de los límites sociales y geográficos, siendo el idioma el principal factor que define estos espacios. No obstante, en ellos, la comunicación escrita convive con la visual teniendo un peso diferente en unas redes sociales y en otras, en Instagram prima lo visual y en Twitter lo textual.

A raíz de la experiencia en el proyecto de investigación MuWo (2019-2023)⁵ y el trabajo realizado con sus redes sociales, esta comunicación plantea una cartografía del activismo actual en redes sociales en materia de mujeres y arquitectura a través del análisis de diversas iniciativas en lengua castellana. Se realiza una selección de cuentas para su análisis comparativo en términos de datos: enfoque, alcance obtenido y contenidos publicados. Entre los objetivos a desarrollar se encuentran conocer el tipo de proyectos que realizan diseminación sobre mujeres arquitectas llevados a cabo en la actualidad, el estudio del contenido que estas cuentas publican para entender si existen estrategias comunes y la posible relación entre este y el público alcanzado por los diferentes perfiles.

³ Para ampliar información sobre el activismo realizado por Un día | Una arquitecta entre 2015 y 2018, ver: Florencia Marciani, Daniela Arias Laurino, Inés Moisset, “6 Un Día Una Arquitecta: Tres años de activismo hacia la inclusión.” *Ábaco*, no. 95/96 (2018): 73–81. <https://www.jstor.org/stable/26562196>

⁴Organizada por soyarquitecta.net y la Línea de Investigación Arquitecturas, Urbanismo y Diseño Feministas y el Observatorio de Fenómenos Urbanos y Territoriales Para consultar los resultados de la encuesta, ver: Inés Moisset, Natalia Czytajlo, Cayetana Mercé, Silvana Parentella, Victoria Sancho, eds., *Encuesta Arquitectas Argentinas. Situación profesional e igualdad de género en la arquitectura*, (Buenos Aires: Un día | una arquitecta y Soy Arquitecta, 2022), <https://arquitecturasfeministashome.files.wordpress.com/2022/03/encuesta-arquitectas-argentinas-2021.pdf>

⁵ “MuWo-Mujeres en la cultura arquitectónica (post)moderna española, 1965-2000”, Universidad de Zaragoza, accedido 26 Julio, 2023, <http://muwo.unizar.es>.

2. Análisis: cuentas y contenidos



Fig. 1. Situación geográfica de las cuentas analizadas. Fuente © elaboración propia (2023)

Geográficamente, las cuentas analizadas se sitúan en Argentina, Chile, Colombia, Cuba, España, México, Puerto Rico y Uruguay⁶ (Fig. 1). Dos tercios de las cuentas —@haimulleres, @muwoarch, @nam.miradassituadas, @arquellarre, @soyarquitectanet, @nuestrasarquitectas, @arquitectas.mza, @colectivadearquitectas, @mujerarquitecta, @arquitectasdelbiobio, @arquitectas_colombianas, @amau_mexico, @arquitectas.mx, @arquitectasdeluruguay— se centran en arquitectas y temas del país o área en las que están localizadas mientras que el tercio restante —@behind.the.scene.w, @musas_de_vanguardia, @undia.unaarquitectura, @lina.plataforma, @arqsarean, @ama_pucpr, @arquitectas_cubanas— amplían su alcance incorporando a profesionales o cuestiones internacionales.

⁶ Datos obtenidos de los perfiles de Instagram de los distintos proyectos. De la cuenta @arqsarean no se ha encontrado especificaciones sobre su ubicación. Los proyectos @undia.unaarquitectura y @musas_de_vanguardia aparecen vinculados con los países en los que ejercen las investigadoras que los lideran.

2.1. Descripción

Tabla 1. Cuentas seleccionadas: datos descriptivos. Fuente © elaboración propia (2023)

	Nombre proyecto	Marco temporal	Contexto geográfico	Marco de trabajo	Apoyo institucional y/o financiación
	ARQSarean arqsarean (IG)	contexto actual	Internacional	Red mixta	Sin datos
	AMAU - Asociación Mexicana de Arquitectas y Urbanistas amau_mexico (IG)	contexto actual	México	Red profesional - Asociación civil sin ánimo de lucro	Sin datos
	Arquitectas.mx arquitectas.mx	contexto actual	México	Red profesional	Sin datos
	Soyarquitecta.net soyarquitectanet (IG) soy_arquitecta (TW)	contexto actual	Argentina	Red profesional - Asociación civil sin ánimo de lucro	Sin datos
	Colectivadearquitectas colectivadearquitectas (IG) CdeArquitectas (TW)	contexto actual	Argentina (Mar del Plata)	Red profesional	Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires. Distrito IX
	Arquellarre arquellarre (IG)	contexto actual	Argentina (Rosario)	Red mixta	Universidad Nacional de Rosario
	LINA Plataforma lina.plataforma (IG)	contexto actual	Global con sede en Argentina	Red académica	Vinculación con instituciones académicas, profesionales, gubernamentales, ONG
	Asociación de Mujeres Arquitectas ama_pucpr (IG)	contexto actual	Puerto Rico	Red académica - Asociación estudiantes	Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico
	Mujerarquitecta mujerarquitecta (IG) MujerArquitectA (TW)	contexto actual	Chile	Red profesional	Colegio de Arquitectos de Chile
	Hai Mulleres haimulleres (IG) HaiMulleres (TW)	segunda mitad s. XX - actualidad	España (Galicia)	Red profesional	Colegio de Arquitectos de Galicia
	Arquitectas Mendoza arquitectas.mza (IG)	s. XX - actualidad	Argentina (Mendoza)	Red profesional	Sin datos
	Arquitectas colombianas arquitectas_colombianas (IG) Arquitectas_co (TW)	s. XX - actualidad	Colombia	Red mixta	Sin datos
	Arquitectas Cubanas arquitectas_cubanas	s. XX - actualidad	Cuba	Red académica	U. Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría"
	Behind the Scene Women behind.the.scene.w (IG)	s. XX - actualidad	España (Cataluña)	Red académica – Investigadora de: U. La Salle - URL	Sin datos
	Musas de Vanguardia musas_de_vanguardia (IG)	s. XX - actualidad	España y Argentina	Red académica – Investigadoras de: ETSAM	Centro Cultural de España en Buenos Aires

Espacio virtual y activismo feminista.
Cuentas en español para visibilizar mujeres arquitectas en Instagram y Twitter

	Nuestrasarquitectas nuestrasarquitectas (IG)	s. XVIII – actualidad	Argentina	Red académica – Proy. liderado desde U. Buenos Aires	Ministerio de Cultura (Ciudad de Buenos Aires) Fondo Nacional de las Artes – Ministerio de Cultura (Argentina)
	Undiaunaarquitecta undiaunaarquitecta (IG) undiaunaarq (TW)	s. I a.C. – actualidad	Argentina	Red académica – Investigadoras de: UCC, UNC, CONICET, ETSAB, FADU/UdelaR	Sin datos
	NAM – Miradas situadas nam.miradassituadas	1978 – 2008	España	Red académica – PI liderado desde U. Alicante	Generalitat Valenciana
	MuWo muwoarch (IG) MuWoArch (TW)	1965 – 2000	España	Red académica – PI liderado desde U. Zaragoza	Ministerio de Ciencia e Innovación (España) Ministerio de Igualdad (España)
	Arquitectas del biobio arquitectasdelbiobio (IG)	1950 – 2000	Chile (Concepción)	Red académica	Fondart Regional - Ministerio de las Artes, las Culturas y el Patrimonio (Chile)
	Arquitectas del Uruguay arquitectasdeluruguay (IG)	décadas 1920 – 1980	Uruguay	Red académica – Proy. liderado desde U. de La República	Universidad de La República

En primer lugar, se realiza una primera toma de datos que sitúa el contexto y periodo histórico en el que se centran las diferentes iniciativas y sus temas dominantes. Se clasifican en tres tipos de redes: redes profesionales (asociaciones de mujeres profesionales de la arquitectura y el urbanismo que pueden o no estar asociadas a Colegios de Arquitectura), redes académicas (asociaciones de estudiantes, proyectos de investigación científica y otros proyectos de investigación) y redes mixtas (situadas entre el ámbito profesional y académico). También se observa si son proyectos que funcionan con apoyo institucional y/o financiación pública. Hasta donde se ha podido comprobar, todos los proyectos son liderados por mujeres o equipos de mujeres⁷.

Predominan los proyectos enfocados en el contexto contemporáneo o con un marco temporal indefinido. De las 21 cuentas, nueve se centran en el ámbito actual y otras ocho incorporan una visión histórica en algunas de sus publicaciones junto con temas del presente: por ejemplo, divulgando a arquitectas pioneras junto con arquitectas contemporáneas. Únicamente cuatro cuentas presentan marcos temporales históricos, éstos responden a proyectos de investigación concretos.

De las siete redes profesionales analizadas, @amau_mexico y @soyarquitectanet son asociaciones civiles sin ánimo de lucro que trabajan por la inclusión de la perspectiva de género en diversos ámbitos de la profesión. La cuenta @colectivadearquitectas está vinculada al Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires, Distrito IX. La cuenta @haimulleres

⁷ No se han encontrado datos del equipo ArqSarean. El equipo Arquitectas del Biobío es mixto, pero no se han encontrado datos acerca de la dirección del proyecto.

es una iniciativa del Colegio de Arquitectos de Galicia, institución de carácter autonómico española. Y, la cuenta @mujerarquitecta se crea desde el Colegio de Arquitectos de Chile a través del Comité de Arquitectos Jóvenes (CAJ). Las tres cuentas realizan una actividad divulgativa, acercando la arquitectura a las redes, y organizan encuentros y otras actividades que incluyen la perspectiva de género en la profesión. Todas las actividades son compartidas con las redes @arquitectas.mx y @arquitectas.mza.

Entre las redes mixtas encontramos la iniciativa @arquelarre, una colectiva de activismo del ámbito universitario que cuenta con financiación de la Universidad Nacional de Rosario. Las cuentas @arqsarean y @arquitectas_colombianas visibilizan principalmente los aportes de las mujeres a la arquitectura mediante la organización y diseminación de actividades diversas, muchas de ellas de carácter académico.

Entre las redes académicas aparecen asociaciones de estudiantes, como @ama_pucpr, y proyectos cuyos equipos de trabajo están compuestos mayoritariamente de estudiantes, como @arquitectas_cubanas.

También encontramos proyectos vinculados al ámbito de la investigación de distintas formas. Existen iniciativas centradas en la visibilización de biografías de mujeres arquitectas y artistas como la cuenta catalana @behind.the.scene.w y el proyecto @undia.unaarquitecta, red académica internacional formada por investigadoras argentinas, españolas y uruguayas de distintas universidades (Universidad Católica de Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, CONICET, Universidad Politécnica de Cataluña y Universidad de la República, etc). También internacional es la cuenta @musas_de_vanguardia que cuenta con el apoyo del Centro Cultural de España en Buenos Aires, y se sitúa entre Argentina y España, países de origen de sus creadoras.

Entre los proyectos que cuentan con financiación encontramos iniciativas como la cuenta @lina.plataforma, una plataforma global que presenta vinculación con instituciones universitarias, profesionales, organizaciones sin ánimo de lucro (ONG) y gubernamentales (como el Fondo Nacional de las Artes del Ministerio de Cultura de Argentina, que concedió una Beca Creación a su proyecto “Lina Cartografías Rurales. Pueblos Ruta 40”); el programa @nuestrasarquitectas, que continúa y amplía el Workshop “Nuestras Arquitectas. Re-Mapeo y Nuevas Cartografías Buenos Aires” ganador en 2018 de la Beca Formación del Fondo Nacional de las Artes, también obtuvieron la Beca Creación Fondo Nacional de las Artes para el “ANA-Archivo Nuestras Arquitectas”, y realizaron el proyecto Nuestras Arquitectas Re(v)elar el Patrimonio dentro del programa de Mecenazgo del Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; la cuenta @arquitectasdeluruguay, proyecto financiado y liderado desde la Universidad de la República; y la cuenta @arquitectasdelbiobio, perteneciente al proyecto “Mujeres Arquitectas del Biobío. Construyendo historia desde el sur (1950-2000)” con

fecha de inicio de 2018, que cuenta con financiación de las convocatorias Fondart Regional del Ministerio de las Artes, las Culturas y el Patrimonio de Chile.

Además, encontramos cuentas vinculadas a proyectos de investigación científica: @muwoarch y @nam.miradassituadas, ambas sobre el caso de España. La primera forma parte del proyecto “MuWo: Mujeres en la Cultura Arquitectónica (Pos)Moderna Española: 1965-2000”, iniciado en 2019. Este proyecto está liderado desde la Universidad de Zaragoza y tiene financiación del Ministerio Ciencia e Innovación (2019-2021) y del Ministerio de Igualdad del Gobierno de España (2022-2023). Un año después, se inicia “Miradas Situadas Arquitectura de Mujer en España desde Perspectivas Periféricas, 1978-2008”, al que pertenece la cuenta @nam.miradassituadas. Este proyecto está liderado desde la Universidad de Alicante y financiado por la Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital de la Generalitat Valenciana (2020-2023).

2.2. Enfoque

Se distinguen cuatro temáticas principales, a su vez subdivididas en distintas categorías, sobre las que estos proyectos desarrollan el contenido de sus publicaciones (*Tabla 2*). La primera categoría es la visibilización de mujeres, realizada a través de la publicación de biografías de las profesionales, y la publicación de su trabajo, ya sea mediante la creación de archivos o mapas que localizan las obras, o la organización de charlas, entrevistas, etc., con arquitectas que trabajan en la actualidad. La segunda es la organización y/o diseminación de actividades de carácter docente, como cursos o talleres universitarios, o actividades que buscan incluir la perspectiva de género en la arquitectura. La tercera categoría es la difusión de los resultados de las investigaciones realizadas por parte de los miembros de los distintos equipos. La cuarta se corresponde con el apoyo profesional, mediante la creación comunidades, directorios y otras funciones.

Tabla 2. Enfoque de los proyectos. Fuente © elaboración propia (2023)

	Visibilización de mujeres			Organización y/o diseminación de actividades		Difusión resultados de investigación		Apoyo profesional
	Publicación de biografías	Publicación de su trabajo ⁸ (persp. histórica)	Publicación de su trabajo ⁹ (actualidad)	Centradas en la perspectiva de género ¹⁰	Docentes	Publicacio nes científicas ¹¹	Otros medios ¹²	
arqsarean				x				
soyarquitectanet			x	x			x	x
colectivadearquitectas			x	x				x
arquelarre				x	x		x	
lina.plataforma				x	x		x	
arquitectas.mza	x		x	x				x
nuestrasarquitectas		x	x	x	x	x	x	
undia.unaarquitecta	x			x	x	x	x	
mujerarquitecta	x		x	x	x			x
arquitectasdelbiobio		x		x			x	
arquitectas_colombianas	x			x				
arquitectas_cubanas	x		x					
muwoarch		x		x		x		
behind.the.scene.w	x			x				
musas_de_vanguardia		x		x			x	
haimulleres			x	x				x
nam.miradassituadas		x		x		x ¹³		
amau_mexico	x		x	x				x
arquitectas.mx	x		x	x				x
ama_pucpr	x							x
arquitectasdeluruguay	x			x	x		x	

⁸ Por ejemplo, mediante la creación de archivos o mapas digitales que recopilan y localizan el trabajo de las profesionales.

⁹ Mediante iniciativas como charlas, entrevistas, premios, etc., organizadas por los propios proyectos y asociaciones.

¹⁰ Actividades como congresos, conversatorios, concursos, exposiciones, talleres, clubs de lectura, marchas feministas, publicaciones divulgativas, etc.

¹¹ Artículos en revistas científicas y libros que muestran los resultados de las investigaciones realizadas en el marco de los distintos proyectos.

¹² Mediante actividades como exposiciones, conversatorios, clases abiertas, etc., o publicaciones de carácter divulgativo, como libros, foto-libros, artículos en medios de comunicación, publicaciones de investigaciones docentes, etc.

¹³ Aunque el proyecto Miradas Situadas posee resultados de investigación publicados en revistas científicas, no realiza la difusión en redes de esos resultados. La cuenta se centra en la app del proyecto.

La mayoría de las cuentas no tratan un único tema, sino que compaginan al menos dos de ellos dentro de su actividad online. Las dos temáticas predominantes son la visibilización de biografías de arquitectas y otras profesionales del diseño, y la organización y/o diseminación de actividades con perspectiva feminista como congresos, encuentros, marchas, etc. Cuando éste último es el tema de mayor importancia, se observa un aumento de la actividad de las distintas cuentas en torno a fechas señaladas, como el día de la mujer los 8 de marzo de cada año.

2.3. Situación en redes

Para continuar el análisis, se realiza una toma de datos que sitúa el alcance de las cuentas o número de seguidores y seguidoras y el periodo de actividad de la cuenta (*Tablas 3-4*). El surgimiento de estas cuentas feministas a partir del 2017 no es casualidad, coincide con el auge del activismo feminista en redes. Estos movimientos se manifiestan en contra del aumento de los feminicidios con el hashtag #Niunamenos en Argentina a partir de 2015, el #Hermanayositecreo en España tras el caso de la Manada en 2016, y el #NoesNo de 2018, creado tras la sentencia judicial del caso. También se produjo en 2017 una explosión del movimiento #Metoo, que, aunque ya existía previamente, alcanza su mayor visibilidad tras las manifestaciones en redes de personalidades ligadas a la industria de Hollywood.

Tabla 3. Las cuentas en datos: Instagram. Fuente © elaboración propia (2023)

Instagram				
Usuario	Creación cuenta	Último post (30/05/2023)	Seguidores/as (30/05/2023)	Nº posts (30/05/2023)
mujerarquitecta	2017 octubre	2023 mayo	17.100	618
soyarquitectanet	2018 noviembre	2023 abril	7.526	280
arquitectas.mza	2019 julio	2023 mayo	7.178	231
lina.plataforma	2018 diciembre	2023 mayo	5.528	688
arquitectas.mx	2021 marzo	2023 mayo	4.195	42
arquitectas_colombianas	2018 abril	2023 mayo	3.710	101
nuestrasarquitectas	2020 octubre	2023 abril	3.641	509
undia.unaarquitecta	2021 julio	2023 abril	2.135	72
arquitectasdelbiobio	2019 marzo	2023 mayo	1.621	63
arquelarre	2018 diciembre	2023 marzo	1.539	289
colectivadearquitectas	2019 junio	2023 marzo	1.284	91
arquitectas_cubanas	2020 junio	2022 julio	1.103	63
muwoarch	2020 agosto	2023 mayo	1.648	330
arqsarcan	2021 marzo	2023 mayo	889	170
haimulleres	2017 febrero	2023 mayo	718	205
behind.the.scene.w	2020 marzo	2023 marzo	647	309
amau_mexico	2020 diciembre	2023 mayo	605	254
arquitectasdeluruguay	2022 julio	2023 mayo	532	33
musas_de_vanguardia	2022 mayo	2023 mayo	532	213
ama_pucpr	2020 marzo	2023 marzo	418	34
nam.miradassituadas	2022 julio	2023 mayo	405	30

Las cuentas con mayor antigüedad son @mujerarquitecta y @haimulleres, creadas en 2017 (@haimulleres existe en Twitter desde 2016) que, como se ha visto antes, están vinculadas a iniciativas de los Colegios de Arquitectos de Chile y de Galicia (España). Tras estos dos proyectos, crece el número de cuentas sin vinculación institucional o vinculadas al mundo académico como @arquitectas_colombianas, @soyarquitectanet, @arquellarre y @lina.plataforma, creadas en 2018. Se aprecia que las tres cuentas más jóvenes — @musas_de_vanguardia, @arquitectasdeluruguay y @nam.miradassituadas—, todas con un año o menos de antigüedad, están vinculadas a proyectos de investigación que comenzaron en 2019, 2022 y 2021 respectivamente. Entre otras cuentas más antiguas vinculadas al ámbito de la investigación se encuentra @muwoarch, del proyecto MuWo, que se une a redes en el 2020, un año después de su inicio.

El caso de @undia.unaarquitecta es singular, ya que existe como cuenta de Twitter activa centrada en la difusión de las entradas de su blog desde 2015 –año en el que dio comienzo la iniciativa– hasta 2019, cuando finaliza la publicación de biografías de arquitectas. En 2021 el proyecto se une a Instagram con un contenido centrado en la difusión de actividades que incorporan la perspectiva de género.

Las cuentas con mayor número de seguidores y seguidoras en Instagram (a 30 de mayo de 2023) son @mujerarquitecta (17.100), @soyarquitectanet (7.526), @arquitectas.mza (7.178), @lina.plataforma (5.528) y @arquitectas.mx (4.195), encontrándose además las tres de ellas entre las cuentas más antiguas analizadas. Estas cuentas tienen en común que se centran en un contexto actual —el proyecto @arquitectas.mza añade una perspectiva histórica divulgando biografías de arquitectas pioneras—, y que buscan conectar a las arquitectas además de visibilizarlas, ya sea mediante la organización de redes profesionales o la organización de congresos, talleres y otras actividades académicas. Este tipo de contenido suele generar más interacciones y seguimiento en redes por la relevancia en el día a día de los temas.

Las cuentas con un mayor número de publicaciones en Instagram (a 30 de mayo de 2023) son @lina.plataforma (688), @mujerarquitecta (618), @nuestrasarquitectas (509), @muwoarch (330) y @behind.the.scene.w (309). Coincidiendo con algunas de las cuentas más antiguas o con un formato de publicación de contenido más definido como bandas de tres publicaciones relacionadas. En el contexto español encontramos que las cuentas son más jóvenes y su alcance es menor, pero hay mayor vinculación con el mundo de la investigación científica. El proyecto con mayor número de seguidores y seguidoras es @muwoarch con 1.648, más del doble que el resto de cuentas españolas. Estudiando las estadísticas demográficas de la cuenta se observa que el porcentaje de seguidores/as entre 25 y 34 años de edad es del 41,1% (a 10 de mayo de 2023), sin embargo, en la franja de edad entre 18 y 24 años desciende al 9,9%, lo que sugiere una desconexión con la mayor franja de audiencia potencial, ya que el 33,7% de los usuarios/as de

Instagram se encuentra entre los 18 y los 24 años de edad y el 31,3% entre los 25 y los 34,¹⁴ convirtiendo a esta red en la preferida por los jóvenes millenials y de la generación Z. También entre las cuentas alcanzadas se mantiene una distribución demográfica similar. Poder examinar estos datos con mayor profundidad, comparándolos con otras cuentas de mayor alcance, podría darnos pistas de futuras estrategias a seguir para lograr que este tipo de contenido feminista obtenga mayor visibilidad en esta red social.

En términos generales, se observa una preferencia generalizada por la red social Instagram frente a Twitter. Los siete proyectos que también utilizan cuenta de esta segunda red presentan una reducción general de su alcance excepto en el caso de @haimulleres, que cuenta con 1.469 seguidores y seguidoras en Twitter frente a sus 718 en Instagram. Así mismo, mientras que en Instagram solo la cuenta de @arquitectas_cubanas lleva cerca de un año sin publicar, las cuentas @undiaunaarq, @CdeArquitectas y @soy_arquitecta no han twitteado nada desde 2019 y la cuenta @mujerarquitecta desde 2022. Existe una clara preferencia por la comunicación visual frente a la comunicación escrita que está más presente en Twitter.

Tabla 4. Las cuentas en datos: Twitter. Fuente © elaboración propia (2023)

Twitter				
Usuario	Creación cuenta	Último tweet (30/05/2023)	Seguidores/as (30/05/2023)	Nº tweets (30/05/2023)
<u>MujerArquitectA</u>	2017 septiembre	2022 agosto	3.018	2.613
<u>undiaunaarq</u>	2015 junio	2019 mayo	2.015	2.707
<u>HaiMulleres</u>	2016 febrero	2023 mayo	1.469	5.433
<u>MuWoArch</u>	2020 febrero	2023 abril	402	144
<u>Arquitectas_co</u>	2018 abril	2023 mayo	321	1.356
<u>soy_arquitecta</u>	2018 noviembre	2019 abril	47	4
<u>CdeArquitectas</u>	2019 junio	2019 noviembre	14	18

2.4. Identidad visual y publicaciones

Para estudiar el contenido publicado por las cuentas (Tabla 5) se distingue entre las iniciativas que publican contenido propio como ilustraciones realizadas para la cuenta o fotografías pertenecientes al proyecto, contenido recopilado procedente de otras fuentes o contenido mixto, que combina publicaciones reblogueadas de otras cuentas con otras creadas para el proyecto propio. En general el contenido propio siempre lleva asociado una coherencia visual que el contenido recopilado o reblogueado no presenta y esto se refleja en los perfiles, que presentan mayor identidad visual cuanto más contenido diseñado específicamente para la cuenta publican.

¹⁴ “Distribución porcentual de los usuarios de Instagram en el mundo en 2023, por edad”, Statista, accedido Junio 10, 2023, <https://es.statista.com/estadisticas/875258/distribucion-por-edad-de-los-usuarios-mundiales-de-instagram/>

En general la identidad visual va asociada a una paleta de color y una tipografía dominantes, así como al uso de los logos para identificar las publicaciones. Menos de la mitad de las cuentas analizadas presentan una cuadrícula del perfil ordenada y con un formato de publicación destinado a verse en conjunto además de individualmente (*Fig. 2A-B*). La mitad de las cuentas utilizan diferentes tonos del rosa o el morado típicamente asociados a lo femenino y lo feminista¹⁵ como color de la imagen de perfil (*Fig 2B-C*) o color principal en las publicaciones (*Fig. 2D*).

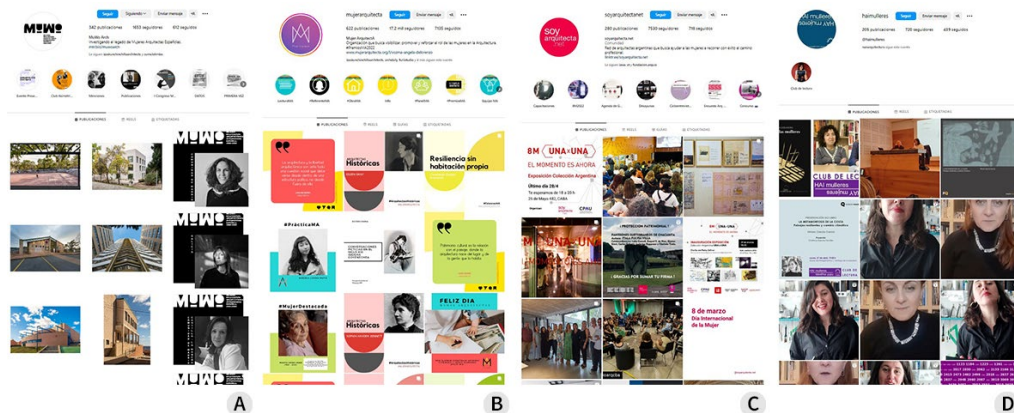


Fig. 2. Ejemplos de cuadrículas de perfil. Fuente © cuentas de Instagram: @muwoarch, @mujerarquitecta, @soyararquitectanet, @haimulleres (2023)

El formato de publicación más utilizado es el cartel o póster –que une imagen y texto con de carácter informativo–, siendo el tipo de publicación predominante de 13 de las cuentas analizadas, combinado en 10 de estas con publicaciones de fotografías. La información transmitida en las publicaciones se complementa con un pie de foto que aporta otros datos. En la (*Fig. 3*) se pueden observar cuatro ejemplos de póster: contenido propio del proyecto de investigación (*Fig. 3A-B*), contenido que anuncia eventos y actividades organizados por la propia cuenta (*Fig. 3C*) y contenido recopilado de otras fuentes (*Fig. 3D*).

¹⁵ Para profundizar en el tema de la estetización del feminismo en Instagram ver: Rosa Crepax, “The Aestheticisation of Feminism: A Case Study of Feminist Instagram Aesthetics”. *ZoneModa Journal* 10 (1S, 2020): 71-81, <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/10555>

Espacio virtual y activismo feminista. *Cuentas en español para visibilizar mujeres arquitectas en Instagram y Twitter*



Fig. 3. Ejemplos de publicación tipo póster. Fuente © cuentas de Instagram: @muwoarch, @musas_de_vanguardia, @nuestrasarquitectas, @arqsarean (2023)

Entre las cuentas que muestran la obra de las mujeres visibilizadas, por ejemplo, mediante la publicación de fotografías de arquitectura (Fig. 4A) —@muwoarch, @arquitectasdelbiobio, @arquitectas.mza, @nuestrasarquitectas, @mujerarquitectura, @behind.the.scene.w, @musas_de_vanguardia y @haimulleres—; cabe destacar que únicamente las dos primeras utilizan nuevas imágenes de estas obras realizadas por las fotógrafas que han participado en el “Mapa Interactivo Digital de Arquitecturas Ideadas por Mujeres en España, 1965-2000”, de @muwoarch y el fotógrafo de la “Guía de Arquitectura Proyectada por Mujeres en Concepción”, de @arquitectasdelbiobio.

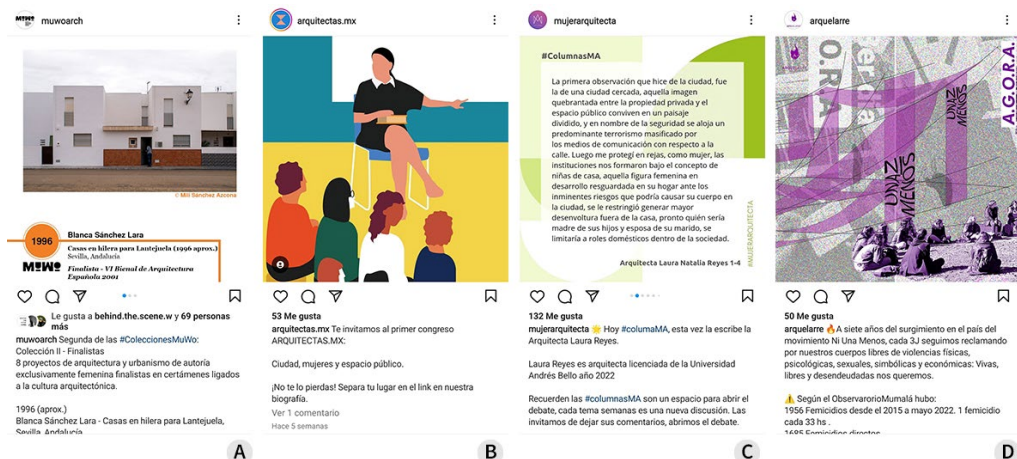


Fig. 4. Otros ejemplos de publicación: fotografía, ilustración, texto, collage.

Fuente © cuentas de Instagram: @muwoarch, @arquitectas.mx, @mujerarquitectura, @arquellarre (2023)

No obstante, el tipo de fotografía más publicada es aquella que retrata a las arquitectas visibilizadas, los equipos detrás de cada proyecto o los y las asistentes a los congresos, charlas, etc., organizadas. Este tipo de fotografías acerca a los usuarios y usuarias a las mujeres estudiadas, humaniza al equipo y muestra la creciente popularización de estos eventos, consiguiendo mayor número de interacciones.

Aunque Instagram sea una red social dedicada a la imagen, a la hora de incorporar la comunicación escrita y transmitir mediante una publicación una información más detallada de la que una imagen permite, como, por ejemplo, el contenido de una entrevista a una arquitecta o el texto de una columna publicada, la estrategia seguida es la utilización de publicaciones de contienen única o casi únicamente texto (*Fig. 4C*). Este tipo de publicaciones están muy presentes en cinco de las cuentas analizadas: @mujerarquitecta, @arquitectas_cubanas, @soyarquitectanet, @amau_mexico, y recientemente @arquitectas.mza. Además, otras diez cuentas —@muwoarch, @arquelarre, @arquitectasdeluruguay, @undia.unaarquitecta, @nuestrasarquitectas, @lina.plataforma, @colectivadearquitectas, @arquitectas_colombianas, @arquitectas_cubanas, @ama_pucpr, @arqsarean— presentan un uso generalizado de textos de apoyo en las propias publicaciones. En todas las cuentas se observa la utilización de pies de foto detallados para complementar la información principal que aparece en las publicaciones (*Fig. 3 y Fig. 4*).

De la misma manera que adaptan los formatos de publicación de Instagram a las necesidades de los proyectos, estos se adaptan a los nuevos formatos que proporciona la red social. De las cuentas analizadas, quince —@arqsarean, @soyarquitectanet, @arquelarre, @lina.plataforma, @arquitectas.mza, @musas_de_vanguardia, @muwoarch, @haimulleres, @nam.miradassituadas, @arquitectasdelbiobio, @mujerarquitecta, @amau_mexico, @arquitectas.mx, @arquitectas_colombianas, @arquitectasdeluruguay— también publican reels, el formato de publicación en vídeo que Instagram favorece desde su aparición en 2020.

La cuenta @muwoarch destaca por el esfuerzo de publicar contenido original que difunde los resultados de investigación obtenidos en el proyecto de forma continuada, adaptando la información de esos resultados al formato de las redes sociales para su divulgación. De esta manera se consigue, además de la recopilación y análisis del conocimiento ya existente, aportar nuevo material. En esta última fase del proyecto no solo se muestra el trabajo de las arquitectas investigadas, sino que también se visibiliza a las fotógrafas, todas mujeres, que han fotografiado las obras para la elaboración de un mapa interactivo digital en el que se sitúan las obras de las arquitectas estudiadas (<https://arquitectasenelmapa.unizar.es>). Este tipo de contenido se diferencia de otro tipo de publicaciones que recopilan imágenes de fuentes ya conocidas o que promocionan resultados de los proyectos —exposiciones, libros, mapas, apps— centrando su actividad en la diseminación.

Tabla 5. *Análisis de contenido publicado en Instagram.* Fuente © elaboración propia (2023)

Usuario	Contenido	Tipo principal de publicación	Identidad visual	Uso de símbolos	Textos
mujerarquitecta	Propio	texto fotografía cartel/póster	Cuenta: logo ilustración morada Feed: uso del amarillo (+negro) principalmente, paleta de color definida (amarillo, rojo, negro, azul y verde), tipografía san serif	Morado en logo	Predomina post de contenido textual Pies de foto explicativos
muwoarch	Propio	fotografía cartel/póster	Cuenta: logo ByN + tipografía san serif Feed: paleta de color de proyecto, publicaciones en bandas o grupos, coherencia tipográfica	Color morado	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
arquelarre	Propio	collage	Cuenta: logo ilustración morada + tipografía san serif Feed: morado + tipografía decorativa o san serif, publicaciones en bandas de 3	Color morado	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
amau_mexico	Propio	cartel/póster fotografía	Cuenta: logo rosa + tipografía san serif Feed: uso del logo y el color rosa, no coherencia	Color rosa	Predomina post de contenido textual Pies de foto explicativos
arquitectas.mza	Propio	fotografía cartel/póster	Cuenta: logo ilustración ByN Feed: amarillo+negro/gris y tipografía san serif, fotografías en ByN, no coherencia en posts recientes, pero publicaciones en bandas de 3 previamente	-	Predomina post con texto de apoyo Últimos dos años: post de contenido textual Pies de foto explicativos
arquitectasdelbiobio	Propio	fotografía	Cuenta: logo tipografía san serif + textura rosa Feed: no, coherencia en las fotos de la guía publicadas	Rosa en logo	Pies de foto explicativos
arquitectas.mx	Propio	ilustración	Cuenta: logo ilustración Feed: coherencia en las ilustraciones, paleta de color definida, publicaciones en bandas de 3 ilustraciones	-	Pies de foto explicativos
arquitectasdeluruguay	Propio	cartel/póster	Cuenta: logo rosa Feed: tipografía san serif, publicaciones en bandas de 3	Rosa en logo	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
nam.miradassituadas	Propio	fotografía ilustración	Cuenta: logo tipografía san serif sobre fondo azul Feed: uso del color azul		Pies de foto explicativos
lina.plataforma	Mixto	cartel/póster	Cuenta: logo tipografía san serif sobre fondo negro Feed: logo + tipografía san serif	-	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos

Usuario	Contenido	Tipo principal de publicación	Identidad visual	Uso de símbolos	Textos
nuestrasarquitectas	Mixto	fotografía cartel/póster	Cuenta: logo negro + tipografía san serif Feed: tipografía y marco negro en contenido propio, no coherencia en posts recientes	-	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
soyarquitectanet	Mixto	cartel/póster fotografía	Cuenta: logo rosa + tipografía san serif Feed: no, rosa en contenido propio	Color rosa	Post de contenido textual + post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
musas_de_vanguardia	Mixto	fotografía cartel/póster	Cuenta: logo cambia según edición - tipografía decorativa sobre color plano + fotos musas Feed: uso del color de la edición en contenido propio	-	Pies de foto explicativos
haimulleres	Mixto	fotografía	Cuenta: logo azul + tipografía Feed: no	Color morado	Pies de foto explicativos
arquitectas_colombianas	Mixto	cartel/póster	Cuenta: logo negro + tipografía san serif Feed: no, recopilación de contenido no coherente	-	Post de contenido textual + post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
colectivadearquitectas	Mixto (princ. Propio)	cartel/póster fotografía	Cuenta: tipografía san serif + fotografía Feed: no, uso del gris del logo para algunas publicaciones, no coherencia	-	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
arquitectas_cubanas	Mixto	mixto: fotografía + texto	Cuenta: logo amarillo + tipografía serif Feed: colores pastel, publicaciones en bandas de 3	-	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
ama_pucpr	Mixto	mixto: fotografía + texto	Cuenta: logo ilustración Feed: color rosa + tipografía san serif	Imagen mujer trabajadora adaptada Color rosa	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
behind.the.scene.w	Recopilado	fotografía	Cuenta: tipografía Feed: publicaciones en bandas de 3 definidas - nombre + foto mujer + foto obra o dibujo	-	Pies de foto explicativos
arqsarean	Recopilado	cartel/póster	Cuenta: logo morado + tipografía san serif Feed: no, recopilación de contenido no coherente	Morado en logo	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos
undia.unaarquitecta	Recopilado	cartel/póster fotografía	Cuenta: logo morado y verde + tipografía san serif Feed: no, recopilación de contenido no coherente	Morado en logo	Predomina post con texto de apoyo Pies de foto explicativos

3. Conclusiones

Esta comunicación muestra la pluralidad de cuentas en español que visibilizan a mujeres arquitectas. Como se ha visto, destacan enfoques centrados en realizar una labor de divulgación de breves biografías de arquitectas sobresalientes, de organización de eventos con perspectiva de género, de muestras de trabajos de autoría femeninas y de acciones-protesta contra la desigualdad de género en la profesión. Todas ellas fomentan el debate sobre la relevancia de la teoría feminista aplicada a la arquitectura y su diversidad de enfoques.

La visibilización de las arquitectas y su trabajo es una línea de activismo feminista que encuentra en el espacio virtual y en las redes sociales un canal de divulgación relevante. Existe una preferencia general por la comunicación visual que ofrece Instagram frente a la escrita de Twitter. En Instagram, la construcción del espacio virtual se basa en el éxito de las publicaciones medido en visibilidad, es decir, en la cantidad de interacciones obtenidas (me gustas, comentarios, veces compartidas). Sin embargo, pese a los esfuerzos realizados por las distintas iniciativas en lengua castellana, de forma generalizada, se podría afirmar que estas cuentas obtienen un alcance global alejado de las posibilidades que las redes sociales ofrecen, pues no logran un gran alcance de público, como sí hacen otro tipo de cuentas afines a perfiles personales de “influencers”¹⁶. Las posibilidades de que estas iniciativas feministas alcancen a un amplio público se ven reducidas por el funcionamiento de las propias redes sociales. Por un lado, la inversión de tiempo necesario para crear contenido original y cuidado gráficamente es alta, lo que provoca que no se publique de una forma constante, como Instagram requiere, perdiendo posibilidades de que se muestren las publicaciones a un mayor número de usuarios y usuarias. Por otro lado, los algoritmos de funcionamiento de la plataforma cambian periódicamente, obligando a los equipos a prestar atención constante a la eficacia de cada estrategia de publicación.

No obstante, este tipo de iniciativas sí llegan a un conjunto de usuarios y usuarias interpelados por la propia temática de las cuentas. Este tipo de proyectos diluyen los límites geográficos y sociales, los ámbitos profesionales y los académicos, incluso el activismo y la investigación, y permiten al público interesado acceder a un conocimiento no encontrado en libros y publicaciones canónicas, todavía enmarcadas en una estructura patriarcal de pensamiento y de

¹⁶ Instagram no es una plataforma neutral, “funciona de acuerdo con una política de la mirada sexista, así como con una estructura de mercado que privilegia las imágenes que se adhieren a los estrechos ideales postfeministas de belleza y consumo”. Traducido de: Cat Mahoney, “Is this what a feminist looks like? Curating the feminist self in the neoliberal visual economy of Instagram”. *Feminist Media Studies* 22, no. 3 (2020): 5. 10.1080/14680777.2020.1810732

publicación¹⁷. Este análisis muestra que existe una amplia diversidad de planteamientos para llegar al objetivo común de acercar el feminismo a la profesión.

4. Agencias de apoyo

Esta comunicación es resultado del proyecto de investigación 'MuWo-Mujeres y Arquitectas en España, 1965-1992. Proyectos para ampliar las historias' (<http://muwo.unizar.es>), con código 30-2-ID22, financiado por el Instituto de las Mujeres del Ministerio de Igualdad del Gobierno de España, y por el grupo de investigación consolidado T37_23R Built4Life Lab del Gobierno de Aragón. Además, cuenta con el apoyo del programa 'Investigo' de los fondos EUNextGeneration de la Unión Europea.

Referencias

- Banet-Weiser, Sarah. *Empowered. Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press, 2018. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11316rx>
- Chamberlain, Prudence. *The Feminist Fourth Wave: Affective Temporality*. London: Palgrave Mcmillan. 2017. <http://doi.org/10.1007/978-3-319-53682-8>
- Crepax, Rosa, “The Aestheticisation of Feminism: A Case Study of Feminist Instagram Aesthetics”. *ZoneModa Journal* 10 (1S, 2020): 71-81. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/10555>
- Gill, Rosalind, “Post-postfeminism? New feminist visibilities in postfeminist times”. *Feminist Media Studies* 16, no. 4, (2016): 610-630, 10.1080/14680777.2016.1193293
- Lange, Torsten, and Pérez-Moreno, Lucía C., “Architectural Historiography and Fourth Wave Feminism”. *Architectural Histories* 8, no. 1 (2020): art. 26, 1-10. <http://doi.org/10.5334/ah.563>
- Mahoney, Cat, “Is this what a feminist looks like? Curating the feminist self in the neoliberal visual economy of Instagram”. *Feminist Media Studies* 22, no. 3 (2020): 519-535. 10.1080/14680777.2020.1810732
- Marciani, Florencia, Arias Laurino, Daniela, y Moisset, Inés. “6 Un Día Una Arquitecta: Tres años de activismo hacia la inclusión.” *Ábaco*, no. 95/96 (2018): 73–81. <https://www.jstor.org/stable/26562196>
- Moisset, Inés, Czytajlo, Natalia, Mercé, Cayetana, Parentella, Silvana, Sancho, Victoria, eds., *Encuesta Arquitectas Argentinas. Situación profesional e igualdad de género en la arquitectura*, (Buenos Aires: Un día | una arquitecta y Soy Arquitecta, 2022),

¹⁷ Sobre ampliar la definición tradicional de arquitecto/a y reconceptualizar la historia para incluir las contribuciones de las arquitectas, ver: Julie Willis, “Invisible Contributions: The Problem of History and Women Architects”. *Architectural Theory Review* 3, no. 2 (1998): 57-68. <https://doi.org/10.1080/13264829809478345>

<https://arquitecturasfeministashome.files.wordpress.com/2022/03/encuesta-arquitectas-argentinas-2021.pdf>

Munro, Ealasaid. “Feminism: A Fourth Wave?” *Political Insight* 4, no. 2 (September 2013): 22–25. <http://doi.org/10.1111/2041-9066.12021>

Rivers, Nicola. *Postfeminism(s) and the Arrival of the Fourth Wave: Turning Tides*. Cham: Palgrave Macmillan. 2017. <http://doi.org/10.1007/978-3-319-59812-3>

Willem, Cilia, and Tortajada, Iolanda, Gender, Voice and Online Space: Expressions of Feminism on Social Media in Spain. *Media and Communication* 9, no.2 (2021): 62-71. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i2.3851>

Willis, Julie, “Invisible Contributions: The Problem of History and Women Architects”. *Architectural Theory Review* 3, no. 2 (1998): 57-68. <https://doi.org/10.1080/13264829809478345>