

## Activismos de pantalla.

Por: Vicky Zaccari y Sami Alonso. NUESTRAS VOCES. 14/08/2020

**¿Qué sucede con los activismos hoy? ¿Qué los motiva? ¿Hay una única forma de ser activista? Estas son algunas de las preguntas que se hacen Vicky Zaccari y Sami Alonso, integrantes de Gènera para pensar el uso de las redes sociales como formas de activismo actual y la despolitización de las luchas colectivas en estos ámbitos.**

Si en el mundo hubieran tenido efecto real las iniciativas que impulsan y promueven cambios benéficos para la humanidad, estaríamos viviendo en otra sociedad.

### Los activismos

¿Qué sucede con los activismos hoy? ¿Qué los motiva? Se hace evidente cuando la intención es apenas mostrarse y sobresalir en medios de comunicación y redes sociales. En cambio, ser activista es un proceso incómodo: conlleva tener registro de las experiencias propias y empatía con el entorno, al mismo tiempo que aprendemos y desconstruimos nuestra propia historia. El proceso de búsqueda de una nueva visión del mundo, posicionándonos desde el lado de los oprimidos (en muchos casos nosotros mismos), es realmente una decisión política.

¿Qué implica ser activista de una causa? ¿Hay una única forma de ser activista? Quizás no haya respuesta o forma correcta. Tampoco el objetivo del presente texto es creer que tenemos el manual del “buen activista”.

El proceso de construcción política de los activismos se trata de problematizar los mecanismos del sistema que excluyen y dañan, además de construir nuevas miradas y escuchar otras voces. Estamos seguras de que los activismos vienen a alzar voces que están y vienen siendo oprimidas desde hace muchísimos años. Creemos que es necesario un cambio urgente.

La era de las redes sociales, establecidas como un medio de comunicación más (quizás el de mayor importancia en éstas épocas), abrió un nuevo mundo donde expresarnos y brindar información, de cierta forma “democratizando” las opiniones. Las cuentas de Twitter e Instagram con multitud de seguidores son espacios donde la información circula y que mucha gente utiliza para estar al día con lo que sucede

en el mundo. En ocasiones estas cuentas funcionan como un medio de resistencia y de información alternativa a los medios hegemónicos (un noticiero principal, por ejemplo). Ahora bien, cuando estos nichos también se vuelven hegemónicos, ¿qué sucede con sus activismos?

### **¿Es suficiente el activismo en redes?**

Tratamos de hacer escuchar nuestra voz, a pesar de que a veces no quieren escucharla. Aun así, en un mundo que grita puede tener mucho más peso la acción silenciosa. Dentro del imperio de la primicia, en el que vale mucho más saber primero que saber mejor, así como decir sin hacer, todo puede volverse confuso y superfluo. El activismo consiste en promover junto con otros un cambio para transformar realidades injustas.

¿Es suficiente compartir algo creyendo que eso es “ayudar a cambiar”? Sin ánimos de criticar la difusión, defendemos que hay proyectos que merecen mucho más que difusión. Nuestra crítica reside en creer que alcanza con sólo compartir. Ser activistas no se trata de acumular seguidores y sumar likes. Tampoco de legitimar determinadas palabras o voces. Limitándonos a eso estamos corriendo el eje de jerarquía, pero seguimos reproduciendo vínculos sociales desiguales. ¿Cómo llevarle información a las poblaciones que no tienen acceso digital? ¿Nos preguntamos por otras realidades no vistas en pantalla?

### **Cuando lo colectivo se vuelve individual**

Creemos que el trabajo de campo es esencial para sostener los activismos. A medida que empezamos a hacer, nos damos cuenta de que no es suficiente con nuestra causa y naturalmente vamos sintiendo la necesidad de tejer redes, para lograr que nuestra causa se vuelva interseccional.

Hay un peligro en las consignas que se viralizan y es el de simplificar luchas complejas, como nuestra historia, nuestra sociedad y nuestra vida. Así, por ejemplo, las marcas (no solo de indumentaria) adhieren a causas o contratan influencers para mostrar “que se involucran”. Por el contrario, aquí queremos resaltar la trascendencia de comunicar y comprometerse con una causa: es una responsabilidad. Somos responsables por lo que hacemos y decimos. Entonces, no debemos olvidar que si somos influencers, activistas, periodistas o estamos en cualquier posición de comunicadores, somos responsables por lo que generamos. Podemos equivocarnos y reconocer errores, porque somos también eso. Lo importante es comprender que integramos un colectivo y evitar que nuestras

acciones sean sólo para rédito personal. Siendo así, podemos sincerarnos y buscar otra forma de comunicar.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: La Tercera.

**Fecha de creación**

2020/08/14