

Posverdad y victimización en Twitter ante el caso de La Manada: propuesta de un marco analítico a partir del testimonio ético

Sonia Núñez Puente¹; Diana Fernández Romero²

Recibido: Mayo 2019 / Revisado: Junio 2019 / Aceptado: Junio 2019

Resumen. La misoginia en red ha propiciado que el activismo feminista en España se haya visto obligado a competir por el espacio discursivo en redes sociales. La disputa por el lugar de la víctima de violencia de género en la Red conlleva la pugna por el testimonio de la violencia que, a su vez, se polariza a través del dispositivo discursivo de la posverdad. A partir de la operacionalización del testimonio ético (Oliver, 2001, 2004) proponemos un marco analítico que nos permita indagar en la construcción discursiva de los *hashtags* #YoSiTeCreo y #YoNoTeCreo que surgieron como respuesta al juicio y a la sentencia del caso considerado como abuso sexual por parte de La Manada. Considerando los dos espacios discursivos generados mediante los dos *hashtags*, a partir del marco analítico propuesto se podría sostener que el discurso que surge a partir de #YoSiTeCreo consigue activar una respuesta política creando comunidades afectivas feministas de resistencia mediadas digitalmente por el “hashtag feminism” (Khoja-Moolji, 2015). Mientras que #YoNoTeCreo actúa a modo de “victimización agenciadora” (Banet-Weiser, en prensa) que hace pasar por luchas colectivas las demandas individuales con el apoyo de la visibilidad, los afectos y la espectacularización.

Palabras clave: Activismo digital; feminismo; posmachismo; víctima; violencia de género; testimonio ético; posverdad; Twitter; hashtag feminism.

[en] Post-truth and victimization in Twitter in the case of The Wolfpack: a proposal of an analytical framework following the ethical witnessing

Abstract. Online misogyny has caused feminist activism in Spain to compete for discursive space on social media. The dispute over virtual space for the victims of gender-based violence entails a struggle for testifying against such violence, which is, in turn, polarized by the rhetoric of post-truth. Utilizing the operationalization of the ethical testimony, we propose an analytical mode to delve into the discursive construction of the hashtags #YoSiTeCreo (I believe you) and #YoNoTeCreo (I don't believe you) as a response to the trial and sentencing of the self-styled Manada (Wolfpack). We conclude that following the analytical mode of the ethical witnessing the political aspect of the act of giving testimony, and that of receiving it, is activated through the feminist digital practices. Through mediated feminist digital communities of hashtag feminism (Khoja-Moolji, 2015), the hashtag #YoSiTeCreo sparked a political response from the public. On the other hand the hashtag #YoNoTeCreo acts as an example of agentive victimhood (Banet-Weiser, in press) making, through visibility, affect and spectacularization, individual demands equal to collective struggles.

Keywords: Digital activism; feminist; victim; gender-based violence; ethical testimony; post-truth; Twitter; hashtag feminism.

¹ sonia.puente@urjc.es
Universidad Rey Juan Carlos

² diana.fernandez.romero@urjc.es
Universidad Rey Juan Carlos

Sumario. 1. Introducción. 2. Marco analítico. 3. Propuesta de aplicación del marco analítico al caso de La Manada. 4. Conclusiones. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Núñez Puente, S.; Fernández Romero, D. Posverdad y victimización en Twitter ante el caso de La Manada: propuesta de un marco analítico a partir del testimonio ético, en *Investigaciones feministas* 10 (2), 385-398.

1. Introducción

El activismo feminista en España se ha visto abocado a competir por el espacio discursivo en redes sociales provocado por la misoginia en red. La disputa por el lugar y por la identidad de la víctima de violencia de género en la Red conlleva a su vez la pugna por el testimonio de esa violencia y por las tecnologías digitales que lo hacen posible. El dispositivo discursivo de la posverdad está contribuyendo a polarizar un determinado discurso de verdad acerca de quién y cómo se construye en víctima en las redes sociales (Núñez Puente y Gámez Fuentes, 2017).

En este contexto de confrontación discursiva nos interesa explorar las prácticas digitales en torno a la construcción de la víctima de violencia de género en Twitter. Para ello parece necesaria la elaboración de marcos analíticos que permitan abordar metodológicamente la disputa de los paradigmas tanto hegemónicos como contra-hegemónicos en torno a la violencia de género y a los procesos de victimización. En este caso, vamos a centrarnos en las respuestas al juicio y a la sentencia que condenó a un grupo de cinco hombres, autodenominado La Manada, a nueve años de cárcel por abuso sexual a una mujer de 18 años en las fiestas de los Sanfermines el 7 de julio de 2016 (Ortiz, 2018). La aceptación inicial del informe de un detective sobre la vida de la joven como prueba (*El Periódico*, 2017; Ojer, 2017); la culpabilización y el cuestionamiento mediático y en redes de su testimonio (Borraz, 2017; Reguero, 2017); y finalmente la sentencia, que descartaba la pena solicitada de 18 años de cárcel por agresión sexual (*Elplural.com*, 2018), fue muy contestada por el movimiento feminista y por la población general cuando esta se hizo pública en abril de 2018 (Romero, 2018; Babiker, 2018) En las redes el fuerte descontento dio lugar al *hashtag* #YoSiTeCreo por el que se viralizó el apoyo a la joven, a quien se consideraba víctima de violación. A la contra surgió #YoNoTeCreo para contribuir a poner en jaque la credibilidad de la joven y revertir, a modo de espejo invertido, los términos víctima-agresor.

Los procesos de desafío de los marcos hegemónicos que hacen inteligible la violencia de género se vinculan cada vez con mayor frecuencia e intensidad a las prácticas digitales feministas que, a su vez, están siendo contestadas por el discurso posmachista (García Favaro y Gill, 2016; Núñez Puente y Gámez Fuentes, 2017). Por tanto, consideramos oportuno proponer un modelo analítico que permita indagar tentativamente en las dos etiquetas surgidas en el caso de La Manada a través de la operacionalización del testimonio ético (Oliver, 2001; 2004).

Esta teoría adscribe carácter político al acto de dar testimonio y al hecho de recibirlo, activando una respuesta política por parte de los públicos. A partir del testimonio ético trataremos de comprender cuáles son los procesos que hacen determinados testimonios dominantes y cómo interviene en ello el dispositivo discursivo de la posverdad, que hace posible dicha inversión a partir de tres mecanismos: Por un lado, se

sirve de la circularidad y la visibilidad como categorías preeminentes que definen las prácticas digitales (Smith-Prei; Stehle, 2016; Tanenbaun, 2015). Asimismo, recurre a las presunciones compartidas potenciadas por los afectos, generalmente polarizados (Dean; Aune, 2015). Por último, se beneficia de la espectacularización de un discurso fetichizado que circula por las redes sociales (Dean, 2005) para dar apariencia de verdad.

1.1. Victimización y posverdad

Recientemente se ha prestado mucha atención a cómo el posmachismo y la misoginia online han propiciado una tensión narrativa en torno al concepto de la víctima y, específicamente, a quién y cómo ha sido socialmente dañado (Banet-Weiser, 2015; Bracke, 2016; Ging, 2017). Los grupos posmachistas encuentran en el discurso digital un espacio en el que presentarse como un colectivo desfavorecido por la omnipresencia del movimiento feminista que ha impuesto lo que desde las narrativas posmachistas se ha denominado “ideología de género” (Corredor, 2018).

Esta “victimización mediada” (Banet-Weiser, en prensa) que se construye en las lógicas de las plataformas digitales donde circulan mensajes sin mensaje, sin contenido, propicia que el concepto de victimización sea maleable (Banet-Wieser, en prensa). Las nuevas modalidades de sexismo posfeminista (García-Favaro; Gill, 2016) surgen en España en un contexto específico en el que, a pesar de los esfuerzos del feminismo, las narrativas neomachistas han logrado impactar en los relatos de la victimización (Núñez-Puente; Gámez-Fuentes, 2017; Rentschler, 2014). Es el caso, por ejemplo, de la inclusión en el programa electoral del partido ultraderechista Vox de la derogación de la Ley Integral contra la violencia de género “y de toda norma que discrimine a un sexo de otro” y la propuesta de aprobación de una ley de violencia intrafamiliar confundiendo la violencia doméstica con la violencia de género (Álvarez, Valdés, 2018).

A este respecto, es preciso señalar la importancia que el concepto de la posverdad ha adquirido no solo en la configuración del discurso público, sino, como veremos, en el análisis de las prácticas discursivas digitales del posmachismo. La literatura sobre la política del populismo ultraconservador es abundante y se ocupa en gran medida de indagar en las consecuencias que en el paradigma comunicativo tiene el uso de la posverdad como elemento retórico del relato político (Banet-Weiser, 2018; Mendes; Ringrose; Keller, 2018; Ringrose, 2018). Consideramos en nuestro modelo analítico la posverdad como un dispositivo discursivo que deviene en una dimensión de análisis articulada en tres ejes como son la visibilidad, el afecto y las emociones y la espectacularización. Así, el marco analítico que proponemos se asienta en la operacionalización del testimonio ético como herramienta metodológica para el análisis de las prácticas discursivas en Twitter. Al mismo tiempo, consideramos necesario recurrir al dispositivo discursivo de la posverdad para abordar los mecanismos que hacen posible la construcción de discursos orientados a evitar el desafío del paradigma hegemónico a partir del que se entiende la violencia de género.

Se ha insistido en cómo las políticas de la ultraderecha posmachista necesitan los medios de comunicación masivos para diseñar un escenario desde el que transmitir de manera efectiva sus ideas (Bos; de-Vreese, 2011, p. 184; Koulouris, 2018). Al hacerlo, no pierden de vista la importancia de ser visibles en el espacio mediático. Esta visibilidad se consigue con la presencia en los medios masivos y en las redes socia-

les, pero también con la sistematización de un estilo y una retórica determinadas que apelan a los vínculos afectivos reforzando las creencias previas de aquellos a quienes dirigen sus discursos. De esta manera, al recurrir permanentemente a las emociones y a las ideas hegemónicamente inteligibles se logra reforzar determinados marcos de reconocimiento transformados en testimonios legitimadores (Ging, 2017).

Dean y Aune (2015, p. 391) señalan el modo en que plataformas como Facebook y Twitter hacen posible que las prácticas comunicativas del posmachismo puedan ser contestadas de manera inmediata e, incluso, cómo las redes sociales pueden contribuir a consolidar y crear una comunidad feminista (Evans; Chamberlain, 2015). Según Khoja-Moolji (2015, p. 349) a través de las acciones en el espacio digital se van creando comunidades de afecto que generan nuevas “intensidades afectivas” mediadas digitalmente por lo que ha sido llamado el “hashtag feminism”. Sin embargo, existe un debate creciente acerca de las oportunidades y amenazas que aportan las redes sociales como plataforma para el activismo feminista. Se ha advertido del potencial del llamado feminismo de Twitter no sin identificar, por otra parte, las debilidades que este presenta (Dean; Aune, 2015, p.392). Banet-Weiser argumenta que asistimos a una época de violencia y hostilidad hacia las mujeres en el espacio digital que ella ha denominado misoginia en red (2015, p.171) y que es fácilmente apreciable en el contexto específico de España.

Esta aproximación analítica resulta de gran utilidad para explorar los modos de funcionamiento de la posverdad como dispositivo discursivo que favorece el cuestionamiento de la existencia de la violencia contra las mujeres. Precisamente argumentamos que la misoginia online capitaliza la espectacularización generadora de un discurso fetichizado, inherente a algunas de las formas comunicativas de las redes sociales (Dean, 2005) para cambiar la narrativa de la victimización. Los hombres se presentan abiertamente como víctimas en el *hashtag* #YoNoTeCreo rentabilizando la potencialidad política de dar testimonio: “#YoNoTeCreo. Tal como ocurrieron los hechos y por mi experiencia personal y por lo que estoy harto de ver, yo considero que los chicos de la Manada son inocentes, lo han convertido en cabezas de turcos”, publicó en Twitter el policía nacional José Manuel Sánchez Fonet (@sanchezfonet).

Banet-Weiser (en prensa) detecta que la “victimización agenciadora” permite capitalizar demandas individuales en las redes sociales haciéndolas pasar, como en el caso de esta etiqueta, por luchas colectivas. Por otro lado, el testimonio ético permite dotar de una dimensión política a las prácticas digitales y contribuir a la resistencia feminista para cooptar el lugar simbólico de la víctima.

1.2. #YoSiTeCreo vs. #YoNoTeCreo: escenarios de disputa víctima-agresor

En noviembre de 2017 comenzó el juicio por la presunta violación de una mujer de 18 años por un grupo de cinco hombres autodenominado La Manada durante las fiestas de San Fermín en julio de 2016. La estrategia de la defensa del grupo de indagar en la vida de la joven para demostrar que no presentaba ningún trauma, tratando de construirla como la “contra-víctima ideal”, desató el respaldo de la ciudadanía y del movimiento feminista. En las redes sociales y en las manifestaciones de apoyo se lanzaron consignas que articularon el testimonio de afecto y sororidad hacia ella y que se reapropiaron del símbolo usado por los agresores para dotarlo de sentido feminista: “Tranquila hermana, aquí está tu manada”; “La manada somos nosotras” (Núñez, 2017; Borraz, 2017; Camino, 2017).

En redes sociales el *hashtag* viral #YoSiTeCreo logró condensar simbólicamente la confianza en la joven y el hartazgo por la culpabilización de las mujeres que sufren violencias sexuales. Querían así invertir la vergüenza y la inculpación a la que se sometía a la víctima. A esto contribuyeron también medios de comunicación como *El Español* (Lozano, 2017) o *La Tribuna de Cartagena* (*ElPlural.com*, 2018) aportando indicios como su lugar de estudios, sus viajes, el uso de las redes sociales o sus datos personales, pudiéndose extraer de ello que la víctima no se estaba comportando como era esperable. La Policía Nacional y la Agencia Española de Protección de datos llegó a investigar los foros “Forocoche” y “Burbuja.info” por filtrar el nombre, los apellidos y fotografías de la joven (Cid, 2018). A la publicación de una imagen y de sus datos se sumó la narración, incluida en la página web neonazi *Dailystormer* de *alt-right* norteamericana, en la que se cuestionaba abiertamente su testimonio y se la atribuía la responsabilidad de los hechos. Los administradores de la versión española fueron posteriormente arrestados y acusados de propagar de manera masiva mensajes de odio (Sáiz-Pardo, 2018).

A la contra, la ciudadanía hizo circular en redes fotografías de los rostros y los nombres de los cinco acusados para hacer frente a la táctica de presentarlos como víctimas. Muchos medios abrazaron abiertamente la defensa de la joven y la exposición de los presuntos violadores. Es el caso, por ejemplo, del equipo de investigación del canal de televisión La Sexta, que analizó las conversaciones de WhatsApp de La Manada con un psiquiatra o pidió testimonio a un exfiscal que se declaró sorprendido porque a sus integrantes no se les hubiera acusado de formar un grupo criminal (*lasexta.com*, 2018).

La oleada de protestas resurgió con fuerza el 26 de abril de 2018, antes y después de que se hiciera pública la sentencia. Tras su lectura a las 13:00 horas, y una hora después, los principales Trending Topic se relacionaron con el apoyo a la mujer y con el contenido del fallo, que consideraba que los hechos se habían producido sin violencia ni intimidación: #LaManada, #YoSiTeCreo, #EstaEsNuestraManada, #JusticiaPatriarcal y #NoEsNo fueron los *hashtags* más virales del momento (Cantó, 2018).

El posmachismo contraatacó en el espacio discursivo de las redes sociales apoyado por los medios digitales. La primera gran polémica surgió al inicio del juicio, cuando el periodista Nacho Abad lanzó desde su cuenta de Twitter, con 96.000 seguidores, una encuesta con la pregunta “¿Creéis que fue una violación o sexo consentido?”. En 16 horas llegó a alcanzar casi 4.000 votos. La presión mediática y en las redes le llevó a borrar el tuit, no sin antes defender “la presunción de inocencia” y el “derecho a la defensa y a un juicio justo”. Precisamente la defensa de los acusados y la culpabilización de la joven se vio reforzada en redes por el *hashtag* #Yonotecreo. Con esa etiqueta, muchas personas en Twitter salieron en defensa de La Manada y criticaron e insultaron a la joven, a la que acusaron de “calientabraguetas” o “ligerita de cascos que luego se arrepintió y quería buscar la ruina a los procesados”.

2. Marco analítico

Nuestra propuesta de marco analítico se asienta, por una parte, en la operacionalización de la teoría del testimonio ético de Oliver (2001, 2004) como dispositivo metodológico por medio de cuatro dimensiones de análisis: relación entre el testigo

de la violencia de género y quien atestigua, contenido del testimonio, construcción de la resistencia desde la vulnerabilidad y exploración de cómo las narrativas sobre violencia de género se inscriben en el marco general de otras luchas.

Por otro lado, comprendemos la retórica de la posverdad como dimensión analítica para la indagación en los procesos de apropiación de la noción identitaria de la víctima en las prácticas digitales. Esta dimensión se articula a través de tres ejes que se toman también como instrumentos de análisis: la visibilidad; los afectos, emociones y creencias previas; y la espectacularización de un discurso fetichizado. A través de estos mecanismos pretendemos proponer un modelo metodológico para hacer posible el análisis de los modos en los que se construye un relato alternativo a los hechos y cómo se invierten los términos de la victimización hasta convertir a los abusadores en víctimas falseando o forzando el relato de los hechos.

El testimonio ético se fundamenta en la dinámica relacional que se establece entre el testimonio, quien atestigua y el testigo. Se trata, por tanto, de un concepto que facilita comprender los marcos representacionales de las narrativas hegemónicas, así como los potenciales desafíos de los mismos. Transformar un concepto teórico en un modelo analítico nos ha permitido desvelar los modos en los que se construyen los relatos dominantes y las posibilidades que estos presentan de ser subvertidos (Gámez-Fuentes; Gómez-Nicolau, 2017). El modelo analítico del testimonio ético se despliega en cuatro dimensiones fundamentales:

- Relación entre el testigo y quien atestigua. En esta primera dimensión de análisis se abordan las lógicas relacionales entre quien atestigua, esto es, quien da el testimonio y el testigo, quien recibe dicho testimonio. Estas lógicas representacionales se revelan esenciales para indagar en iniciativas comunicacionales innovadoras vinculadas a la acción política.
- Contenido del testimonio. Las narrativas de la violencia de género, y consecuentemente de la víctima, pueden construirse de manera general sin una articulación específica que dé cuenta de cómo se genera la violencia discursivamente. El testimonio ético propicia la búsqueda de nuevas producciones de significado que escapan al relato hegemónico compartido.
- Construcción de la resistencia desde la vulnerabilidad. La *dañabilidad* define la condición intrínseca y permanente de ser heridas sobre la que se construyen representacionalmente las mujeres (Butler; Athanasiou, 2013). La falta de agencia, entendida como la capacidad de vertebrar la propia subjetividad, deriva en la representación invariable de la aparente necesidad de las mujeres de ser rescatadas a través de los otros. En el caso de los relatos construidos a partir del testimonio ético la víctima de la violencia se entiende no sólo a partir de su condición de víctima, sino también desde su propia capacidad de agencia.
- Nexos con el marco general de luchas y demandas en las que las se inscriben las narrativas sobre la violencia de género. El posicionamiento ético del relato de la violencia de género pasa por dar cuenta de los testimonios y relatos que favorecen la revelación de las condiciones estructurales que hacen posible la violencia.

Mediante la operacionalización del testimonio ético en cuatro dimensiones de análisis, y a partir de su posible aplicación a un caso concreto como el de la pola-

rización discursiva en relación a las narrativas sobre La Manada, nos proponemos explorar los procesos de inversión de la condición de víctima en las prácticas digitales en torno a los *hashtags* #YoNoTeCreo y #YoSiTeCreo. La operacionalización del testimonio ético y el dispositivo discursivo de la posverdad como herramientas metodológicas nos servirán para elaborar un modelo de indagación en los modos específicos en los que la etiqueta #YoNoTeCreo articula una apropiación del concepto de la víctima mediante la que esta deja de ser la mujer para pasar a ser el hombre como sujeto identitario.

Esta aproximación metodológica se apoya a su vez en la dimensión analítica de la posverdad (la confusión entre hechos y opiniones) como dispositivo fundamental del posmachismo en la pugna por el espacio político de la víctima de violencia. Atenderemos, en primer lugar, a cómo la visibilidad en las redes sociales resulta crucial en la estrategia de los grupos populistas ultraconservadores en la defensa de los miembros de La Manada. En segundo lugar, comprenderemos los *hashtags* #YoSiTeCreo y #YoNoTeCreo como dos discursos antagónicos que condensan simbólicamente la movilización dicotómica de los vínculos afectivos y las emociones en el espacio digital para configurar discursos legitimadores. Estudiaremos cómo el posmachismo utiliza la etiqueta para difundir y reforzar un discurso afectivo victimizador que acusa a la “ideología de género” de colocar a los hombres en una posición de vulnerabilidad con respecto a un Estado cómplice de las organizaciones feministas (Kováts y Põim, 2015; Kuhar y Paternotte, 2017). Y observaremos, mediante el marco analítico propuesto, si en este caso Twitter resulta para el feminismo un lugar ideal para responder de forma inmediata a los intentos de capitalización comunicativa del posmachismo sobre el consenso inteligible de los conceptos de verdad, víctima o mujer a través de comunidades afectivas mediadas por el “hashtag feminism”.

Veremos finalmente si es este un relato que reclama la hegemonía comunicativa y presenta el testimonio de la víctima-hombre recurriendo a la espectacularización que genera un discurso fetichizado propicio en las redes sociales. De este modo, la “victimización agenciadora” estaría proponiendo como lucha colectiva las experiencias individuales de los sujetos. La posverdad encontraría así una vez más un espacio óptimo para su impulso en la viralidad, visibilidad y fetichismo tecnológico aplicables a Twitter, convirtiendo la victimización mediada en maleable.

3. Propuesta de aplicación del marco analítico al caso de La Manada

Conviene señalar que la aplicación del marco analítico que hemos desarrollado tiene como objetivo la aproximación metodológica a un caso de estudio concreto. No se trata, por tanto, de realizar un análisis de carácter empírico con una muestra de un corpus de conversación en Twitter, sino más bien de situarnos de manera tentativa en un modelo analítico que pueda constituirse como una herramienta para abordar la construcción de los debates públicos en torno a la violencia de género y a los procesos de victimización.

Precisamente proponemos abordar la victimización mediada del posmachismo y cómo las prácticas digitales feministas se oponen a ellas en Twitter. El caso de La Manada nos ofrece una oportunidad para ocuparnos de las tensiones que se observan en los discursos contrapuestos en torno a la violencia y a la propia condición de víctima. Los *hashtag* YoSiTeCreo y YoNoTeCreo resultan así, a nuestro juicio, una

polaridad discursiva que pone de manifiesto los desafíos al marco hegemónico de inteligibilidad de la violencia de género y también la cooptación del espacio discursivo de la víctima.

3.1. #YoSiTeCreo: resistencias, comunidades de afecto y “hashtag feminism”

El *hashtag* #YoSiTeCreo surgió en Twitter en noviembre de 2017 cuando comenzó el juicio de La Manada. El testimonio de la mujer que denunció los hechos se vio respaldado así en el ámbito digital por parte de la ciudadanía y del movimiento feminista que se implicaron con la causa con fuerte presencia también offline. Muchas de las consignas que manifestaron su apoyo a la joven se expresaron en el mismo sentido: #LaManadaSomosNosotras, #JusticiaPatriarcal o #NoEsNo. Así ocurrió también cuando se hizo pública la sentencia. A 11 de marzo de 2019 se habían publicado 500 tuits con esta etiqueta, con cerca de millón y medio de impactos potenciales (Tweetbinder.com)

Según la plataforma de monitorización y análisis de redes sociales Shokesu (2018), tras el análisis de las 466.864 publicaciones que se realizaron en Twitter en las tres primeras horas tras conocerse la sentencia, un 27,8% de los tuits tildaron la sentencia de “indignante”, un 14,5% expresó sentir “vergüenza”, un 11,16 la calificó de “terrible”, un 10,70% de “lamentable” y un 8,13% de “injusta”.

Si atendemos a la primera dimensión del testimonio ético en relación a la etiqueta #YoSiTeCreo, vemos cómo en ambos momentos álgidos del proceso el testimonio logró activar una respuesta política por una parte importante de la ciudadanía que actuó más allá del sentimiento de compasión que generan las representaciones hegemónicas de la violencia y del trauma. Esta activación es, precisamente, lo que se vincula en la literatura científica sobre el llamado “*hashtag activism*” (Horeck, 2014; Keller et al., 2016; Thrift, 2014) con la politización del testimonio compartido sobre la violencia. Apoyándose en ese *hashtag* muchas mujeres aportaron su testimonio públicamente sobre el consentimiento, la cultura de la violación o la culpabilización de la víctima-mujer, mostraron su solidaridad y se declararon afectadas por la sentencia como mujeres: “Nos acaban de condenar a todas #yositecreo”, publicó la cantante Mala Rodríguez (@malarodriguez).

En la exploración de la segunda dimensión encontramos que los mensajes que circularon en torno a #YoSiTeCreo lograron inscribir la violencia sexual en el marco interpretativo de la violencia que la sociedad y la justicia patriarcales ejercen sobre las mujeres por el hecho de serlo. Un tuit con ese *hashtag* de la activista Yolanda Domínguez (@yodominguez) reclamó que era necesario revertir los términos en los que se estaba juzgando a la joven, a quien se acusaba de haber consentido la agresión sexual: “¿CONSENTIMIENTO? Sí hubo: el de una sociedad que permite que la masculinidad se construya sobre el dominio y la agresividad y la feminidad sobre la sumisión y la disponibilidad. Reflexionemos sobre la culpa que todxs tenemos en este juicio”. Tras conocerse la sentencia, en la conversación en Twitter se dio una importancia mayor a los conceptos de “violación”, “violar” o “violadores”: por cada mención al término “abuso” se mencionó 3.74 veces el término violación (Shokesu, 2018). Ello implica que los discursos trataban de contestar al relato hegemónico compartido e inscribir lo ocurrido en el marco de una violación frente a la calificación de abuso sexual que estableció el veredicto.

Indagar en la etiqueta de acuerdo a la tercera dimensión del testimonio ético nos permite señalar que el hecho de que las mujeres se reapropiaran del símbolo de La

Manada y expusieran públicamente su sororidad con la joven agredida y entre ellas implicó su puesta en juego como sujetos agentes dispuestas a resistir. Se rompía así con el relato de que las mujeres necesitan ser rescatadas por su condición intrínseca de *dañabilidad* y se apostaba por un discurso en el que las mujeres, aún víctimas de la violencia, tienen capacidad de agencia. Muchos mensajes, como el de @tambien-viajan, lo expresaron así: “Hoy no nos vamos a callar #EstaEsNuestraManada#YoSiTeCreo”.

De acuerdo a la cuarta dimensión, la pugna en las redes se inscribió en el contexto de otras reivindicaciones como la denuncia de la indefensión de las mujeres ante el sistema judicial (“manada judicial” lo calificó el periodista @jordievole) o la violencia que implica la puesta en cuestión del testimonio de las víctimas: “Si esta es una sentencia ejemplarizante y que marca un precedente jurídico, nos espera un largo camino de lucha política, jurídica, social, cultural... hasta q la #Violacion sea reconocida como delito por los jueces. Esto es #JusticiaPatriarcal con mayúsculas! Hermana, #YoSiTeCreo”, publicó el portal Feminicidio.net (@feminicidio). Mensajes vinculados a la etiqueta trataron de relevar las condiciones estructurales que hacen posible la violencia y conectaron con temas y luchas de actualidad como las condenas a los raperos o el caso Alsasua.

El intercambio de mensajes asociados a #YoSiTeCreo y otros *hashtags* que se activaron para apoyar a la joven lograron crear comunidades de afecto y conformar sororidad con respecto a una causa común. Se ponían así en juego los testimonios y las emociones compartidas de muchas mujeres dando lugar a nuevas “intensidades afectivas” mediadas digitalmente por el “hashtag feminism”.

3.2. #YoNoTeCreo: visibilidad, afectos y espectacularización

Si en el caso anterior se dio el testimonio ético en todas las dimensiones, no podemos afirmar lo mismo con respecto a la etiqueta #YoNoTeCreo. Su difusión resultó menor, con 69 tuits totales a 11 de marzo de 2019, logrando 126.345 impactos potenciales (Tweetbinder.com). No obstante, a partir de los mecanismos de la posverdad, la condensación simbólica de su mensaje logró obtener la visibilidad suficiente como para lograr poner en duda el testimonio de la mujer, reforzar ciertos marcos de reconocimiento legitimadores de los hombres como víctimas y promover la espectacularización de discursos fetichizados. A este respecto conviene detenerse en el concepto de visibilidad como uno de los mecanismos discursivos de la posverdad quedando reducida esta a métricas que, finalmente, impiden un debate sobre el mensaje articulado en el *hashtag* (Banet Weiser, en prensa). Es decir, en la comunicación mediada en las redes sociales la visibilidad se sitúa como una categoría en la que prima la circulación del mensaje en plataformas comerciales como Twitter contribuyendo de esta manera a una simplificación del mensaje cuando no a un vaciamiento del mismo (Srnicek, 2016).

Con respecto a la primera dimensión del testimonio ético, observamos que, lejos de aportar testimonio y de activar una respuesta ética por parte de los públicos, los mensajes asociados al *hashtag* #YoNoTeCreo se orientaron a vilipendiar el testimonio de la denunciante con mensajes que la acusaban de mentir. Así se expresó el policía José Manuel Sánchez Fornet (@sanchezfornet) tras la sentencia, quien llegó a poner en su nick de Twitter la etiqueta #YoNoTeCreo: “Ni violación ni abuso. Orgía consentida y tras ser abandonada y robarle el móvil decidió denunciar. Esto es lo que

opino en coincidencia con el Magistrado-Juez Ricardo González”. En este caso, se trató a los hombres como víctimas de un engaño por parte de la denunciante, rentabilizando así la potencialidad política de este testimonio a favor de ellos.

De acuerdo a la segunda dimensión, la etiqueta consiguió desmontar la construcción de los hechos como violencia sexual a partir de la transformación del relato, al que se dotó de otros sistemas de sentido, haciendo circular mensajes sin mensaje, más allá de la respuesta antagónica a los discursos del feminismo: “#YoNoTeCreo vamos que en España si cualquier chica al día siguiente se arrepiente de haberse liado contigo te puede denunciar por violación y aquí todos los podemitas + feminazis a muerte con la versión de la chica. Vaya panorama. Miedo” (sic.) (@crea819). De este modo, se espectacularizaba el mensaje siguiendo las lógicas discursivas de las redes sociales, fetichizándolo a partir de la inclusión de alusiones acusadoras a los seguidores de Podemos o a las feministas como feminazis.

Con respecto a la tercera dimensión, vemos que en este contexto digital, la vulnerabilidad, en este caso “mediada” y por tanto maleable, se asoció a los miembros de La Manada, que se convirtieron en las “verdaderas” víctimas por el testimonio considerado ficticio de la joven: “#YoNoTeCreo que de la cara y admita que se lo inventó todo esta chica que le va a joder la vida a estos chicos inocentes” (sic) (@calzadostfe). Se cooptaba así el lugar de la víctima de violencia apelando a una movilización de los vínculos afectivos y de las emociones hacia los hombres atacados y discriminados por la “ideología de género”, configurando y reforzando un discurso hegemónico legitimador de los agresores como los verdaderos damnificados.

Según la cuarta dimensión del testimonio ético, lejos de revelar las condiciones estructurales que hacen posible la violencia de género, los mensajes que circularon con la etiqueta YoNoTeCreo resultaron sobre todo un discurso espejo que buscaba desprestigiar a la considerada masivamente como víctima: “debería ser juzgada por perjurio” (@cerclerepcatala). Por el contrario, la etiqueta sí se insertó en la estrategia de los grupos populistas ultraconservadores que constantemente apelan a la falsedad de los testimonios de las mujeres que denuncian haber sufrido violencia de género: “Nos mostramos a favor de la PRESUNCIÓN DE INOCENCIA. Queremos SABER, no CREER. HECHOS PROBADOS, NO OPINIONES NI SUPOSICIONES” (sic.) (@DonTortugo).

La viralidad y la visibilidad que aporta la red social Twitter fueron recursos muy propicios para la capitalización comunicativa en la confusión entre hechos y opiniones sustentada en la apelación a la emoción y a la fetichización del mensaje para desmontar la versión de la mujer-víctima. La etiqueta #YoNoTeCreo basó su fuerza no solo en su construcción antagónica con respecto a #YoSiTeCreo, sino también en su articulación de las creencias a partir de los testimonios en primera persona: “#YoNoTeCreo creo que quisiste mantener relación con varios hombres, que elegiste mal, que participaste activamente en una orgía de 18 minutos y como te quitaron el móvil y te dejaron sola denunciaste. Y creo que así queda demostrado con pruebas” (@sanchezforinet). De esta forma, la etiqueta #YoNoTeCreo actuó a modo de “victimización agenciadora”, haciendo pasar por luchas colectivas las demandas individuales de algunos hombres. A ello contribuyó, siguiendo nuestro marco analítico, la espectacularización como parte del mecanismo discursivo de la posverdad (Banet-Weiser, en prensa). Las demandas de victimización de los agresores, vehiculadas en el *hashtag* YoNoTeCreo se focalizaron en la espectacularización de los aspectos concretos de la vida de la víctima y en la elusión de responsabilidad sobre lo sucedi-

do. De manera sensacionalista se incidió, por una parte, en la responsabilidad de la víctima sobre su propia agresión sexual y, por otra, se cooptó el espacio de la víctima articulando un discurso de victimización mediada a través de la etiqueta YoNoTe-Creo reforzado mediante el carácter esencialmente individualizado de la misma.

4. Conclusiones

Mediante la articulación de un modelo analítico sustentado en la operacionalización del testimonio ético y los mecanismos discursivos de la posverdad hemos intentado proponer un marco de análisis viable que pueda aplicarse al estudio de las prácticas discursivas en Twitter. Para ello hemos recurrido a la aplicación tentativa de nuestro modelo analítico a un caso concreto como el de La Manada en el que la polarización discursiva evidencia las tensiones existentes entre el desafío y el refuerzo, respectivamente, del paradigma hegemónico sobre la violencia de género así como la disputa por el espacio de la víctima. El dispositivo discursivo de la posverdad, junto con la circularidad propia de las prácticas digitales, contribuyen a estrechar el espacio entre las propuestas de intervención política sobre la violencia de género del activismo feminista y la postura antagónica, pero simétrica, del posmachismo que fagocita el concepto mismo de víctima. La propuesta de análisis de los *hashtags* #YoSiTeCreo y #YoNoTeCreo permitiría, por tanto, dar cuenta de la creciente polarización que se observa en los discursos digitales, acrecentada por el carácter individual de las demandas (Banet-Weiser, 2018), así como indagar en la articulación de determinados discursos acerca de la violencia de género.

La tensión entre las narrativas compartidas sobre la violencia de género, como las analizadas en el caso de La Manada, se manifiesta en la construcción contrapuesta de dos conceptos identitarios de la víctima. Por una parte, el movimiento feminista y las historias compartidas de manera espontánea en Twitter, politizan el concepto de la víctima al dar testimonio ético sobre la experiencia de la violencia. El posmachismo y la misoginia online, por su parte, articulan un concepto de víctima en el que son precisamente los hombres los que se presentan dañados por los efectos de la “ideología de género”. La posverdad asume así una posición capital en la narrativa posmachista de apropiación del concepto de víctima en la que tanto los modos como los canales de participación política son cooptados.

El testimonio a través de la etiqueta #YoSiTeCreo, desde una aproximación analítica a partir de la operacionalización del testimonio ético, logró activar una respuesta política generando comunidades de afecto y hermandad dentro y fuera del entorno digital. El “hashtag feminism” logró inscribir los hechos en marcos de interpretación en los que la violencia sexual responde a un contexto de violencia patriarcal que se ejerce contra las mujeres por el hecho de serlo. Los testimonios que se aportaron en torno al *hashtag* atribuyeron agencia no solo a la joven denunciante, sino también a tantas mujeres consideradas culpabilizadas por un sistema judicial patriarcal. La lucha se sumó a las reivindicaciones feministas contra la violencia de género que en España han sido especialmente activas en los últimos años tanto dentro como fuera de la Red (Sánchez-Duarte, Fernández-Romero, 2017; Núñez-Puente, Fernández-Romero, 2017; Núñez-Puente, Fernández-Romero, Vázquez-Cupeiro, 2017).

Como discurso espejo, el *hashtag* #YoNoTeCreo surgió en una lucha dicotómica por el espacio de la víctima, desmontando la versión de la joven y tratando de mover

los vínculos y las emociones en torno a los miembros de La Manada. La viralidad y la visibilidad que proporciona Twitter favorecieron la expansión de los mensajes fetichizados sobre la falsedad del testimonio y la creencia de que las verdaderas víctimas fueron los hombres acusados apoyados por la confusión entre los hechos y las opiniones.

Finalmente consideramos que nuestra propuesta de un modelo analítico permite interrogarnos acerca de las posibles estrategias activistas a las que se puede orientar la práctica digital feminista para contrarrestar la capacidad persuasiva del posmachismo que capitaliza un debate comunicativo en la Red sobre la víctima cuestionando, incluso, la existencia de la propia violencia de género. El desafío al discurso espejo de la victimización, y a la apropiación del concepto de víctima, puede pasar por concebir el activismo digital como un medio que permita construir redes comunicativas más allá de la Red. Unas redes que vinculen las luchas del feminismo digital con el activismo en la calle contribuyendo, así, a desestabilizar las narrativas hegemónicamente compartidas mediante los mecanismos de la posverdad.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, Pilar; Valdés, Isabel (2018). *Derogar la ley de violencia de género y otros planes de Vox contra el feminismo*. Disponible en: <https://bit.ly/2SH20wS> (consultado el 15 de marzo de 2019)
- Babiker, Sarah (2018). *La Manada, una sentencia bélica*. Disponible en: <https://bit.ly/30gmzVn> (consultado el 20 de marzo de 2019)
- Banet-Weiser, Sarah (2018). *Empowered: popular feminism and popular misogyny*. Durham: Duke University Press.
- Banet-Weiser, Sarah (2015). Popular Misogyny: A Zeitgeist. *Culture Digitally*, 15. Disponible en: <https://culturedigitally.org/2015/01/popular-misogyny-a-zeitgeist/> (consultado el 2 de mayo de 2019)
- Banet-Weiser, Sarah; Miltner, Kate (2016). #MasculinitySoFragile: culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, 16 (1), 171-174. doi:10.1080/14680777.2016.1120490
- Banet-Weiser, Sarah (2019). "Radical Vulnerability: feminism, victimhood, and agency". En: *Re-writing Women as Victims: From Theory to Practice*. London: Routledge.
- Borraz, Marta (2017). *Una 'manada feminista' clama en Madrid contra el cuestionamiento de la víctima de Sanfermines: "Yo sí te creo"*. Disponible en: <https://bit.ly/2E2kAuj> (consultado el 14 de abril de 2019)
- Borraz, Marta (2017). *El juicio a 'la manada' evidencia el cuestionamiento al que se enfrentan las denunciantes de violencia sexual*. Disponible en: <https://bit.ly/2JcXM88> (consultado el 14 de abril de 2019)
- Bos, Linda; Van-der-Brug, Wouter; De-Vreese, Claes (2011). How the Media Shape Perceptions of Right-Wing Populist Leaders" *Political Communication*, 28, 182-206. doi:10.1080/10584609.2011.564605
- Bracke, S. (2016). Bouncing Back. Vulnerability and Resistance in Times of Resilience. En Judith Butler, Zeynep Gambetti y Leticia Sabsay (Eds.): *Vulnerability in Resistance* (pp. 67-75). Durham and London: Duke University Press.
- Butler, Judith; Athanasiou, Athena (2013). *Dispossession. The Performative in the Political*. Cambridge: Polity Press.

- Camino, Abril (2017). *Las redes sociales sobre “la manada”: así reacciona el feminismo en las redes*. Disponible en: <https://bit.ly/2Vpo0gx> (consultado el 20 de abril de 2019)
- Cantó, Pablo (2018). *#YoSíTeCreo: indignación y solidaridad tras la sentencia del caso La Manada*. Disponible en: <https://bit.ly/2VzWCl6> (consultado el 20 de abril de 2019)
- Cid, Guillermo (2018). “*Tengo 10 días para explicarlo*”. *Cerco online a los filtradores de la víctima de La Manada*. Disponible en: <https://bit.ly/2JCzhYY> (consultado el 20 de abril de 2019)
- Corredor, Elizabeth (2019). Unpacking “Gender Ideology” and the Global Right’s Antigender Countermovement. *Signs*, 44 (3), 613-639.
- Dean, Jodi (2005). Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics. *Cultural Politics*, 1(2), 51-74. doi:10.2752/174321905778054845
- Dean, Jonathan; Aune, Kristin (2015). Feminism Resurgent? Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe. *Social Movement Studies*, 14, 375-395. doi:10.1080/14742837.2015.1077112
- Elperiódico.com* (2017). *El tribunal del juicio de ‘la Manada’ matiza que solo admite del informe de los detectives lo referente a las redes sociales*. Disponible en: <https://bit.ly/2HeP7Ho> (consultado el 20 de abril de 2019)
- ElPlural.com* (2018). *‘La Tribuna de Cartagena’ insiste en culpar a la víctima de ‘La Manada’*. Disponible en: <https://bit.ly/2E7z6RC> (consultado el 20 de abril de 2019)
- ElPlural.com* (2018). *DOCUMENTO. Lee aquí la sentencia completa de La Manada*. Disponible en: <https://bit.ly/2Q40q81> (consultado el 20 de abril de 2019)
- Gámez-Fuentes, María-José; Gómez-Nicolau, Emma (2017). El ‘testimonio ético’ como modelo analítico en la comunicación para el cambio social. *Actas. International Symposium on Qualitative Research*, 3, 170-179.
- García-Favaro, Laura; Gill, Rosalind (2016). “Emasculation Nation Has Arrived”: Sexism Rearticulated in Online Responses to Lose the Lads’ Mags Campaign. *Feminist Media Studies*, 16 (3), 379–397. doi:10.1080/14680777.2015.1105840
- Gill, Rosalind (2014). An ideological dilemma: The resurgence of sexism and the disappearance of sexism. En: Charles Antaki y Susan Condor (Eds.). *Rhetoric Ideology and Social Psychology: Essays in Honour of Michael Billig* (pp. 109–121). London: Routledge.
- Ging, Debbie (2017). Alphas, Betas, and Incels. Theorizing the Masculinities of the Manosphere. *Men and Masculinities*. doi:10.1177/1097184X17706401
- Horeck T (2014). # AskThicke: ‘Blurred lines,’ rape culture, and the feminist hashtag takeover. *Feminist Media Studies* 14(6), 1105–1107.
- Keller, Jessalynn; Mendes, Kaitlynn; Ringrose Jessica (2018). Speaking ‘unspeakable things’: Documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27(1), pp. 22–36. doi:10.1080/09589236.2016.1211511.
- Khoja-Moolji, Shenila (2015). Becoming an ‘intimate public’: Exploring the affective intensities of hashtag feminism. *Feminist Media Studies*, vol. 15, pp. 347–350. doi:10.1080/14680777.2015.1008747
- Kováts, E.; Pöim, M. (Eds.), (2015). *Gender as Symbolic Glue: The Position and Role of Conservative and Far Right Parties in the Anti-gender Mobilization in Europe*. Brussels: Foundation for European Progressive Studies.
- Koulouris, Theodore (2018). Online misogyny and the alternative right: debating the undebatable. *Feminist Media Studies*, 18, 750-761. doi:10.1080/14680777.2018.1447428
- Kuhar, Roman y Paternotte, David (2017). *Anti-gender Campaigns in Europe: Mobilizing against Equality*. London: Rowman & Littlefield.

- LaSexta.com* (2018). *La surrealista defensa de un vecino de 'La Manada'*. Disponible en: <https://bit.ly/2WOSIXm> (consultado el 20 de marzo de 2019)
- Lozano, Andros (2017). *La vida 'normal' de la chica violada en San Fermín: universidad, viajes y amigas*. Disponible en: <https://bit.ly/2Otub0v> (consultado el 25 de abril de 2019)
- Mendes, Kaitlynn; Ringrose, Jessica; Keller, Jessalynn (2018). "#MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism". *European Journal of Women Studies*. doi:10.1177/1350506818765318
- Núñez, Julio (2017). *'La Manada somos nosotras', el clamor de miles de personas en apoyo a la víctima de los Sanfermines*. Disponible en: <https://bit.ly/2JE6HGG> (consultado el 20 de marzo de 2019)
- Núñez-Puente, Sonia; Gámez-Fuentes, María-José (2017). Spanish feminism, popular misogyny and the place of the victim. *Feminist Media Studies*, 17, 902-906. doi:10.1080/14680777.2017.1350527
- Núñez-Puente, Sonia; Fernández-Romero, Diana; Vázquez-Cupeiro, Susana (2017). Online feminist practice, participatory activism and public policies against gender-based violence in Spain. *Feminist Theory*, 18 (3), 299-321. doi:10.1177/1464700117721881
- Núñez-Puente, Sonia; Fernández-Romero, Diana (2017). Narrativas transformadoras y testimonio ético: las estrategias discursivas de la Plataforma Feminista 7N, Contra las Violencias Machistas. *index.comunicación*, 7(3), 269-281.
- Ojer, Pablo (2017). *'La Manada' espió a la joven violada para intentar desacreditarla*. Disponible en: <https://bit.ly/2QaEl8d> (consultado el 15 de marzo de 2019)
- Oliver, Kelly (2001). *Witnessing: Beyond Recognition*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Oliver, Kelly (2004). Witnessing and Testimony. *Parallax*, 10(1), 79-88. doi:10.1080/1353464032000171118
- Reguero, Patricia (2017). *La Manada mediática enseña los dientes*. Disponible en: <https://bit.ly/2E90QFz> (consultado el 15 de marzo de 2019)
- Rentschler, Carrie (2014). Rape Culture and the Feminist Politics of Social Media. *Girlhood Studies*, 7, 65-82. doi:10.3167/ghs.2014.070106
- Ringrose, Jessica (2018). Digital feminist pedagogy and post-truth misogyny. *Teaching in Higher Education*, 23, 647-656. doi:10.1080/13562517.2018.1467162
- Romero, María (2018). *La Manada: Las reacciones tras la sentencia*. Disponible en: <https://bit.ly/2JyJpBX> (consultado el 20 de abril de 2019).
- Sánchez-Duarte, José Manuel; Fernández-Romero, Diana (2017). Subactivismo feminista y repertorios de acción colectiva digitales: prácticas ciberfeministas en Twitter. *El profesional de la información*, 26 (5), 894-902.
- Sáiz-Pardo, Melchor (2018). *Detenidos los líderes de la web neonazi más influyente*. Disponible en: <https://bit.ly/2LDH9vN> (consultado el 15 de marzo de 2019)
- Smith-Prei, Carrie; Stehle, Maria (2016). *Awkward Politics: Technologies of Popfeminist Activism*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Shokesu (2018). *Sentencia sobre 'La Manada: impacto en Twitter'*. Disponible en: <https://shokesu.com/wp-content/uploads/2018/04/Informe-La-Manada.pdf> (consultado el 2 de mayo de 2019)
- Srnicek, Nick. (2016). *Platform Capitalism*. London: Polity Press.
- Tanenbaum, Leora (2015). *I am not a Slut: Slut-Shaming in the Age of Internet*. New York: Harper Perennial.
- Thrift, Samantha (2014) #YesAllWomen as a feminist meme event. *Feminist Media Studies*, 14(6), 1090-1092. doi:10.1080/14680777.2014.975421