

Discursos polítics feministes en l'era digital: anàlisi del discurs des dels nous materialismes de la cibercampanya #BringBackOurGirls

Beatriz Revelles-Benavente

UNIVERSIDAD DE GRANADA

beatrizrevelles@ugr.es

ORCID: 0000-0003-1334-6257

Rebut: 01/04/2019

Acceptat: 29/01/2020

RESUM

Les cibercampanyes digitals són un fenomen utilitzat per moviments socials i grups polítics amb una freqüència cada vegada més notable. No obstant això, aquesta popularitat sempre ve acompanyada d'algunes conseqüències que poden no ser beneficioses per a moviments socials com el feminisme contemporani o el conflicte que denuncien. Així doncs, algunes mobilitzacions digitals provoquen escissions entre els àmbits físic i digital que, de vegades, es tradueixen en l'homogeneïtzació de categories socioculturals com el gènere, la raça o l'edat. En aquest article analitzarem la campanya #BringBackOurGirls, nascuda fa cinc anys, el desenvolupament de la qual s'ha utilitzat per a comprovar l'èxit d'aquestes cibercampanyes dins del feminisme contemporani. A través d'una anàlisi del discurs crític feminista (FCDA) amb un enfocament genealògic feminista dels nous materialismes, l'article pretén analitzar el desenvolupament temporal i espacial de l'esmentada campanya per a reconfigurar una política feminista afirmativa, que consisteix a reconfigurar nocions preestablides com les de «xiqueta», «agencialitat» i «alteritat» per a aconseguir moviments amb capacitat de resposta. Així doncs, realitzarem una etnografia del *hashtag* (Bonilla i Rosa, 2015) per a comparar l'inici de la campanya i la seua situació actual. Els resultats intentaran localitzar el pas de l'àmbit local al global, on es dilueixen els poders estructurals, les agències individuals i les polítiques afirmatives feministes globals.

Paraules clau: FCDA, etnografia del *hashtag*, #BringBackOurGirls, feminismes nous materialistes, agència.

ABSTRACT. *Feminist Political Discourses in the Digital Era: A new materialist discursive analysis of the #BringBackOurGirls cyber-campaign* Increasing use of cyber-campaigns is being made by social movements and political groups. Nevertheless, this popularity is often accompanied by the undesirable consequences for social movements such as the violence denounced by contemporary feminism. Thus, some digital mobilisations create a rift between the physical and digital worlds — something that often gives rise to homogenisation of socio-cultural categories such as gender, race, and age. In this paper, we analyse the #BringBackOurGirls campaign, which sprang to life five years ago. Its path reveals the success of these cyber-campaigns in the field of contemporary feminism. This paper adopts Feminist Critical Discourse Analysis (FCDA), taking a feminist genealogical approach of new materialisms. In doing so, it examines the temporal and spatial trajectory of the campaign to reshape affirmative Feminist politics. These politics involve reconfiguring pre-established notions such as 'girl', 'agency', and 'otherness' to provide social movements with the capacity to respond. We therefore undertake an ethnographic examination of the hashtag (Bonilla & Rosa, 2015) to compare the beginning of the campaign with the situation now. We draw on these results to localise the shift from the local scale to the global one, in which structural powers, individual agency, and 'glocal' [local-global] and Feminist affirmation policies become diluted.

Keywords: FCDA, hashtag ethnography, #BringBackOurGirls, new materialist kinds of Feminism, new kinds of materialism, agency.

SUMARI

Genealogia del conflicte: contextualització de l'origen de #BringBackOurGirls
 Intraseccionalitat: Pensar a través del concepte de xiqueta en les xarxes socials
 Twitter: Un espai empoderador de polítiques afirmatives?
 L'anàlisi del conflicte: Qui cal recuperar?
 El conflicte hui: Qui cal recuperar?
 Desenvolupar polítiques afirmatives feministes
 Conclusions
 Referències bibliogràfiques

Autor per a correspondència / Corresponding author: Beatriz Revelles-Benavente. Campus de la Cartuja, Universidad de Granada, Calle del Prof. Clavera, s/n, 18011 Granada (Espanya).

Citació suggerida / Suggested citation: Revelles-Benavente, B. (2020) Discursos polítics feministes en l'era digital: anàlisi del discurs des dels nous materialismes de la cibercampanya #BringBackOurGirls. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 134(2), 43-59. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.134-2.4>

El 14 d'abril de 2014, 276 xiquetes van ser segrestades pel grup terrorista¹ Boko Haram quan assistien a una escola —catòlica— de la regió de Chibok, a Nigèria. De les 276 xiquetes, a hores d'ara², 112 xiquetes encara segueixen segrestades. No obstant això, malgrat la magnitud del conflicte, fins a finals d'abril o principis de maig de 2014 el succés no comença a tindre una repercussió global, gràcies a la ciber-

campanya #BringBackOurGirls. L'advocat Ibrahim Abdullahi va ser qui va fer viral la campanya en tuitejar les paraules pronunciades per Oby Ezekwesili el 23 d'abril de 2014 durant el discurs inaugural de la conferència del partit polític nigerià APC (All Progressive Congress)³ en la UNESCO (Maxfield, 2016). Durant els últims cinc anys, la intensitat del *hashtag* ha variat enormement, motiu pel qual la repercussió mediàtica ha disminuït de forma considerable. El desenvolupament d'aquesta campanya ha fet dubtar alguns i algunes acadèmiques i activistes, que l'han qualificat de «política social del clic» (Maxfield, 2016), segons la qual ens conformem amb prémer un botó, però també anul·lem la capacitat d'acció política fora d'eixa digitalitat. Altres crítiques fan referència als efectes postcolonials que poden tindre aquest tipus de pràctiques i al fet que països com els

1 Les investigadores del projecte estan al corrent del debat ontoepistemològic a què apunten fonts tant acadèmiques com de polítiques públiques pel que fa a la diferenciació entre grup terrorista i extremisme violent. No obstant això, atés que aquesta part es cobrirà amplament en altres articles d'aquest monogràfic, les autores del present article han decidit optar pel concepte grup terrorista per qüestions semàntiques. Considerem que la violència —ja siga física o psíquica— és sempre extrema, però Boko Haram és un grup de persones que està marcant una política del terror (Massumi, 2005) a escala global i ha incidit directament en un grup de xiquetes que —prèviament— no tenien res a veure amb el conflicte violent (polític, sociològic, econòmic i religiós) que es produeix a Nigèria.

2 Les referències temporals d'aquest article corresponen al 27 de gener de 2020.

3 Es pot accedir al discurs complet en els enllaços següents: <https://www.youtube.com/watch?v=ePeMkCA-5nU> (part 1) i <https://www.youtube.com/watch?v=KUPBA6MZV2I> (parte 2). Últim accés: 01/09/2019.

Estats Units veuen una estratègia política que deslegítima el poder de l'actual govern nigerià (Informador⁴; Chiluja i Ifukor, 2015).

No obstant això, és important tindre en compte certs aspectes que aquestes crítiques menyspreen sovint, com ara «el context en què la campanya es va iniciar, així com també pressuposar que aquesta campanya manté un únic significat estable dels conceptes raça i nació» (Maxfield, 2016: 886). En aquest article, i en aquest projecte en general, ens interessa molt conèixer el desenvolupament d'aquestes ciber campanyes i l'efecte que tenen en el fenomen sociològic. Així mateix, en l'article analitzarem la campanya #BringBackOurGirls prestant atenció al context en què s'inicia i a l'enfocament interseccional (o més aviat intraseccional) que ens permeta trobar un fil conductor dins de l'etnografia digital. Per a això, ens centrarem en els conceptes de «nació» i «raça», però també en els de «gènere» i «edat», ja que ens sembla un requisit essencial per a comprendre aquesta campanya en concret.

La metodologia que seguirà aquest article és una etnografia digital (Pink et al., 2016), tot i que, més concretament, estarà perfilada per allò que Bonilla i Rosa (2015: 5) identifiquen com una «etnografia del *hashtag*». L'ús de l'etnografia esmentada ens permet analitzar els diferents patrons pels quals es generen discursos associats a un fenomen concret, ja que el *hashtag* categoritza i indexa un contingut específic (Xu i Zhou, 2020). Així doncs, és més fàcil establir una relació entre contingut freqüent en una plataforma digital concreta i patrons discursius com els que assenyalaria una crítica del discurs. Com a cas

d'estudi, Bonilla i Rosa (2015) presenten el cas de Ferguson: un jove negre indefens assassinat per la policia dels Estats Units, i com aquest fet va desencadenar una sèrie de protestes i de moviments socials en aquest país, succés que algunes personalitats públiques relacionen amb el cas del nostre article malgrat la distància dimensional (Maxfield, 2016). No obstant això, és important assenyalar que les dos ciber campanyes digitals demostren que «l'increment de l'ús i la disponibilitat d'aquestes tecnologies proporciona noves eines de documentació» així com un contradiscurs de la representació que se'n fa respecte en els mitjans (Bonilla y Rosa, 2015: 5). Sassen (2016: 173) afirma que «les noves TIC conviden [...] a una nova conceptualització de l'àmbit local que es puga adaptar a casos que s'aparten dels patrons dominants». Per aquest motiu, cal dissenyar campanyes ciberactivistes des dels moviments feministes que «aspir[en] una pràctica política transfronterera, fins i tot, quan es tracta d'actors vinculats a un espai local i sense mobilitat» (Sassen, 2016: 173). Quan explica el funcionament de les noves TIC, Sassen apunta a l'origen de determinades ONG actives en l'actualitat i afig: «El tipus de pràctiques polítiques que es debaten no són la via d'accés cosmopolita a l'àmbit global. Es fan globals amb la multiplicació internacional de les pràctiques locals.» D'aquesta manera, per a conèixer el desenvolupament de la campanya #BringBackOurGirls caldria arribar al començament i conèixer quines són les pràctiques que s'han multiplicat des de la seua localització, situant el punt de partida metodològic en un *hashtag* determinat i en com s'ha multiplicat o, més aviat, transformat cinc anys després. Per tant, en aquest article utilitzarem un mostreig qualitatiu que inclou el primer mes en què es va iniciar el compte —maig de 2014— a través de la literatura acadèmica, com explicarem més endavant, i l'activitat de l'últim mes fins a la data de la primera versió d'aquest article, agost de 2019. Ens trobem, per tant, davant d'una etnografia del *hashtag* asincrònica que analitzarà patrons discursius, ja que «plataformes com Twitter contribueixen intercanviant informació i proporcionant debats vibrants que possibiliten profundes crítiques de les relacions de poder. Aquests debats són

4 La metodologia qualitativa del projecte que desenvolupa aquest article inclou entrevistes semiestructurades d'experts i expertes locals com ara periodistes, advocades o activistes socials amb una alta participació en aquest conflicte en concret. Aquestes entrevistes tenen una duració d'una hora i han sigut gravades després de firmar un consentiment informat sobre la utilització de les dades. No obstant això, per tal de garantir l'anonimat, utilitzarem el terme «informador». Hi ha un total de cinc entrevistes semiestructurades, però en aquest article s'utilitzaran les dades aportades per una periodista d'origen nigerià.

essencials per a projectar discursos de resistència de coneixement públic que abans eren inaccessibles per a experiències marginades» (Xu i Zhou, 2020: 88).

Per mitjà d'aquesta comparativa intentarem veure quines són les pràctiques que es continuen multiplicant i quines apareixen amb més freqüència per a comprovar l'impacte que pot continuar tenint —o no— l'esmentat compte. Els resultats ens ajudaran a comprendre com s'inicia una cibercampanya i quins són els seus possibles resultats al llarg del temps (en aquest cas, després de cinc anys). Aquestes pràctiques estaran incloses en un marc ètico-ontopistemològic dels nous materialismes (Van der Tuin, 2015; Colman, 2020) per a poder definir provisionalment els que considerem com a conceptes clau per tal d'entendre el funcionament d'aquest cas en concret: l'alteritat, l'agència i la responsabilitat, categories analítics empíriques que mobilitzen l'anàlisi discursiva i etnogràfica que desenvoluparem més endavant. Entendre l'evolució digital i analògica ens ajudarà a produir el que definirem com a accions

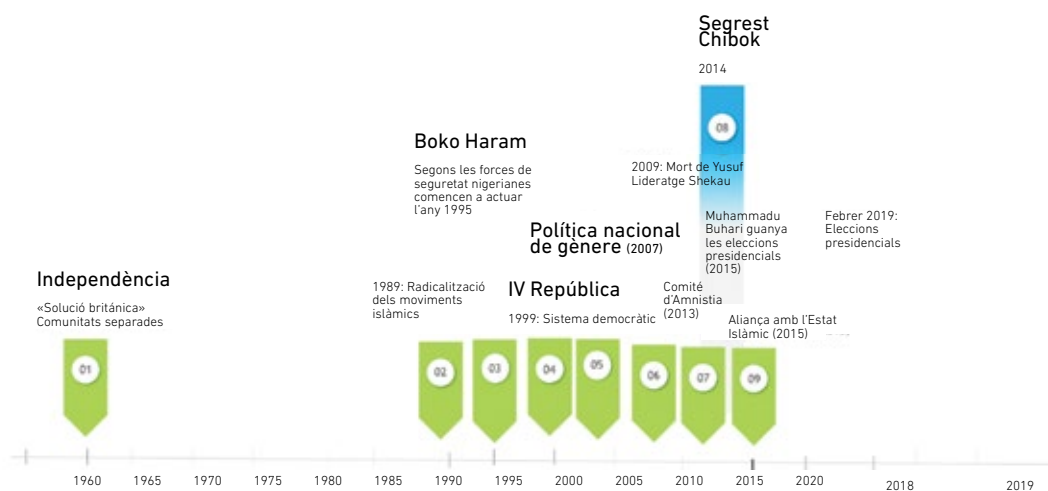
polítiques feministes afirmatives capaces de donar respostes locals en problemes estructurals.

GENEALOGIA DEL CONFLICTE: CONTEXTUALITZACIÓ DE L'ORIGEN DE #BRINGBACKOURGIRLS

Per a entendre el desenvolupament de la cibercampanya digital cal fer referència a una possible cronologia del conflicte prenent, principalment, dos punts de partida que cal tindre en compte en l'anàlisi. D'una banda, s'hauria de contextualitzar la història de Nigèria com a país per a comprendre exactament quin és el moment contemporani (Figura 1).

El gràfic desenvolupat per l'equip d'investigació del projecte que dona vida a aquest número especial i al present article explica la història recent de Nigèria i la successió de presidents democràtics, així com la connexió d'una política local que ha hagut de gestionar un conflicte armat que comença l'any 1995. No obstant això, no és fins el 2009, amb la mort del

Figura 1 Història de Nigèria.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades secundàries.

principal líder de Boko Haram, Yusuf Shekau, quan la tensió entre el govern i el grup terrorista comença a augmentar.

A continuació es mostra un altre gràfic que descriu la genealogia del segrest (Figura 2).

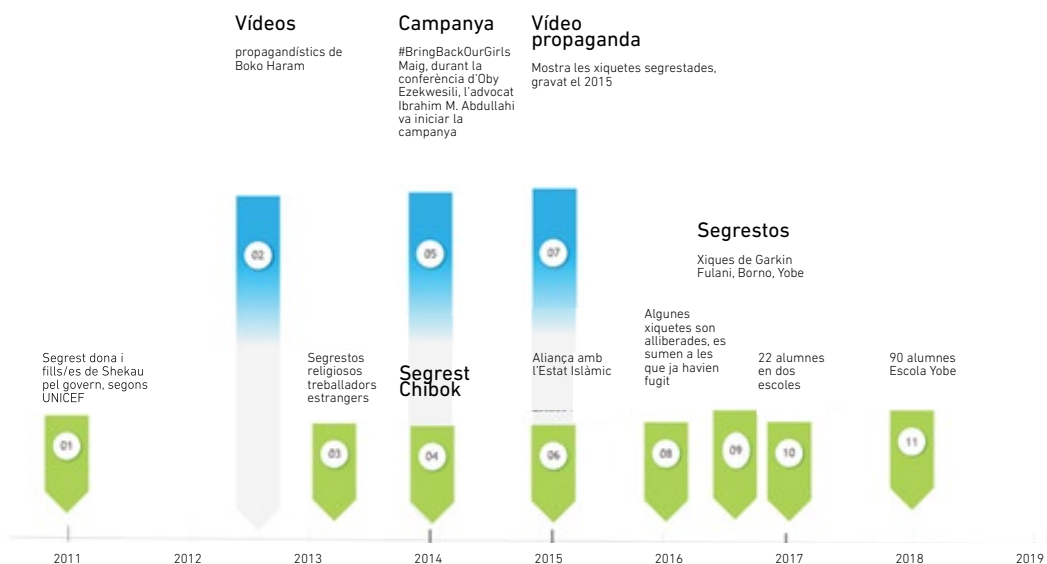
Aquest gràfic mostra el que podria considerar-se una genealogia del segrest, en què s'inclou el moment que dins del projecte d'investigació considerem clau: el vídeo propagandístic de 2015 que mostra les xiquetes que encara seguien segrestades. Aquest vídeo es fa viral i propaga una ecologia dels mitjans que provoca un salt qualitatiu en la disseminació de la propaganda del grup terrorista, fet que demostra la influència de les xarxes socials i els mitjans de comunicació globals en fenòmens locals, un tema que exploraran altres articles d'aquest monogràfic.

Així doncs, ambdós gràfics mostren com el segrest es produeix entre dos moments clau dins de la història de Nigèria: després que el comitè d'Amnistia

Internacional (2013) situe la política local —fins aquell moment més privada o interna del país— en el panorama global i un any abans de la celebració de noves eleccions al país, és a dir, a l'inici de la campanya electoral. El setembre de 2014, Oby Ezekwesi va concedir una entrevista als Estats Units en la qual va exposar els beneficis de la cibercampanya i de la continuïtat física que ella considerava necessària perquè aquesta campanya tinguera un efecte real (Channels Television, 2014a i 2014b). Segons el seu criteri, aquesta cibercampanya aconseguia entrar en els «dormitoris»⁵ de molta gent que es considerava «propietària» i la feia global, i ajudava així a recolzar la causa (min. 9). Així mateix, també va defensar que aquestes cibercampanyes no poden treballar

5 Les paraules que apareixen entre cometes són traduccions literals de les paraules de l'anterior ministra d'educació de Nigèria. Les paraules sempre tenen un significat simbòlic i material i la seua elecció dins d'un discurs polític —encara que siga una entrevista— no és casual. L'entrevista completa es pot trobar a <https://www.youtube.com/watch?v=cRTVEkBnoCk>. Últim accés: 01/09/2019.

Figura 2 Genealogia del segrest.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades secundàries.

soles sinó que necessiten actes físics que les acompanyen. Per a Ezekwesili (Ajoke's Diary, 2014, min. 10), l'acte físic que havia d'acompanyar aquesta campanya era el «rescat» de les «xiquetes», que era⁶ una «responsabilitat» del govern federal de Nigèria. El mateix govern que anys després (2019) decidiria no donar publicitat internacional a la celebració de les següents eleccions, ja que considerava que obria una porta a la intromissió de països occidentals en la gestió política local del país (Informador).

Segons April Mandrona (2016: 3), necessitem «produir nous imaginaris i enteniments de l'ésser ètic, drets, alteritat, poder, agència i responsabilitat» per a poder pensar en uns estudis coherents sobre la situació de les xiquetes arreu del món. És cert que alguns d'aquests conceptes són autorreferencials i no sempre tenen una definició coherent ni transversal que es corresponga amb la societat en què s'insereixen o el tipus de discurs (ja siga institucional, mediàtic, acadèmic, etc.). D'una banda, l'especificitat que resideix en cada fenomen sociocultural afecta de manera causal els processos que el desenvolupen. D'altra banda, el fet de no poder localitzar una estructura metodològica conceptual més àmplia que permeta una àrea d'acció i intervenció afirmativa —concepte que desenvoluparem més endavant— també bloqueja les possibilitats d'una transformació social, o el que Colman (2014) defineix com a canvi social, diferenciat d'una concepció de progrés més occidental per les possibilitats transformatives que produeix en el fenomen sociològic concret.

Per tant, abans d'endinsar-nos més en l'objectiu de l'article, ens agradaria partir d'allò que Donna Haraway (1988) defineix com «coneixement situat», que també es pot considerar com un coneixement que parteix d'una experiència relacional concreta per a difractar-se —o interaccionar— amb una

situació més global. És a dir, voldríem oferir una definició provisional de tres conceptes que considerem clau per a entendre la complexitat que afecta el projecte en què ens hem embarcat, que són els conceptes d'alteritat, agència i responsabilitat. Dur a terme una anàlisi etnogràfica del *hashtag* requereix aquesta mobilització epistemològica-empírica —plasmada en aquests tres conceptes concrets—, ja que la seua ontologia es defineix com «la creació d'espais discursius per a individus que participen en creacions culturals de significats que desenvolupen temes variats» (Xu i Zhou, 2020: 89). Per tant, cal identificar quines categories analítiques mobilitzen el tema que ens preocupa en aquest article.

Com podem veure en les paraules d'Ezekwesili, és important identificar qui és el responsable per a poder rescatar les xiquetes. Aquest tipus de discurs ja identifica tres nivells d'anàlisi que fan més complex el conflicte sociocultural, però que, al mateix temps, ens faciliten partir de l'anàlisi d'un agent local amb influència política en el conflicte. Rescatar les xiquetes implica pensar:

- 1 Qui és l'altre? És el govern de Nigèria? És el grup terrorista? És la gent que està en aquests «dormitoris»? Són les persones que estan darrere del clic?
- 2 Qui té l'agència per a poder promoure aquest rescat? Factor íntimament lligat al concepte d'altre i de responsabilitat que definirem més endavant, ja que l'agència és compartida entre la realitat de la cibercampanya i les accions físiques singulars que aquesta figura política identifica.
- 3 I, finalment, qui és responsable i en quin sentit per a poder «rescatar»? Què implica la noció de «rescat» per a les xiquetes que segueixen desaparegudes? Al mateix temps, aquests conceptes formen les columnes sobre les quals se sostenen els enfocaments que utilitzarem per a les conclusions finals.

No obstant això, totes aquestes categoritzacions responen a conceptes autoreferencials que no són

6 Ací és important destacar el temps verbal de les accions, ja que des del conflicte fins a l'actualitat aquesta figura política ha passat de ser ministra d'Educació a candidata a la Presidència del govern. En el moment d'aquesta entrevista, no ocupava cap d'aquests dos càrrecs però era assessora del govern de Nigèria.

fàcilment transferibles fora del context local en què s'emmarca el conflicte. Un enfocament interseccional (Cho, Crenshaw i McCall, 2013) ens mostra la necessitat d'integrar diverses dimensions per a poder produir definicions que ens facen partir d'una base comuna: gènere, edat, religió, sexualitat, etnicitat, procedència... entre altres molts factors que analitzarem després. Malgrat això, entendre el concepte de xiqueta dins de la realitat nigeriana requereix una contextualització que va més enllà d'un enteniment occidental comú i que dista de ser una perspectiva integracionista de diversos factors. De la mateixa manera, pensar en el concepte de xiqueta ens fa pensar automàticament en els conceptes d'alteritat i d'agència en aquest cas concret, ja que l'enunciat de la campanya ens demana que «tornen les xiquetes». Uns «altres» han de reconèixer el lloc de procedència d'unes xiquetes que són propietat d'altres i portar-les allà.

Podem argumentar que potser l'enfocament inicial de la cibercampanya es va dissenyar amb un propòsit concret, però amb el temps es va convertir un reclam mediàtic representacionista. Així doncs, proposem el concepte d'«intra-seccionalitat» nou materialista (Geerts i Van der Tuin, 2013), si entenem l'agència dins de la relacionalitat digital que ofereix el nostre cas d'estudi, i la responsabilitat com a «capacitat de donar resposta» (Haraway citada per Revelles Benavente y González, 2018) al conflicte en la temporalitat política compartida que té el conflicte actualment. Així doncs, l'article es desenvoluparà en una primera part teòrica, seguida del disseny metodològic i d'una anàlisi del cas d'estudi segons una etnografia del *hashtag* (Rosa i Bonilla, 2015), enfocada principalment en una anàlisi material-discursiva guiada pels tres conceptes empírics-metodològics mencionats més amunt. L'article conclou amb unes propostes d'intervenció afirmativa que puguin proporcionar capacitats de resposta que no colonitzen el cas de #BringBackOurGirls. La política afirmativa de Rosi Braidotti (2015) és una estratègia posthumana que insta a la recerca de llocs de resistència activa, però no destructiva. Una resistència on es materialitzen espais empoderadors

i no la capacitat de «donar agència» a determinats elements (humans i no humans) d'un conflicte concret. Una política afirmativa que persegueix una transformació social i ètica basada en la relació mútua i no en una disrupció jeràrquica que derive en noves ontologies jeràrquiques.

INTRASECCIONALITAT: PENSAR A TRAVÉS DEL CONCEPTE DE XIQUETA EN LES XARXES SOCIALS.

L'any 1990, Rosi Braidotti ens explica que la diferència, entesa com a multiplicitat i no com a absència d'alguna cosa respecte d'un model binari (vegeu la dona com a «no home»), té dos nivells diferents: diferència entre homes i dones, i diferència entre les dones, cosa que trenca amb la conceptualització unívoca del concepte de «dona» dins de la teoria feminista i per al moviment polític en general. No obstant això, com assenyala Mandrona (2016), les xiquetes són també diferents de les dones, motiu pel qual podríem afegir un nivell més a la proposta de Braidotti per a entendre les diferències ontològiques que existeixen entre xiquetes i dones. Segons Chilwa i Ifukor (2015), les xiquetes segrestades a l'escola de Chibok tenien entre 14 i 18 anys, i en el context en què es troben això suposa que per a la seua cultura algunes ja siguen considerades com a mares en potència. Infantilitzar la situació d'aquestes dones —que des d'un patró occidental continuarien sent xiquetes— permet el contradiscurs que ataca per igual el govern de Nigèria i el grup terrorista: cal rescatar aquestes xiquetes. No obstant això, no podem entendre el discurs viral de la campanya des d'aquesta lògica occidental, ja que estariem victimitzant i postcolonitzant les xiquetes que són el centre de la campanya mediàtica des de tres nivells diferents:

- 1 Per a les feministes i ONG que promouen el seu alliberament
- 2 Per al govern de Nigèria que les necessita per a poder recuperar la legitimitació perduda davant la cultura global

3 Per al grup terrorista que les utilitza com a moneda de canvi dins la representació mediàtica internacional.

La teoria feminista contemporània s'empara en el concepte d'interseccionalitat per a poder analitzar i explicar aquestes diferències. No obstant això, més que com una eina capaç d'assenyalar diferències clarament categoritzades, la teoria contemporània intenta anar un pas més enllà. Segons Cho, Crenshaw i McCall (2013: 788), la interseccionalitat és «una eina analítica que captura i es relaciona amb dinàmiques de poder contextuals [...] és un punt nodal que reuneix investigacions amb finals oberts de les següents dinàmiques (considerades conflictives i superposades): raça, gènere, classe, sexualitat, nacionalitat i altres desigualtats». Així doncs, la defineixen com un punt de partida per a fer més complexes les dinàmiques socials en què diferents factors d'opressió interfereixen en el desenvolupament del fenomen sociològic en qüestió.

Adicionalment, l'enfocament interseccional també possibilita l'opció de començar pel treball empíric per a poder teoritzar sobre les dades esmentades (Cho, Crenshaw i McCall, 2013: 792). Així doncs, si tenim en compte la suspensió temporal del present que implica l'anàlisi de les xarxes socials (Coleman, 2018), partir des d'una teoria prèvia que expliqui el marc en què es produeixen uns resultats sense colonitzar-los pareix, si més no, paradoxal. No obstant això, com hem avançat per mitjà de la genealogia discursiva de la campanya, la representació lingüística és unívoca, una crítica a la perspectiva interseccional prou comuna dins de la teoria feminista contemporània. Per exemple, Evelien Geerts i Iris Van der Tuin denuncien que aquest enfocament pot caure en trampes representacionalistes (2013) en què la intersecció de determinades categories socials es presenta com un component actiu de la investigació, mentre que els subjectes participants es converteixen en components passius.

Potser aquesta campanya digital podria considerar-se un exemple clar de les conseqüències d'aquesta lec-

tura interseccional representacionalista. Els tres nivells mediàtics que es concentren en el concepte de xiqueta per a desenvolupar la campanya cauen precisament en aquesta representacionalitat i promouen unes pràctiques polítiques molt concretes en la cibercampanya, com veurem més endavant. Part del projecte que presentem en aquest monogràfic consisteix a desenvolupar entrevistes semiestructurades sobre el tema amb agents experts i expertes locals. Una dels nostres informadors ens va comentar que campanyes digitals com #BringBackOurGirls també havien convertit el cos de les xiquetes de Chibok en un element material i simbòlic imprescindible per al grup terrorista, ja que eren una «moneda de canvi» amb la premsa internacional, de manera que no alliberarien mai les xiquetes que encara segueixen i segueixen segrestades. Per tant, com a part de la metodologia d'investigació d'aquest projecte, i part de la metodologia d'aquest article, sospesem la possibilitat de considerar principis actius de la interseccionalitat (vegeu la interrelació de diferents identitats per a definir un determinat grup) entrelaçats amb el node (o la plataforma) en la qual se sosté l'enfocament interseccional de Crenshaw. Aquest node seria la campanya digital i una noció de xarxes socials com a suspensió del present. D'altra banda, el nostre enfocament també s'allunyaria d'enfocaments relacionats amb els coneixements subjugats de Sandra Harding (1986) per a poder activar coneixements situats (Haraway, 1988) que tinguen com a punt de partida l'agència relacional d'aquestes xiquetes i no només una posició com a víctimes que han de ser protegides per les feministes blanques.

D'aquesta manera, proposem explicar les expressions corporals i afectives de la campanya des d'una perspectiva que advoque per les relacions —físiques i digitals— i no per les personificacions o cosificacions de determinades imatges. Maxfield (2016: 885) ens adverteix que «les expressions digitals van formar part d'una realitat més àmplia, i que, per tant, estaven implicades en les seues pròpies històries i sistemes de poder». Així doncs —continua Maxfield (2016: 885)— en determinades ocasions la genealogia del conflicte i la presentació que se'n fa en els

mitjans de comunicació atorga l'agencialitat a figures del Nord Global, com la directora de cine Ramaa Moseley, ja que les persones nigerianes entraven en el nostre imaginari com «les xiquetes del pòster» en compte de com a altaveus de les seues pròpies paraules (Maxfield, 2016: 891). Aquesta intraseccionalitat proposa l'anàlisi de moments concrets, la relació que tenen per a alterar els conceptes prèviament descrits i com aquesta anàlisi ofereix una intervenció afirmativa dins del disseny i la difusió de les cibercampanyes amb objectius feministes. És una intervenció afirmativa perquè en compte de centrar-nos en els possibles obstacles que aquest tipus de campanyes poden suposar per al feminisme (vegeu Maxfield, 2016, per exemple), analitzarem moments relacionals que siguin capaços d'oferir respostes (responsabilitat segons Haraway).

TWITTER: UN ESPAI EMPODERADOR DE POLÍTQUES AFIRMATIVES?

Segons Sassen (2016: 173), «els mitjans digitals són fonamentals per als [i les] activistes arrelades en espais físics determinats i centrats en assumptes locals que es connecten amb grups semblants d'altres parts del món». Una de les funcions principals dels tuits que identifiquen Xu i Zhou (2020: 89) és la demarcació ideològica d'una persona individual dins d'un espai discursiu, que —afegim— és col·lectiu. Així, podem comprovar com espais físics i espais discursius convergeixen en determinats patrons que proporcionen explicacions locals i globals de determinats fenòmens contemporanis. En aquest sentit, Twitter actua com un catalitzador on convergeixen diverses identitats amb posicions geopolítiques diferents. A l'hora de l'aproximació metodològica d'aquesta xarxa social, se solen utilitzar enfocaments quantitius ajudats per programaris tecnològics (per exemple, Xu i Zhou, 2020; Rosa i Bonilla, 2015, etc.). No obstant això, en el present article volem emfatitzar dos moments concrets de Twitter per a poder establir patrons discursius representacionalistes que vertebren una concepció occidental i postcolonial dels conceptes empírics i epistemològics abans indicats.

Amb aquest objectiu, no només analitzarem els tuits més recurrents dels períodes mencionats, sinó que també ens endinsarem en les imatges que es produeixen. La visualitat i la discursivitat són dos components fonamentals de la plataforma, ja que les imatges tendeixen a desenvolupar un perfil determinat sobre allò que representen (Whitty et al., 2018) i ho fan d'una manera més ràpida que el text i potser amb un marge d'interpretació més ampli.

Quan hem contextualitzat el conflicte, hem presentat el suggeriment de Mandrona (2016) que ens instava a canviar els imaginaris per a poder afrontar les múltiples relacions patriarcals que naixien entre violència, xarxes socials, terrorisme i xiquetes. En aquest article presentem aquesta campanya per a poder proposar nous imaginaris precisament perquè aquest moment «va canviar el col·lectiu imaginari del públic global i va afavorir el suport a la campanya, que va adquirir una ràpida visibilització» (Njoroge, 2016: 312). La campanya va nàixer gràcies als pares, mares i activistes nigerians i nigerianes que percebien una falta d'acció per part del govern nigerià (Njoroge, 2016: 312). Així doncs, ens demostra que aquesta campanya va nàixer a l'àmbit local, a partir de l'agència relacional d'un grup de persones unides per vincles afectius, generalment centrats en vincles familiars i de gènere. Quan la campanya va saltar a l'àmbit global, l'agència local va desaparèixer i es va convertir en una arma de doble tall per al grup terrorista, que la va utilitzar com a moneda de canvi amb el govern nigerià, la premsa i l'atenció internacional. Aquesta atenció internacional va posar de manifest dos factors fonamentals: en primer lloc, la incapacitat del govern nigerià per a gestionar les seues pròpies crisis (Njoroge, 2016: 321); i en segon lloc, la necessitat d'una intervenció postcolonialista per part d'altres països (com podrien ser els Estats Units), fet que va deslocalitzar el problema per complet. Quan deslocalitzem el problema, ens centrem en els factors lingüístics representacionals dels mitjans de comunicació i perdem de vista l'agència que podria comportar un enfocament relacional que destacara l'experiència individual i incloguera la veu de les dones sobre les quals recau la campanya.

Facebook i Twitter —junt amb Instagram— són dos xarxes socials prou connectades, ja que el *hashtag* (#) permet publicar al mateix temps en Facebook i Twitter, tot que en aquest últim hi haja una limitació de 140 caràcters. Njoroge (2016) fa una anàlisi discursiva prou exhaustiva dels orígens de la cibercampanya —i es centra més en Facebook— que ens permet identificar els quatre punts temàtics que ella considera més importants al començament: «Educació per a xiquetes, denúncia del tràfic humà, opressió religiosa i el poder femení (*womenpower*)» (Njoroge, 2016: 320). Aquesta tematització busca identificar un discurs feminista en la cibercampanya i, malgrat això, l'autora identifica importants obstacles, com ara el fet que la manera d'empoderar les xiquetes siga a través de l'educació, per proporcionar-los un pensament crític. No obstant això, no és una educació occidental, sinó una educació en què el context és una regió concreta de Nigèria que està molt lluny de ser la capital del país o la zona sud (més desenvolupada segons els paràmetres occidentals). En lloc de pretendre empoderar les xiquetes víctimes del conflicte, caldria trobar espais agencials —físics, polítics i simbòlics— que proporcionen a les xiquetes del nord de Nigèria una capacitat de resposta en el dia a dia. La cibercampanya ha d'estar acompanyada per una anàlisi dels moments del present —suspès, entesa aquesta suspensió com la relació entre passat, present i possible futur que puguen tindre aquestes xiquetes— que puguen relacionar-se amb accions afirmatives per a aquestes xiquetes.

L'ANÀLISI DEL CONFLICTE: QUI CAL RECUPERAR?

El compte oficial de Twitter de la campanya que aporta el focus empíric d'aquest article és #BringBackOurGirls i, en lloc de per una anàlisi quantitativa, hem optat per una anàlisi qualitativa de dos moments concrets al compte per a apreciar el dinamisme i les diferents intensitats que es produeixen en el que podria constituir una personalitat virtual que activa el moviment de protesta per a rescatar aquestes xiquetes. El setembre de 2019 el compte tenia un tuit fixat —que és el primer tuit que apareixerà en el

mur de notícies cada vegada que s'entre a la pàgina oficial— del 14 d'abril de 2019, coincidint amb el cinquè aniversari del segrest de les xiquetes de Chibok. En el tuit podem llegir el següent:

It is now 5 years since the abduction of 276 #ChibokGirls from school. For #5YearsTooLong, 112 #ChibokGirls have remained in captivity. This tragedy is the #ShameOfANation. Our demand today is the same as it was 5 years ago - #BringBackOurGirls now & alive.⁷

Aquest tuit ens informa de la temporalitat del segrest, l'origen i del fet que quasi la mitat de les joves —112 de 276— encara segueixen segrestades, cosa que suposa «la vergonya d'una nació» (*shame of a nation*). La recopilació de tuits pot desaparèixer en funció de l'abast (Rosa i Bonilla, 2015) i aquest compte oficial de Twitter té més de 3.400 seguidors, de manera traçar el seu inici i poder recopilar els tuits que s'han publicat seria impossible. Una etnografia del *hashtag* que ens mostre els passos inicials de la campanya no seria viable.

No obstant això, hi ha una segona opció per a poder marcar l'ontologia d'aquesta cibercampanya: discursos institucionals —acadèmics, dels mitjans, literaris— que tracen paral·lelismes entre la repercussió de l'inici de la campanya i la campanya a hores d'ara. Així doncs, hem desenvolupat una crítica del discurs feminista (FCDA) (Lazaar, 2007) que ens

7 Tal i com fan Yarimar Bonilla i Jonathan Rosa (2015) en la nota a peu de pàgina 1 de llur article, aquest article inclourà publicacions i tuits procedents del compte oficial de Twitter #BringBackOurGirls. A causa de la llei de protecció de dades, se sotmetran a un procés d'anonimització per a evitar incloure el nom d'usuàries i usuàries. Utilitzarem els noms reals únicament en el cas que s'hagen fet virals o siguin reproduïts pels mitjans o per personatges públics. Com bé expliquen aquests autors, de vegades els tuits s'eliminen, però això no els eximeix de contribuir al coneixement científic. També fan referència a la naturalesa d'aquestes dades, que sovint s'utilitzen amb objectius comercials per part de corporacions com Facebook o Twitter de forma qüestionable des del punt de vista ètic. Aquest article i aquest projecte no tenen una finalitat comercial, sinó que el seu únic objectiu és contribuir a la producció de coneixement amb un objectiu social. https://twitter.com/bbog_nigeria?lang=es. Últim accés: 01/09/2019.

ajude a analitzar tots els tuits acumulats durant l'últim mes de recull d'anàlisi d'aquest projecte, que és l'agost de 2019. La FCDA és una tècnica qualitativa que ens permet analitzar discursos —visuels, lingüístics, contextuals, etc.— posant com a eix transversal un concepte de gènere que emmarca les jerarquies de poder amagades en els discursos. Poder contrastar la genealogia del discurs (analògica i digital) amb l'actualitat (situació actual) ens permet veure el desenvolupament de la campanya per a dissenyar una línia d'actuació efectiva en la planificació de l'ús de xarxes socials amb l'objectiu de fomentar l'activisme social.

En el següent epígraf durement a terme una anàlisi qualitativa que ens permeta identificar l'origen del moviment que explicava Oby Ezekwesili anteriorment, contextualitzat per la genealogia del conflicte. Per a poder atendre eixa suspensió del present, serà necessari intercalar una FCDA del tuit fixat, ja que estableix l'origen del conflicte dins de la cibercampanya, així com de l'activitat en aquesta plataforma en concret durant l'últim mes, composta per trenta-nou tuits procedents de dos perfils públics molt concrets. Com a mostra dels tuits originats en prendrem un de cada perfil per a identificar quin és el punt de partida teòric i metodològic que segueix el compte de Twitter actualment, cinc anys després del conflicte.

EL CONFLICTE HUI: QUI CAL RECUPERAR?

Seguint la tècnica de la FCDA, cal posar com a eix vertebrador de la nostra anàlisi el concepte de gènere, que en el nostre cas concret està clarament demarcat per la simbolització o representació lingüística que es fa de les xiquetes, de manera que es converteix en una plataforma, però no en l'objecte del «rescat» que identificàvem en la introducció d'aquest article. Han passat cinc anys des que es va produir el segrest i encara hi ha xiquetes que segueixen desaparegudes i que segurament ja no seran xiquetes. No només han passat prou anys com per a superar l'edat oficial occidental d'adolescent a adulta (18 anys), sinó que també

han viscut una sèrie d'experiències afectives que les allunyen del moment del segrest.

Si prenem com a mostra els últims 39 retuits que acumula aquest compte durant el mes d'agost de 2019, podem dir que l'activitat del compte podria ser mitja-alta, ja que genera més d'un tuit diari, i que la gran majoria dels tuits provenen de dos personalitats d'origen i interessos molt diferents: Rosa Muñoz i Frederica Wilson. Si pensem en l'origen del conflicte i en el gran nombre de personalitats que es van sumar al principi, podem veure diverses cares conegudes. Com indicava Sassen al començament d'aquest article, les cibercampanyes s'originen a través d'accions locals i es converteixen en globals a causa de la multiplicació de determinats actes. No obstant això, la multiplicació dels actes d'aquesta campanya ha estat fortament marcada per la individualització del conflicte, és a dir, pel suport a la campanya per part de personatges públics reconeguts del Nord Global. Tot i així, «tindre gent com Michelle Obama o David Cameron sostenint un eslògan amb cara de preocupació no soluciona res. Nosaltres, la gent, utilitzem un *hashtag* perquè no tenim el poder que aquests líders tenen. Vull gent que influeixi per a actuar i no gent que actualitzi el seu estat» (Chiluwa i Ifukor, 2015: 285).

Frederica Wilson, representant del congrés pel partit demòcrata a Califòrnia, utilitza aquest conflicte i de vegades el compara amb el moviment #BlackLives-Matter. No obstant això, no podem oblidar que la diferència religiosa, geogràfica i de gènere —és a dir, la diferència interseccional entre el dos casos— provoca una escissió difícilment superable per a dur a terme una anàlisi exhaustiva d'ambdós conflictes. Frederica Wilson, com a dona afrodescendent representant de la classe política dels Estats Units del partit polític encapçalat pel primer president afrodescendent del país, necessita una causa política que no la identifique amb el focus del conflicte. Les situacions són completament distintes, però la representació mediàtica d'ambdós conflictes és molt paral·lela. Utilitzar aquesta campanya contra el que ella defineix com «una crisi humanitària» li permet posicionar-se dins

Figura 3 Captura de pantalla del compte oficial del 25 d'agost de 2019.

d'uns valors d'esquerres que no comprometen la política del seu país. És a dir, pot actualitzar el seu estatus sense necessitat de comprometre's amb la causa. És un exemple del criticat *slaktivisme* i d'un enfocament interseccional representacionalista per part dels mitjans de comunicació i del funcionament d'aquestes xarxes socials.

D'altrabanda, la figura més activa de #BringBackOurGirls és Rosa Muñoz, que publica quasi diàriament quants dies han passat des que van desaparèixer aquestes xiquetes. En aquest cas no ens trobem davant una persona que podria ostentar el poder del qual parlàvem, però sí d'una persona que perpetua el mateix discurs des de fa cinc anys i representa el cos d'unes xiquetes que actualment tenen entre 15 i 23 anys, cosa que reproduceix la suspensió del present que causen les xarxes socials (Coleman, 2018).

Si relacionem l'activitat contemporània de la xarxa amb les teories que emmarquen aquest article, trobem una interseccionalitat representacionalista dins del concepte occidental de xiqueta i una ma-

nifestació bastant pronunciada del criticat *slaktivisme*. Per tant, podríem dir que el present de la cibercampanya no és molt procliu a trobar una solució al conflicte. Les xarxes socials són eines de difusió que catalitzen una informació determinada, com ja hem analitzat anteriorment, però cal situar eixa informació que catalitzem per tal de promoure capacitats de resposta relacionals.

DESENVOLUPAR POLÍTIQUES AFIRMATIVES FEMINISTES

Tenint en compte la complexitat del fenomen descrit, com dissenyar cibercampanyes que siguin feministes i que no caiguen en les xarxes del neoliberalisme, del postcolonialisme, o fins i tot, del terrorisme?

Aïllar l'estructura de les xarxes socials com a tal no és una tasca fàcil ja que, en el moment en què fem viral un tuit —i això s'aconsegueix a través de la individualització amb figures públiques— correm el risc de potenciar també l'adversari, o l'«altre» que estem intentant denunciar. Com bé afirma Sassen

Figura 4 Captura de pantalla del compte oficial del 27 d'agost de 2019.

(2016: 177), «els resultats no són unidireccionals i homogenis, sinó que es mesclen, es contradueixen i presenten ressaltos».

Així doncs, proposem un marc ontoepistemològic, metodològic i polític des del qual enquadrar les nostres aproximacions per a poder fer front a la complexitat des de la multiplicitat i no des de la lògica de causa i efecte que ens limita. Els principals elements destacables que pareixen sustentar el nostre estudi són el feminisme occidental, la categorització del concepte de xiqueta, i la política com a proposta dualista negativa. Necessitem el feminisme com a plataforma en la conceptualització d'aquestes campanyes, però necessitem un feminisme global, situat i que s'adherisca als problemes estructurals a què ens enfrontem. Njoroge (2016) adverteix que el postfeminisme creat des d'Occident fa que de vegades s'eliminen els assumptes de gènere per estar ja «aconseguits» i promou un feminisme neoliberal il·lusori en què la dona ja pot fer el que vulga. Evidentment, aquest feminisme no és només il·lusori a Orient i al sud, sinó també al Nord Global i a Occident. Aquest

feminisme naix de la lògica dualista que predica sobre la norma, motiu pel qual es converteix en el reforç de la norma, com ja advertia Butler els anys noranta amb *Gender Trouble*.

El mateix ocorre amb el concepte d'empoderament. De nou, Njoroge (2016) es pregunta què implica realment aquesta noció d'empoderament. Considerem que aquesta noció té, almenys, dos conseqüències importants. En primer lloc, de nou la lògica dualista oposicional que insta a buscar l'una i l'altra, és a dir, a una feminista que pugui empoderar una dona o xiqueta (ja definida pel feminisme postcolonial de Spivak o Mohanty, 1988), i, en segon lloc, estructuralment, col·locar les dones o xiquetes en una posició de víctimes o botxines i ens assurem que aquesta categoria existeix com a tal en un problema que és estructuralment patriarcal: les xiquetes no poden rebre una educació i seran moneda de canvi internacionalment i localment.

El segon element destacable és el concepte de xiqueta i la necessitat d'enfocar-lo des del marc intra-

seccional apuntat abans. Primerament, cal contextualitzar aquestes dones en la seua situació geogràfica i religiosa concreta. És a dir, hi ha determinades lleis que són diferents al nord-est de Nigèria, ja que, per exemple, els matrimonis polígams d'un home amb diverses dones estan permesos i les dones no poden posseir terres. No obstant això, troben altres mitjans per a ser suports econòmics dins la llar (International Crisis Group, 2016). A més, un informe creat pel grup International Crisis també confirma que, tot i que el cos de les dones és un territori actiu en conflictes internacionals, religiosos i bèl·lics, el nord-est de Nigèria es va negar a firmar que els 18 anys foren l'edat legal perquè les dones puguen casar-se (International Crisis Group, 2016: 3).

Així doncs, el concepte de xiqueta dista molt de la nostra concepció occidental, ja que, tenint en compte que tenien entre 14 i 18 anys quan es va produir el segrest i que ja han passat cinc anys des de l'origen del conflicte, la realitat que tinguen ara pot ser molt diferent. Restaurar aquest discurs a través de les xarxes socials infantilitza un conflicte que en aquest moment va més enllà del segrest inicial de 2014. Ara mateix aquestes xiquetes ja són dones que s'han adaptat a les transformacions de la seua situació inicial i que s'han d'analitzar utilitzant un enfocament distint. Les ciber campanyes feministes que es prolonguen en el temps no poden fer-ho representacionalment, necessiten modificacions. Perpetuar la infantilització del conflicte restaura les estructures patriarcales d'eixa zona de Nigèria i del feminisme en general.

En aquest article proposem un feminisme afirmatiu basat en les estratègies de polítiques afirmatives que apunta Braidotti (2015) i que s'implique en la genealogia del conflicte utilitzant una relacionalitat agencial que diluïska el passat amb el present. Aquestes polítiques afirmatives posen com a punt de partida una relació en què les dones no són ni heroïnes ni víctimes de la seua situació, sinó que comparteixen una sèrie d'espais on poder efectuar actes de resistència contra un poder opressor glocalment situat. És a dir, situant la genealogia del conflicte (com hem fet anteriorment) i atenent a una ecologia de la cultura que

comprenga els elements físics i analògics d'aquesta ciber campanya, cal contrastar constantment els nostres marcs conceptuals des d'Occident tant com la temporalitat del conflicte i les situacions que genera. Fins i tot el govern nigerià va arribar a afirmar que temia que agents de Boko Haram s'hagueren introduït en l'estructura política (Njoroge, 2016). Aquest conflicte ha situat el govern de Nigèria en el punt de mira per la seua incompetència, fet que, al mateix temps, provoca que es tanque a una ajuda internacional per por a polítiques intervencionistes. No obstant això, el conflicte patriarcal de Chibok ha posat de manifest la necessitat de trobar marcs globals per a poder ajudar en aquestes situacions. Potser caldria reorientar les nostres estratègies per a centrar el disseny de la ciber campanya en les distintes dones que conformen el nord-est de Nigèria, ja siguin figures polítiques, literàries, mediàtiques o fins i tot dins del grup terrorista Boko Haram per a intentar partir des de la seua experiència de vida i no des de la nostra conceptualització occidental.

Aquest disseny de campanya ha permès que tinguera una repercussió internacional, però també ha dificultat la resolució del conflicte en el moment en què es va fer viral de l'àmbit local al global. És ací on el feminisme contemporani ha d'extremar la precaució per tal d'evitar aquest tipus d'errors en el desenvolupament de les ciber campanyes. El fet d'individualitzar el conflicte en determinades cares públiques (Michelle Obama, David Cameron) per a promoure veus i de sostindre la imatge occidental de xiqueta a través de la seua individualització amb els pòsters ha emfatitzat eixa simbolització de la moneda de canvi. Una aposta relacional posaria en marxa mecanismes que eviten aquestes individualitzacions, que manifesten interseccionalitats representacionalistes i que, en definitiva, promouen un conflicte social deslocalitzat que deslegitima els agents locals.

CONCLUSIONS

Ezekwesili (2014, min. 13) ens explica que quan hi ha problemes estructurals calen solucions estruc-

turals. La violència de gènere en zones de conflicte és un problema estructural que depèn de múltiples capes socioculturals i que no es pot simplificar amb lògiques de causa i efecte. Les xarxes socials poden ser agents de canvi social sempre que les estratègies i el disseny s'enfoquen des d'una perspectiva de gènere. Al llarg d'aquest article hem vist la necessitat de fugir d'enfocaments generalistes i mirades occidentals per a poder entendre un conflicte que, lluny de ser un fet aïllat que es va produir fa cinc anys, es perpetua davall diferents estètiques en la societat contemporània.

El cos de les dones continua sent una moneda de canvi per als grups terroristes, les institucions polítiques i fins i tot per als mitjans de comunicació. La violència de gènere contra dones, xiquetes i cossos que s'identifiquen amb el gènere femení és una constant en la nostra societat, ja siga occidental, oriental, del nord o del sud. El panorama mediàtic contemporani ofereix un ventall de casos prou alarmants que s'incrementen amb l'extensió d'una ideologia extremista de dretes de llarg a llarg del globus terraquí.

A través del recorregut que ens ha oferit el projecte i de l'oportunitat d'aquest article, emfatitzem la idea que sosté Maxfield (2016: 889), segons la qual «les expressions digitals van ser [i són] part d'una

realitat més àmplia, i que, per tant estan implicades en sistemes i històries de poder». Conèixer un conflicte implica situar-lo geogràficament, espacialment i temporalment i poder relacionar-lo amb els subjectes que són el punt de partida del conflicte. Les cibercampanyes són bones plataformes per a alçar la veu, però aquestes veus no haurien de ser més fortes que la pròpia història de les persones que estan involucrades. Així doncs, cal tindre en compte elements com la individualització de la campanya, la representació mediàtica del cos femení, la categorització de les persones implicades que pateixen el catalitzador del conflicte i una estratègia política que es base en l'afirmació i no en la negació o en els poders duals d'empoderament postcolonial.

D'altra banda, aquest recorregut també ens mostra diferents camins per a poder fer front al problema de la violència de gènere a través de les xarxes socials. El desenvolupament d'aquesta campanya i els successos geopolítics que han tingut lloc mentrestant ofereixen resultats que, lluny de ser clarificadors, poden fer l'assumpte més complex. Si pensem en futures cibercampanyes per a previndre la violència contra les dones, haurem de pensar en les estratègies que cal seguir per a donar el pas de l'àmbit local al global i en com i què fem viral en el moment del seu origen, així com en una revisió mediàtica la campanya si el conflicte es prolonga en el temps.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Ajoke's Diary (17 de setembre de 2014). *Oby Ezekwesili Talks on #Bringbackourgirls*. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=cRTVEkBnoCk>
- Bonilla, Y. i Rosa, J. (2015): #Ferguson: Digital Protest, Hashtag Ethnography, and the Racial Politics of Social Media in the United States. *American Ethnologist. Journal of the American Ethnological Society*, 42(1), 4-16.
- Braidotti, R. (2015). Posthuman Affirmative Politics. En S. Wilmer i A. Zukauskaité, (ed.), *Resisting Biopolitics: Philosophical, Political and Performative Strategies* (p. 30-56). Londres: Routledge.
- Braidotti, R. (1990). *Nomadic Subjects: Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory*. Nova York: Columbia University Press.
- Compte oficial de Twitter de #BringBackOurGirls [@BBOG_Nigeria] (n.d). Recuperat l'1 de setembre de 2019 https://twitter.com/BBOG_Nigeria

- Chiluwa, I. i Ifukor, P. (2015). 'War against Our Children': Stance and Evaluation in #BringBackOurGirls Campaign Discourse on Twitter and Facebook. *Discourse and Society*, 26(3), 267-296.
- Cho, S., Crenshaw, K. i McCall, L. (2013). Toward a Field of Intersectionality Studies: Theory, Applications and Praxis. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 38(4), 785-810.
- Coleman, R. (2018). Theorizing the Present: Digital Media, Pre-emergence and Infra-structures of Feelings. *Cultural Studies*, 32(4), 600-622.
- Colman, F. (2020). Feminising Politics: Notes on Material and Temporal Feminist Modal Logics in Action. *Matter: Journal of New Materialist Research*, 1(1), 1-22. DOI: 10.1344/jnmr.v1i1.29895
- Colman, F. (2014). Feminidad digital: Predicación y medida, informática materialista e imágenes. *Artnodes: Revista de arte, ciencia y tecnología*, 14, 7-17.
- Channels Television (15 de març de 2014a). *Documentary: Oby Ezekwesili at the APC National Summit. Pt1*. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=ePeMkCA-5nU>
- Channels Television (15 de març de 2014b). *Documentary: Oby Ezekwesili at the APC National Summit. Pt2*. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=KUPBA6MZV2I>
- Geerts, E. i Van der Tuin, I. (2013). From Intersectionality to Interference: Feminist onto-Epistemological Reflections on the Politics of Representation. *Women's Studies International Forum*, 41(3), 171-178. DOI: 10.1016/j.wsif.2013.07.013
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575-599.
- Harding, S. (1986). *The Science Question in Feminism*. Ithaca i Londres: Cornell University Press.
- International Crisis Group (2016). *Nigeria: Women and the Boko Haram Insurgency*. Africa Report, 242. Recuperat de <https://www.crisisgroup.org/file/4073/download?token=EDOh-MNR>
- Mandrona, A. (2016). Ethical Practice and the Study of Girlhood. *Girlhood Studies*, 9(3), 3-9.
- Massumi, B. (2005). Fear (the spectrum said). *Positions: East Asia Cultures Critique*, 13(1), 31-48.
- Maxfield, M. (2016). History Retweeting Itself: Imperial Feminist Appropriations of "Bring Back Our Girls". *Feminist Media Studies*, 16(5), 886-900.
- Mohanty, S. (1988). Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses. *Feminist Review*, 30(1), 61-88.
- Lazaar, M. (2007). Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141-146.
- Njoroge, D. (2016). Global Activism or Media Spectacle? An Exploration of 'Bring BackOurGirls' Campaign. En B. Mutsvairo (ed.), *Digital Activism in the Social Media Era: Critical Reflections on Emerging Trends in Sub-Saharan Africa* (p. 311-325). Suïssa: Pallgrave MacMillan.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. i Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. Londres: Sage Publications.
- Revelles-Benavente, B. i González, A. M. (eds.) (2017) *Teaching Gender: Feminist Pedagogies and Responsibilities in Times of Political Crisis*. Londres i Nova York: Routledge.
- Sassen, S. (2017). Interaccions d'allò tècnic i d'allò social. Formacions digitals dels poderosos i dels sense poder. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 131(1), 163-180.
- Van der Tuin, I. (2015). *Generational Feminism: A new Materialist Introduction to a Generative Approach*. Londres: Lexington Books.
- Whitty, M., Doodson, J., Creese, S. i Hodges, D. (2018). A Picture Tells a Thousand Words: What Facebook and Twitter Images Convey about our Personality. *Personality and Individual Differences*, 103, 109-114.
- Xu, S. i Zhou, A. (2020). Hashtag Homophily in Twitter Network: Examining a Controversial Cause-related Marketing Campaign. *Computers in Human Behaviour*, 102, 87-96.

NOTA BIOGRÀFICA

Beatriz Revelles-Benavente és professora ajudant doctora del departament de Filologies Anglesa i Alemanya de la Universidad de Granada i professora del Màster Erasmus Mundus GEMMA: Estudis de les Dones i de la Literatura de Gènere de la Universitat de Granada. És coeditora de la revista científica *Matter: Journal of New Materialist Research* i del llibre titulat *Teaching Gender: Feminist Responsibilities and Pedagogies in Times of Political Crisis*, publicat per l'editorial Routledge (2017).

