

## Decálogo

Las redes sociales, el mundo digital y el universo online no dejan de ser sino una manifestación cultural más del momento social y el contexto histórico. En ese sentido, los medios digitales formados por Internet y otros dispositivos móviles reproducen, de manera en ocasiones estereotipada o sesgada, tendencias, prácticas y dinámicas de género habituales. Las representaciones de género que aparecen en las redes telemáticas y los entornos comunicativos actuales nos permiten reflexionar de esta manera sobre la forma de construir los relatos y narrativas que circulan sobre la violencia de género.

El espacio digital puede servir, por tanto, como test o como reto, para poder evaluar la potencia del marco teórico del “testimonio ético”. Incluso, más allá, puede ser útil a la hora de evaluar la manera de operacionalizarlo o medirlo de la forma más adecuada, precisa u óptima a la hora de provocar un cambio social en la manera de abordar el mundo de la violencia de género. Por ello, se propone a continuación una de las posibles formas de operacionalizar el testimonio ético junto a algunas consideraciones:

### **1. la relación entre quien da el testimonio y quien atestigua,**

Las redes sociales se caracterizan, como casi todo el mundo de la comunicación actual, por facilitar la producción de mensajes desde casi cualquier usuario/a y lugar. Así, se genera un espacio comunicativo globalizado, inmediato y anónimo en el cual pareciera que cualquiera puede publicar y dar testimonio. En ese sentido, la ruptura con el monopolio mediático tradicional tiene sus virtudes y sus defectos, sus aspectos favorables y aspectos desfavorables desde el punto de vista del activismo feminista. Uno de los puntos a favor es la posibilidad de generar testimonios de forma más directa y sin filtro *massmediático*, sin línea editorial o censuras referidas a canales, empresas, oligopolios, etc. Sin embargo, uno de los defectos es la falta de autorías verídicas o contrastables, la no identificación clara de los/as autores/as del testimonio.

¿No es cierto que la supuesta espontaneidad de las comunicaciones digitales choca con la proliferación de versiones alteradas, *fakes*, bulos y debates agresivos o sin sentido (trolles)? ¿No puede ocurrir que precisamente en los ámbitos más abiertos y libres ocurra una saturación de mensajes que sólo produzca ruido? ¿No puede ser que en el río revuelto de las publicaciones digitales puedan ser los usuarios con mayor popularidad o influencia los que acaben generando los testimonios más visibles? ¿Existen mecanismos que puedan poner en relación comunicativa a quien ha sido testigo/a y quien difunde el testimonio? ¿Resulta relevante en estos entornos de alto volumen informativo y donde la velocidad de difusión es tan alta?

### **2. los saberes novedosos sobre la violencia de género que permiten hacer emerger el contenido del testimonio,**

Internet y los medios sociales han permitido la difusión y visibilización de múltiples contenidos al tiempo que el intercambio de conocimientos independientemente de la distancia. Con la masificación del uso de internet primero, la web 2.0 y las redes sociales después, y la ubicuidad del smartphone la primacía de la *visibilidad* y la *popularidad* de los contenidos online se convirtió

en prioridad. Así, la participación de *influencers* y usuarios populares que se hagan eco de los mensajes supone un objetivo porque así consigue el movimiento ubicar los debates dentro de la agenda mediática tradicional. El enfoque de un análisis crítico de redes y la operacionalización del testimonio ético nos permiten matizar esta obsesión por la *visibilidad* dentro de la economía de la reputación y las plataformas. Numerosas son las ocasiones en las que líderes mediáticos e *influencers* instrumentalizan los mensajes del activismo persiguiendo sus propios intereses y agendas. Si bien esta instrumentalización amplifica los mensajes de los movimientos, también los expropia en numerosas ocasiones de sus contextos de significación, despolitizándolos. Sin obviar la relevancia de este altavoz, la lógica del testimonio ético centra nuestra mirada en los contextos, las comunidades, donde estos mensajes se producen y evolucionan. Es en ellas donde se generan comunidades orgánicas de conversación, escucha y solidaridad. Es a partir de los hastags y las menciones, en lugar de los retweets, como se multiplican los discursos. El caso de la manada y del #metoo y del #yotambien son, a su vez, muestras de una cadena de adhesión y solidaridad con el potencial de producir un cambio social desde el relato del testimonio.

¿Es la visibilidad el objetivo principal del activismo feminista? ¿La instrumentalización de discursos permite que aflore el testimonio, o privilegia determinados sectores de poder discursivo? ¿Se produce una desmovilización si sólo se atienden a los medios sociales online?

### **3. la construcción narrativa de la vulnerabilidad y la resistencia,**

Los medios sociales y digitales, como hemos indicado anteriormente, poseen unas características que no siempre reproducen los esquemas comunicativos del mundo analógico. En concreto, por ejemplo, generan una amplia difusión multicanal y multilateral de pequeños mensajes multimedia con mucha celeridad. Podríamos considerar que la comunicación en red se compone de una infinidad de micronodos emitiendo. La cuestión es que tal formato audiovisual y multimodal de comunicación veloz produce un campo de propagación de información rápida y, en ocasiones, caótica. La dificultad que enfrenta el testimonio ético aquí reside en la posibilidad de conseguir emitir mensajes con cierta coherencia narrativa. Los relatos que testifiquen la violencia de género se pueden encontrar fragmentados y no ser capaces de transmitir el sentido deseado. O, simultáneamente, los testimonios deseados, pueden quedar sedimentados por una situación polifónica y cacofónica que no facilite la transmisión de los discursos que se buscan. ¿Son estos entornos lugares propicios para difundir narrativas propias de testimonio? ¿Hay que adaptar los discursos contra la violencia de género al tipo de medio existente? ¿Es posible evitar la lógica competitiva y de búsqueda frenética de visibilidad (ser trending topic como síntoma)? ¿Es posible generar comunidades donde la difusión de mensajes se canalice de forma segura y visible?

### **4. la vinculación entre la denuncia concreta y el marco general de lucha social.**

En muchos casos, la violencia de género puede aparecer de alguna manera desvinculada del resto de luchas sociales o demandas políticas. Nuevamente, las características de las redes digitales facilitan y potencian la interconexión de emisores/as y receptores/as dispersos/as pero a la vez balcanizan el conjunto de propuestas. En este sentido, los grupos específicos o las cuentas particulares que se dedican a testificar o reportar cuestiones relativas a violencia

La resignificación de la mujer-víctima en redes sociales: implicaciones para la construcción de la vulnerabilidad y la resistencia en el activismo on-line

machista pueden acabar apareciendo como átomos aislados o voces inconexas que se descuelgan o desvinculan de otros movimientos. ¿Cómo deberían producirse y mostrarse los testimonios para que puedan ser recepcionados y apropiados por colectivos amplios? ¿De qué manera, en función de los formatos existentes, es posible publicar en medios digitales testimonios que den cuenta de la violencia de género sin que ello parezca que es un tema exclusivo de sus protagonistas? ¿Cómo hacer que la violencia de género sea transversal no sólo a otros debates sociales sino a grupos que parecen estar distanciados de estas cuestiones?