



está pasando

Etiquetas para cambiar el mundo

@JOTALLORENTE

A día de hoy creo que ya no es necesario explicar lo que es un *hashtag*. Tras 11 años de su presencia en Twitter y su incorporación al resto de redes sociales, podemos asegurar que ha venido para quedarse. Se ha escrito mucho sobre el poder del *hashtag* en el mundo del marketing. Hoy os invito a hacer una reflexión sobre algunas etiquetas que han o están ayudando a cambiar cosas. Según los últimos análisis, se comparten a diario 125 millones de etiquetas en twitter y, por poner un ejemplo, entre las más destacadas en España están *#15M*, *#RefugiadosBienvenidos* y *#Eurovisión*.

Personalmente propongo usar la expresión "etiqueta" en vez del anglicismo, siempre teniendo en cuenta que significan lo mismo. En el texto se utilizará indistintamente, ya que copio directamente varios artículos que he encontrado en la red.

A partir de la lectura de estos artículos propongo un pequeño esquema de trabajo para hacer con los chicos en clase, o en grupo, y utilizar una etiqueta elegida por ellos mismo con un fin positivo. Muchos os preguntaréis por qué usar etiquetas en nuestras publicaciones:

1. **Porque con las etiquetas nos ve más gente.** La razón principal es que las etiquetas aparecen en los motores de búsqueda y con ello conseguimos llegar a más gente.
2. Igual que usamos etiquetas para encontrar lo que nos interesa, **podemos atraer a otros seguidores** utilizando etiquetas que les puedan interesar. Por ejemplo, si quiero promocionar mis fotos en blanco y negro sería bueno usar la etiqueta *#BlancoyNegro*. Por esta razón es importante que cada publicación tenga más de una etiqueta, siendo una de ellas la principal, la que una lo que queremos expresar.

1 #Blacklivesmatter¹

La investigación "Más allá de los hashtags (Beyond the hashtags)" analiza el uso que el movimiento #Blacklivesmatter ha hecho de las herramientas de Social media durante los años 2014 y 2015, y descubre que es precisamente el Social Media que está detrás del mayor impulso por la justicia racial que se ha visto en décadas en los Estados Unidos. Aunque el hashtag #Blacklivesmatter se creó en julio de 2013 como protesta ante la absolución de George Zimmerman por la muerte del adolescente afroamericano Trayvon Martin, no se convirtió en un movimiento social hasta meses después de las protestas de #Ferguson, cuando los manifestantes empezaron a circular en twitter sus propias narrativas de lo que estaba ocurriendo, sin depender de los medios de comunicación tradicionales, y el hashtag empezó a despegar de manera significativa.

A partir de ahí los espacios online y offline se mimetizaron y se retroalimentaron: trabajadores culturales, artistas, diseñadores y expertos en tecnología ofrecieron su expertise ("experiencia, pericia") para convertir #BlackLivesMatter en algo que fuera mucho más allá de un hashtag, y se empezó a crear la infraestructura necesaria para llevar el movimiento de las redes sociales a las calles y hacer historia.

El décimo aniversario de twitter ha traído consigo una recopilación de los 10 hashtag más influyentes vinculados con el activismo social. No es casual que #BlackLivesMatter ocupe la tercera posición y #Ferguson la primera con más de 27 millones de tuits. Ambos hashtag encendieron el debate sobre la brutalidad policial contra la comunidad afroamericana, revolucionando la lucha por la justicia racial y volviendo a levantar el espíritu de Rosa Parks y Martin Luther King.

Actualmente, #BlackLivesMatter es un movimiento consolidado sobre el que han corrido ríos de tinta y sus líderes ya se codean con famosos y políticos en el prime time televisivo. Incluso uno de sus activistas más famosos, DeRay Mckesson, se postula para alcalde de Baltimore, y su campaña cuenta con el apoyo económico de ejecutivos de Twitter, Netflix, y Slack, así como de las actrices Rashida Jones y Susan Sarandon. Un movimiento imparables que empezó con un simple hashtag.

2 #MakeMySize²

¿Alguna vez te has frustrado en una de tus tiendas de ropa favoritas porque las tallas son diminutas? ¿Te desprecias porque no te cierra una XL y te repites a ti misma que el movimiento curvy es más importante que nunca? A Kate Sturino, la creadora del blog The 12ish Style (y del Instagram homónimo), le ocurre lo mismo. Por eso ha decidido crear el hashtag #MakeMySize (hazlo en mi talla) para darles un toque de atención a las firmas.

Con el tiempo he aprendido (aún estamos en ello) que la belleza no está determinada por la talla. Y que nadie te debería poder decir si tienes o no «la figura adecuada» para poder ponerte una minifalda. También he aprendido que una de las funciones más bonitas de nuestro trabajo como periodistas es la de la empatía, la de ponernos en el lugar del otro para entenderle y contar mejor su historia. Pero si la historia que quieres contar es la tuya propia, el trabajo es todavía más satisfactorio. Aunque también produce algo de vértigo, no lo voy a negar: hablar sobre las propias inseguridades en un foro abierto y público como es un medio de comunicación no es inmediato. /.../

¹ Texto de Zinnia Quirós en <http://entreprenentesis.org/hashtags-cambian-mundo/>

² Texto de María Serrano en <http://www.telva.com/moda/noticias/2018/09/18/5ba0da0702136eabbd8b4572.html>

Ahora la bloguera ha puesto en marcha otro hashtag revolucionario, #MakeMySize, con el que denuncia un problema que sufren 7 de cada 10 mujeres: la ausencia de tallas adecuadas. Todo comenzó cuando Kate Sturino se probó un vestido de leopardo de Alice and Olivia y, al ver que no le cerraba, publicó una foto junto a este texto: «Me encanta este wrap dress de leopardo y me encantaría poder llevarlo en mi talla. Vamos a hacerles saber a los diseñadores que también queremos ponernos su ropa. ¡Usad el hastag #MakeMySize cuando queráis que se enteren!».

El hashtag cuenta con cada vez más contribuciones, especialmente de otras blogueras e influencers del ámbito curvy, y Kate Sturino ha seguido llamando la atención de sus firmas

predilectas, entre las que se encuentra Zara (del absurdo de las tallas de Inditex hablaremos en otro artículo): «Zara se encuentra en el primer puesto de la lista de #MakeMySize porque me han hecho sentirme mal en sus probadores durante años. De hecho, hace seis años que incluso dejé de intentar comprar en Zara. Hoy he vuelto, y todo sigue igual. Esto es un vestido XL y ni siquiera puedo meter los brazos, ni mucho menos cerrármelo», comentaba junto a una foto en la que intentaba probarse uno de los vestidos más famosos del gigante español (con estampado de pañuelo).

Otro problema que denuncia la influencer es que al final, aunque en cualquier tienda acabes encontrando «algo», tener una talla poco convencional dificulta que puedas seguir las tendencias o que lleves lo que realmente te apetece en lugar de lo que te cabe. Porque las chicas curvy también queremos llevar minifaldas, tops de tirantes y vestidos largos, y no sólo pantalones elásticos y jerséis de punto.

3 #WokeCharlotte³

Como ya os contábamos hace unos meses, la serie *Sexo en Nueva York* está a punto de cumplir 20 años. Una serie que brilló con luz propia en la historia de la televisión porque consiguió romper estereotipos y demostrar que todas las mujeres pueden ser libres y felices sin necesidad de tener un hombre a su lado.

Pero esos 20 años a punto de cumplirse también se notan bastante, y a veces echamos de menos una reescritura de algunos diálogos para que *Sexo en Nueva York* siga siendo un producto televisivo igual de moderno y el referente del feminismo que fue en su momento. Quizá por eso, la cuenta de Instagram

³ Texto de Rebeca Rus en <https://www.trendencias.com/redes-sociales/wokecharlotte-el-hashtag-que-ha-conseguido-que-la-serie-sexo-en-nueva-york-vuelva-a-estar-en-el-punto-de-mira>



@everyoutfitonsatc, una de las más populares dedicadas a la serie y con más de cuatrocientos mil seguidores, ha decidido reinventar los diálogos de algunas escenas para volver a colocarla en la palestra y adaptarla al siglo XXI.

Y para que todo sea aún más rupturista y evidente, ha sido Charlotte, la más clásica y conservadora de las cuatro amigas, el personaje elegido para modernizar todos los diálogos y poner la serie al día. Sus respuestas han sido modificadas con subtítulos en algunas de las escenas para hacer hincapié en lo mucho que todavía había que cambiar las cosas.

Por supuesto, estos memes no han pasado desapercibidos, especialmente para la actriz Kristen Davis, nuestra querida Charlotte York Goldenblatt en la serie, que comentó en Instagram que adoraba #WokeCharlotte más que la vida misma.

4 Creando nuestro propio hashtag solidario

Una de las claves para ayudar a los jóvenes a ver las redes sociales de un modo positivo es analizar lo que pasa con ellos, y que realmente se sientan protagonistas de lo que sucede a su alrededor.

1. **El poder de las redes.**- Es el primer paso, descubrir el poder que tienen las redes sociales. Para ello hablamos abiertamente con ellos de lo que son las redes sociales, para qué las usan y lo que pueden conseguir. Comentamos con ellos estos ejemplos u otros que ellos conozcan y que ayuden a todos a entender el poder que tienen, más allá del mero entretenimiento.
2. **Analizando la realidad.**- El segundo paso es buscar algo en lo que ayudar y que podamos hacer desde nuestros propios teléfonos y redes sociales. Las labores de sensibilización y concienciación muchas veces

surgen de una sola persona o de un grupo al que el azar une. Hay muchas cosas que podemos cambiar, desde la suciedad en el barrio, a cambiar los bancos del parque o a denunciar las injusticias de algún pueblo del sur.

3. **Qué podemos hacer.**- El siguiente paso es, de todo lo que hemos visto, elegir uno de los problemas o situaciones que queremos cambiar y fijarnos un objetivo. Es preferible fijarse solo un objetivo para un solo problema, ya que la diversificación en este tipo de campañas no funciona.
4. **Estrategia.**- No basta con decidir qué hacer, hace falta que nos fijemos unas metas, que secuenciamos las publicaciones, que busquemos artículos, textos, fotografías, memes, que nos ayuden. Y sobre todo es muy importante buscar aliados, pueden ser desde otra clase o grupo que se apunte al reto, un conjunto de personas en otro lugar del mundo que pueda ayudar a dar difusión o un famoso con el que podamos contactar a través de las redes sociales y se sume a la causa.
5. **Puesta en marcha.**- Una vez planteada la estrategia y los aliados nos fijamos un día de comienzo, y un día de fin. Nos animamos entre nosotros y ayudamos a aquellos que flaquean. Es importante continuar con el sentimiento de grupo y de trabajo en común.
6. **Análisis de los resultados.**- En marketing se tiene muy claro que ninguna campaña termina hasta que se han cuantificado los resultados y se ha visto si ha sido rentable o no. Podemos analizar estos resultados con diferentes herramientas on-line, pero lo principal es ver el número de publicaciones con la etiqueta y hacer una pequeña publicación con lo recogido. Ayudará a ver que el trabajo ha merecido la pena.