

15/07/2022

## Gestió i organització de perfils activistes amb identitat col·lectiva a les xarxes socials



Les xarxes socials han facilitat l'auge de l'activisme digital, però les lògiques individualistes i el gran ritme de publicació dificulten la unitat del moviment feminista. Investigadores de la UAB han analitzat la organització de comitès feministes a les xarxes socials per analitzar-ne les problemàtiques i generar perfils col·lectius.

Celina Navarro i Gemma Gómez-Bernal

Les formes d'articulació de les xarxes socials han afavorit les capacitats de difusió, connexió i abast de l'activisme feminista digital, que troba un dels seus màxims exponents al #8M (Dia Internacional de la Dona), convertit en un moviment clau. Els alts índexs de participació a Espanya en les mobilitzacions feministes a partir del 2017 van derivar en la creació de nombrosos comitès organitzadors a tot el territori, la presència i l'acció dels quals es va estendre als entorns digitals.

A través dels resultats obtinguts a partir de la realització d'entrevistes a activistes de les diferents comissions el 2019 i 2021, i l'anàlisi dels continguts publicats als perfils de Facebook, Twitter i Instagram de cada comitè, l'estudi investiga les maneres organitzatives i comunicatives d'aquests grups feministes a les plataformes socials. Això ha permès indagar sobre com les organitzacions activistes estableixen protocols per a la publicació conjunta a les xarxes socials i com es caracteritzen les dones que porten el pes d'aquestes activitats digitals.

Tot i les oportunitats anotades sobre l'ús de les xarxes socials, aquestes plantegen nous escenaris i reptes per als nous grups feministes, organitzats digitalment per dones amb perfils d'edat i alfabetització tecnològica diversa. En aquests entorns, el sentit tradicional de col·lectivitat i unitat característic d'aquestes organitzacions entra en conflicte amb la naturalesa individual de les plataformes socials, basades en perfils propis i personals i amb unes dinàmiques altament demandants, volàtils i efímeres, les quals dificulten l'establiment d'uns procediments i directrius de publicació unificades.

L'alt ritme i constant intercanvi de continguts en aquestes plataformes en dificulten l'ús col·lectiu i representen una alta responsabilitat per a un grup reduït de dones que acaben decidint què, com i quan es publica als perfils de les organitzacions.

Tanmateix, aquests comitès consideren la presència en línia com un punt essencial i s'identifiquen certes línies de contingut comunes. D'aquesta manera, la transmissió d'accions i activitats fora de les xarxes, la comunicació d'informació relacionada amb la vaga del Dia Internacional de la Dona, la transmissió de coneixement i la publicació de contingut compartit en altres mitjans de comunicació, se situen com els eixos principals de l'activitat en línia d'aquests comitès.

Per tot això, les xarxes socials han esdevingut una ajuda i alhora un obstacle per a les organitzacions feministes. Aquestes són indispensables per fer arribar els missatges i les activitats dels grups feministes a un alt nombre de persones i generar una gran mobilització, però, alhora, l'estructura i la dinàmica d'aquestes plataformes dificulten la transmissió d'un missatge i d'identitat unitaris.

#### **Celina Navarro i Gemma Gómez**

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Universitat Autònoma de Barcelona

[celina.navarro@uab.cat](mailto:celina.navarro@uab.cat)

#### **Referències**

Navarro, C. & Gómez-Bernal, G. (2022). **The Use of Social Media by Spanish Feminist Organizations: Collectivity From Individualism.** *Media and Communication*, 10(2), 93-103. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5109>

[View low-bandwidth version](#)