REVISTA MEDIACIONES

Artículo de investigación

Editorial:
Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO

ISSN: 1692-5688 | **eISSN:** 2590-8057

Cómo citar:
Ezeigbo, C. J., Ononiwu, C. R., & Olotu, A. B. (2026). #BringBackOurGirls: perspectivas del público sobre la legitimidad del activismo por los derechos de las mujeres en las redes sociales en Nigeria. Mediaciones, 22(37), 88-109. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.22.37.2026.88-109

DOI:
10.26620/uniminuto.mediaciones.22.37.2026.88-109

Recibido: 2025-10-08
Aceptado: 2026-08-03
Publicado: 2026-12-01

Conflicto de intereses:

Los autores han declarado que no existen intereses en competencia.

CC BY

#BRINGBACKOURGIRLS: PERSPECTIVAS DEL PÚBLICO SOBRE LA LEGITIMIDAD DEL ACTIVISMO POR LOS DERECHOS DE LAS MUJERES EN LAS REDES SOCIALES EN NIGERIA

#BRINGBACKOURGIRLS: audience perspectives on the legitimacy of social media women's rights activism in nigeria

#BRINGBACKOURGIRLS: Perspectivas do público sobre a legitimidade do ativismo pelos direitos das mulheres nas redes sociais na Nigéria

Chikanne Joannes Ezeigbo
Nnamdi Azikiwe University, Awka, Nigeria
ezeigbo.joannes@gmail.com
0009-0001-7094-1944

Chinedu Richard Ononiwu
Michael Okpara University of Agriculture, Umudike, Nigeria
ononiwumartins@gmail.com
0000-0003-2900-5561

Ademola Blessing Olotu
Bournemouth University, Reino Unido
olotuademola1339@gmail.com
0009-0003-9686-9279

RESUMEN

Este estudio examina críticamente las percepciones de usuarios nigerianos de redes sociales y activistas digitales sobre la legitimidad de la campaña #BringBackOurGirls, a partir de la Teoría de la Recepción de la Audiencia. Mediante un diseño cualitativo con entrevistas semiestructuradas en línea (Zoom y Google Meet, entre enero y marzo de 2025) a 15 participantes seleccionados intencionalmente —activistas digitales, influencers y usuarios cotidianos— y análisis temático, la investigación indaga las interpretaciones de la audiencia, los factores de legitimidad y la alineación con los objetivos de la campaña. Los hallazgos muestran una tensión entre valoración y escepticismo: aunque se reconoce su papel en sostener el debate público sobre las niñas de Chibok, surgen reparos ante su percibida performatividad y posibles vínculos políticos. Asimismo, las normas culturales y de género condicionan la legitimidad, supeditada a resultados tangibles y mensajes

culturalmente afines. Desde la recepción de la audiencia, el estudio evidencia que la legitimidad del activismo digital se co-construye mediante interacciones dinámicas entre activistas y públicos, lo que exige articular la incidencia con necesidades definidas por la comunidad para fortalecer su eficacia y autenticidad.

Palabras clave: *activismo digital, legitimidad, teoría de la recepción de la audiencia, redes sociales, Nigeria*

ABSTRACT

Grounded in Audience Reception Theory, this study critically examines how Nigerian social media users and digital activists perceive the legitimacy of the #BringBackOurGirls campaign. Using a qualitative design with semi-structured online interviews (via Zoom and Google Meet, from January to March 2025) with a purposive sample of 15 participants—digital activists, influencers, and everyday social media users—and thematic analysis, the research explores audience interpretations, factors shaping legitimacy, and alignment with campaign goals. Findings reveal a tension between appreciation and skepticism: while participants acknowledge the hashtag's role in sustaining public debate around the Chibok girls, they express concerns over its perceived performativity and potential political affiliations. Furthermore, cultural and gender norms shape perceived legitimacy, which hinges on tangible outcomes and culturally resonant messaging. Through an audience reception lens, the study shows that digital activism legitimacy is co-constructed through dynamic interactions between activists and audiences, underscoring the need to align advocacy with community-defined needs to enhance effectiveness and authenticity.effectiveness and authenticity.

Keywords: *digital activism, legitimacy, audience reception theory, social media, Nigeria*

RESUMO

Ancorado na Teoria da Recepção da Audiência, este estudo examina criticamente as percepções de usuários nigerianos de redes sociais e ativistas digitais sobre a legitimidade da campanha #BringBackOurGirls. Por meio de um delineamento qualitativo com entrevistas semiestruturadas on-line (via Zoom e Google Meet, entre janeiro e março de 2025) com uma amostra intencional de 15 participantes — ativistas digitais, influencers e usuários cotidianos — e análise temática, a pesquisa investiga as interpretações da audiência, os fatores que influenciam a legitimidade e o alinhamento aos objetivos da campanha. Os achados evidenciam uma tensão entre apreciação e ceticismo: embora se reconheça o papel da hashtag na manutenção do debate público sobre as meninas de Chibok, emergem preocupações quanto à sua suposta performatividade e a possíveis filiações políticas. Ademais, normas culturais e de gênero condicionam a legitimidade, que depende de resultados tangíveis e de mensagens culturalmente ressonantes. Sob a perspectiva da recepção da audiência, o estudo demonstra que a legitimidade do ativismo digital é coconstruída por meio de interações dinâmicas entre ativistas e públicos, ressaltando a necessidade de vincular a incidência às demandas definidas pela comunidade para ampliar sua eficácia e autenticidade.

Palavras-chave: *ativismo digital, legitimidade, teoria da recepção da audiência; mídias sociais, Nigéria*

INTRODUCCIÓN

El activismo por los derechos de las mujeres ha sido durante mucho tiempo una fuerza crítica con respecto al avance de la igualdad de género, la justicia social, así como la rendición de cuentas política a nivel global (Ferree & Mueller, 2004; Razavi, 2016). En Nigeria, este activismo ha aportado una visibilidad muy necesaria a los desafíos persistentes que enfrentan las mujeres, incluyendo la violencia de género, la exclusión sociopolítica, así como el acceso limitado a la educación y a los recursos económicos (Bako & Syed, 2018; Cornwall & Rivas, 2015). A pesar de su importancia, la legitimidad del activismo por los derechos de las mujeres, particularmente según lo entienden sus audiencias, puede considerarse un tema complejo y disputado. Las normas culturales africanas patriarcales, las ideologías religiosas y las percepciones de influencia extranjera a menudo moldean cómo se recibe dicho activismo, especialmente en entornos africanos donde las iniciativas de desarrollo y los discursos basados en derechos se filtran con frecuencia a través de cosmovisiones que están localizadas (Irshai & Zion-Waldoks, 2024).

Los debates en los estudios de desarrollo y de la sociedad civil enfatizan la necesidad de repensar cómo se teoriza y evalúa la legitimidad en los esfuerzos de defensa (*advocacy*) que provienen del Sur Global (Garbe, 2022; Katyaini et al., 2021). Gran parte de la literatura existente se centra en los déficits de legitimidad en las dinámicas de poder Norte-Sur, pasando por alto a menudo cómo la legitimidad se construye e interpreta relacionalmente dentro de contextos sociopolíticos y culturales específicos. Por otra parte, conceptos como la rendición de cuentas, la representación y la solidaridad, aunque centrales en el discurso de la legitimidad, requieren una recontextualización crítica para tener sentido en el contexto del Sur (Näsström, 2015; van Zyl & Claeyé, 2019; Woensdregt & Nencel, 2023). Es cierto que comprender la legitimidad en la sociedad civil requiere atender a las interacciones entre los actores de la defensa y sus audiencias. La comprensión de la legitimidad en los discursos de la sociedad civil implica particularmente reconocer diversos públicos de legitimidad e ir más allá para adoptar las percepciones locales de credibilidad (Brown, 2008; Elbers et al., 2022; Erman, 2018; Kontinen & Ndidde, 2023; Matelski et al., 2022). Este estudio se compromete directamente con los debates sobre la legitimidad en la sociedad civil centrándose en un caso clave de la defensa contemporánea basada en el Sur: el *hashtag* #BringBackOurGirls.

Lanzado en respuesta al secuestro en 2014 de 276 niñas escolares de Chibok, estado de Borno, por la insurgencia de Boko Haram, el hashtag #BringBackOurGirls surgió como una poderosa herramienta de movilización digital que exigía el regreso seguro de las niñas y una mayor rendición de cuentas gubernamental (Maigari & Abdul-Qadir, 2019; Oriola, 2024). Inicialmente impulsado a través de Twitter, el hashtag se transformó rápidamente de una expresión de indignación en una campaña cívica y digital organizada. Fuera de línea, estimuló marchas y plantones (*sit-ins*) diarios en la Fuente de la Unidad (*Unity Fountain*) en Abuja, empleando simbolismo de color rojo, pancartas y cánticos para mantener la presión pública sobre los funcionarios del gobierno (Oriola, 2021). En línea, atrajo millones de impresiones y fue tendencia a nivel mundial.

El *hashtag* posicionó el secuestro tanto en los debates nigerianos como internacionales sobre género, seguridad y educación (Adejumo et al., 2022). #BringBackOurGirls se convirtió así en un símbolo de una resistencia pacífica y dirigida por ciudadanos, impulsada por las voces de las mujeres y amplificada a través de la defensa en redes sociales en red.

A pesar de operar en un contexto que puede describirse como frágil y afectado por conflictos, la campaña en torno a #BringBackOurGirls mantuvo una postura firme de neutralidad política. También fue no violenta.

Estos factores han sido señalados como los que preservaron la legitimidad del movimiento y le permitieron perdurar durante mucho tiempo (Njoroge, 2017). La comunicación estratégica de la campaña, notablemente a través del *hashtag* viral, también le ayudó a cosechar apoyo global de organizaciones de derechos humanos, medios internacionales, así como de figuras políticas. De manera significativa, la campaña rechazó el financiamiento externo masivo y, en su lugar, dependió de la participación voluntaria y de la organización en línea descentralizada, lo cual constituyó un intento deliberado de mantener la autonomía y evitar la cooptación por parte de intereses externos, incluyendo ofertas de gobiernos extranjeros y organismos internacionales (Ajayi, 2025; Atela et al., 2021). Se puede argumentar que las elecciones que sustentaron la campaña apuntan a cómo #BringBackOurGirls cultivó legitimidad a través de la solidaridad, la credibilidad y la integridad percibida.

Sin embargo, la legitimidad no es un atributo fijo sino un proceso negociado que está arraigado en relaciones y percepciones (Matelski et al., 2022). A pesar del clamor nacional e internacional que rodea a #BringBackOurGirls, han surgido críticas de algunos sectores del público nigeriano y de las audiencias en línea que cuestionaron sus métodos, mensajes y visibilidad sostenida. Este escepticismo apunta a posibles desconexiones entre el activismo a nivel digital y las expectativas sobre el terreno, lo que refleja la importancia de comprender cómo la legitimidad se construye no solo desde las bases sino también desde los públicos digitales, quienes son consumidores activos, difusores e intérpretes de los mensajes de defensa (Ajayi, 2025; Atela et al., 2021).

Este estudio contribuye al discurso más amplio sobre la legitimidad de la sociedad civil al examinar cualitativamente las perspectivas de los usuarios nigerianos de redes sociales, activistas digitales y audiencias de jóvenes urbanos sobre el hashtag #BringBackOurGirls. El estudio explora cómo estas partes interesadas en línea interpretan la campaña y qué revelan estas interpretaciones sobre la naturaleza relacional y dependiente del contexto de la legitimidad de la defensa impulsada por las redes sociales en Nigeria. Al hacerlo, la investigación es coherente con la literatura emergente que pone en primer plano el carácter procesal y situado de la legitimidad, y la necesidad de centrar a las comunidades del Sur como co-constructoras de significado y autoridad (Katyaini et al., 2021; Kontinen & Ndidde, 2023).

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Percepciones del activismo y dinámicas socioculturales

En Nigeria, las normas culturales y religiosas continúan moldeando las visiones predominantes sobre los roles de género, los derechos y la legitimidad del activismo. Varias religiones en el país se adhieren a estructuras patriarcales tradicionales que a menudo posicionan a las mujeres en roles domésticos y subordinados. Como tal, la defensa de los derechos de las mujeres en este contexto se percibe con frecuencia como un desafío directo a las normas culturales y religiosas arraigadas (Atela et al., 2021). Académicos como Karimullah et al. (2023) argumentan, sin embargo, que las interpretaciones progresistas de diferentes religiones, incluido el Islam, pueden respaldar el empoderamiento de las mujeres y la equidad de género, lo que sugiere el potencial de conciliar los ideales feministas con los marcos religiosos.

La campaña en redes sociales #BringBackOurGirls parece ejemplificar estas tensiones. El estilo directo e intransigente adoptado por las creadoras de la campaña, incluida la activista nigeriana por los derechos de

las mujeres Aisha Yesufu, ha hecho que la campaña sea celebrada por algunos como un símbolo de valentía y ridiculizada por otros por promover ideologías feministas occidentales que carecen de legitimidad cultural en el contexto local. Algunas de sus convocantes, como Aisha Yesufu, también han sido criticadas por ser egoístas en su enfoque (Ayodele, 2024; Murphy, 2017; Oriola, 2024). Estas diferentes percepciones apuntan a una tensión más amplia entre los enfoques del activismo universalistas y los culturalmente integrados. Dinámicas similares se encuentran en otros entornos culturales. Narayan (2013), por ejemplo, critica al feminismo liberal occidental por no reconocer que los discursos sobre los derechos de las mujeres deben estar arraigados en las narrativas culturales locales para ser efectivos.

En un sentido más amplio, la recepción del activismo por los derechos de las mujeres en sociedades conservadoras a menudo depende de la autenticidad percibida de las activistas y de la alineación de sus mensajes con los valores locales. En Indonesia, Afrianty (2015) describe cómo los movimientos feministas musulmanes han ganado legitimidad al enmarcar su defensa dentro de las enseñanzas islámicas en lugar de la retórica feminista secular. Tales ejemplos apuntan a la importancia de estrategias de activismo culturalmente resonantes en contextos donde las normas religiosas y tradicionales dominan la vida social. Aunque las referencias a las "normas africanas" aparecen a menudo en la literatura sobre el activismo basado en derechos (Ibhawoh, 2018; Msibi, 2011; Zanker & Bisong, 2024), es esencial reconocer la heterogeneidad de dichas normas en todo el continente y dentro de países como Nigeria. Las normas relativas a los roles de género, las estructuras de autoridad y la participación comunitaria difieren significativamente entre los contextos étnicos, religiosos y regionales. Por ejemplo, el norte de Nigeria, particularmente entre las comunidades musulmanas Hausa-Fulani, tiende a adherirse a normas de género más conservadoras, enfatizando los roles domésticos para las mujeres y las restricciones a la expresión pública (Afolayan, 2019). En contraste, partes del sur de Nigeria, como entre los Yoruba e Igbo, tienen historias más largas de organización política de las mujeres y activismo de mercado (Chuku, 2009; Johnson, 1982). Por lo tanto, si bien las estructuras patriarcales son prevalecientes en muchas sociedades africanas, sus manifestaciones y el grado de restricción impuesto al activismo por los derechos de las mujeres no son uniformes. Esta diversidad advierte contra las referencias generalizadas a las "normas africanas" y apunta a la importancia de los análisis específicos de cada contexto.

Dinámicas locales-transnacionales en campañas de defensa

Una crítica central a campañas como *Bring Back Our Girls* (BBOG) radica en la desconexión percibida entre las activistas de alto perfil y las comunidades locales que afirman representar (Atela et al., 2021). Aunque BBOG logró atraer la atención internacional hacia los secuestros y los problemas más amplios de la violencia de género, algunas partes interesadas en las áreas afectadas, como Chibok, argumentan que el movimiento ha priorizado la visibilidad en los medios y los mensajes políticos sobre el compromiso y el apoyo local tangible (Aina et al., 2019).

Las dinámicas observadas en la campaña BBOG reflejan hallazgos de otras partes del mundo. Por ejemplo, Matelski (2025), en su estudio sobre el activismo contra la minería de carbón en la Kenia rural, documenta cómo las organizaciones de la sociedad civil (OSC), externas, a menudo ingresan a las comunidades con estrategias preformadas que pueden no alinearse con las prioridades locales. Si bien estas organizaciones pueden brindar un apoyo crítico y vincular a las comunidades con plataformas de defensa transnacionales, también corren el riesgo de fomentar divisiones internas, marginar las voces de las bases y dirigir la resistencia en direcciones impulsadas más por la viabilidad de la campaña que por las necesidades de la

comunidad. Esta "instrumentalización" de la resistencia local se ha observado en otros lugares, incluida América Latina, donde las campañas respaldadas externamente a veces pasan por alto las estructuras de liderazgo tradicionales, lo que resulta en crisis de legitimidad (Peralta et al., 2015).

En el sur de Asia, académicos como Karim (2001) y Jalali (2013) destacan cómo las agendas de los donantes internacionales a menudo dictan las prioridades de los movimientos locales de mujeres, lo que genera tensiones entre las activistas de las bases y las élites de las ONG. Estos patrones globales sugieren que los desafíos del movimiento BBOG no son excepcionales, sino sintomáticos de tensiones estructurales más amplias dentro del activismo transnacional.

Poder, participación y compromiso comunitario

Una de las tensiones clave en los esfuerzos de defensa (*advocacy*) radica en las asimetrías de poder entre las activistas, especialmente aquellas con acceso a los medios internacionales y al financiamiento de donantes, y las comunidades locales. Estos desequilibrios pueden dar lugar a modelos de defensa descendientes (*top-down*), donde las poblaciones afectadas tienen una participación limitada en la definición de la agenda y la implementación (Murphy, 2017; Atela et al., 2021). La crítica de que BBOG no priorizó la rehabilitación de las niñas secuestradas o la mejora de la infraestructura escolar refleja una preocupación más profunda de que las campañas de defensa nacionales e internacionales puedan ser más performativas que transformadoras (Aina et al., 2019).

El activismo efectivo, argumentan los académicos, debe ser participativo e inclusivo. Wilkinson y D'Angelo (2019), por ejemplo, enfatizan la importancia de construir campañas que surjan de las necesidades definidas por la comunidad, en lugar de imponer agendas externas. En el contexto del norte de Nigeria, esto significa comprometerse con los líderes religiosos locales, los ancianos y las organizaciones de base para co-desarrollar estrategias de defensa que sean tanto culturalmente apropiadas como políticamente efectivas. Estas ideas se alinean con las críticas feministas sobre la representación en el trabajo global de derechos humanos. Mohanty (1988) advierte contra la construcción de las mujeres del Tercer Mundo como víctimas pasivas que necesitan ser rescatadas por actores occidentales o de la élite. En su lugar, aboga por un modelo de activismo basado en la solidaridad que enfatice el aprendizaje mutuo y los objetivos políticos compartidos. Tal modelo requeriría que movimientos como BBOG incorporen activamente las voces locales no solo en el encuadre narrativo, sino también en la planificación, la evaluación y la toma de decisiones.

Legitimidad, confianza y la política de la defensa

En contextos altamente polarizados y culturalmente sensibles como Nigeria, la legitimidad del activismo depende no solo de los objetivos sino también del proceso. Las percepciones de que los movimientos están influenciados por gobiernos extranjeros o élites políticas, como se alegó en el caso de BBOG, pueden socavar la confianza de la comunidad y hacer que la defensa sea ineficaz (Hashim et al., 2017). Como ilustra Matelski (2025) en Kenia, la presencia de múltiples OSC con narrativas en competencia puede fracturar el apoyo comunitario y provocar sospechas. Para contrarrestar tal escepticismo, la transparencia en el financiamiento, los objetivos y las alianzas es esencial (Brown, 2008; Atela et al., 2021). La construcción de confianza también implica un compromiso a largo plazo con las comunidades, más allá del ciclo mediático de una campaña determinada. Por ejemplo, las alianzas con grupos de mujeres locales y líderes religiosos

pueden otorgar legitimidad cultural a las campañas y facilitar una aceptación más amplia, incluso cuando se defienden temas controvertidos como la educación de las niñas o la violencia de género.

La trayectoria de la campaña BBOG ejemplifica las dificultades más amplias que enfrentan los esfuerzos de defensa transnacionalmente visibles pero localmente cuestionados. Aunque el movimiento logró mantener la atención internacional sobre las niñas secuestradas, su limitada integración con la comunidad de Chibok y su percibida politización generaron dudas sobre su autenticidad y efectividad (Atela et al., 2021). Este caso refuerza un tema central en los estudios del activismo: los movimientos deben estar incrustados dentro de las realidades sociales y políticas de las comunidades que pretenden representar, o corren el riesgo de ser descartados como desconectados y egoístas.

Brecha en la literatura

La literatura académica existente sobre el movimiento *Bring Back Our Girls* (BBOG) se ha centrado en gran medida en sus orígenes, figuras de liderazgo, impactos políticos y las perspectivas de las comunidades locales en el norte de Nigeria, especialmente Chibok (Aina et al., 2019; Atela et al., 2021). Gran parte de esta investigación enmarca al movimiento dentro del contexto del activismo tradicional y el compromiso comunitario, en lugar de examinar la esfera digital donde el *hashtag* #BringBackOurGirls ganó tracción inicialmente. Aunque los estudios han destacado la visibilidad global de la campaña y sus estrategias de medios, sigue habiendo una investigación empírica limitada sobre cómo los usuarios nigerianos de redes sociales y los activistas digitales (quienes son la audiencia principal y los amplificadores del *hashtag*) perciben la legitimidad de la campaña. En particular, las perspectivas de los participantes en línea sobre la autenticidad, la representación y la alineación con sus propias prioridades no han sido investigadas sistemáticamente. Esta brecha es significativa dado el papel creciente de las redes sociales en la configuración de la opinión pública, la movilización del activismo, así como en conferir legitimidad a las campañas de defensa en Nigeria. Abordar esta brecha permite una mejor comprensión de cómo se construye, negocia y potencialmente disputa la legitimidad en el activismo digital en torno a los derechos de las mujeres.

Objetivo del estudio

Este estudio tiene como objetivo examinar críticamente cómo los usuarios nigerianos de redes sociales y los activistas digitales perciben la legitimidad de la campaña #BringBackOurGirls. Los investigadores se centran en las audiencias en línea para explorar las dinámicas del compromiso digital, la credibilidad y la alineación entre las expectativas de la audiencia en línea y los objetivos de la campaña.

Preguntas de investigación

Este estudio se guía por las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cómo perciben los usuarios nigerianos de redes sociales y los activistas digitales el *hashtag* #BringBackOurGirls y su campaña?
- ¿Qué factores influyen en la legitimidad del *hashtag* #BringBackOurGirls como una campaña de derechos de las mujeres impulsada por las redes sociales en Nigeria?

- ¿Cómo se alinean o entran en conflicto las prioridades de la audiencia en línea con los objetivos representados por la campaña #BringBackOurGirls?

MARCO TEÓRICO

Teoría de la recepción de la audiencia

Este estudio está respaldado por la Teoría de la Recepción de la Audiencia, derivada principalmente del modelo de Codificación/Decodificación de Stuart Hall (1980), el cual sostiene que los mensajes de los medios no se reciben pasivamente, sino que son interpretados activamente por las audiencias de acuerdo con sus propios contextos sociales, culturales e ideológicos. Hall identifica tres posibles lecturas por parte de la audiencia: la **lectura dominante**, la **lectura negociada** y la **lectura opositora**. Cada una de estas lecturas refleja diferentes grados de alineación con el significado pretendido. Este modelo es particularmente relevante para el activismo digital contemporáneo, donde las audiencias no solo consumen mensajes de defensa (*advocacy*), sino que también los circulan, remezclan y disputan, moldeando así la legitimidad percibida de una campaña en tiempo real.

La aplicación de la Teoría de la Recepción de la Audiencia a las perspectivas del público sobre el *hashtag* #BringBackOurGirls permite que este estudio vaya más allá de enfocarse en la producción de mensajes de la campaña, para interrogar cómo los usuarios de redes sociales y los activistas digitales nigerianos proceden a "decodificar" sus significados. En lugar de asumir que los objetivos y marcos de la campaña fueron aceptados universalmente, la teoría fomenta la exploración de cómo diversos grupos —incluidos los jóvenes urbanos, los activistas digitales, los defensores de los derechos de las mujeres y los usuarios cotidianos de redes sociales— construyen activamente sus propias interpretaciones sobre la credibilidad, autenticidad y neutralidad política de la campaña. Por ejemplo, algunos pueden adoptar una **lectura dominante** que ve a la campaña como una demanda legítima y ciudadana de rendición de cuentas; otros pueden producir una **lectura negociada**, apoyando sus objetivos pero cuestionando su liderazgo, tácticas o elitismo percibido; y otros más pueden formar una **lectura opositora**, descartando la campaña por considerarla motivada políticamente o influenciada por el extranjero. Esta tipología es coherente con el objetivo del estudio de observar cómo se construye y disputa la legitimidad dentro de la esfera pública en línea de Nigeria.

La Teoría de la Recepción de la Audiencia también señala cómo las posiciones culturales e ideológicas influyen en la recepción del público. En Nigeria, donde las normas patriarcales, las creencias religiosas y las afiliaciones políticas pueden describirse como poderosos marcadores de identidad, los usuarios en línea pueden interpretar el activismo por los derechos de las mujeres a través de marcos culturales profundamente arraigados. Así, la Teoría de la Recepción de la Audiencia permite realizar un análisis contextualmente sensible sobre cómo tales marcos moldean las percepciones de legitimidad.

Además, la Teoría de la Recepción de la Audiencia destaca la agencia activa de los públicos en línea en la co-construcción de la legitimidad. En los entornos digitales, las audiencias no son simplemente receptoras finales, sino también productoras de discurso al compartir *hashtags,* crear memes y participar en contranarrativas que pueden reforzar o incluso socavar la credibilidad del movimiento. Esta interactividad complejiza los entendimientos tradicionales de la legitimidad como algo conferido únicamente por instituciones o activistas. En cambio, la legitimidad emerge como un resultado relacional y negociado de las interacciones continuas entre los actores del movimiento y sus audiencias, y esta es precisamente la dinámica que investiga este estudio.

Al mismo tiempo, la adopción de la Teoría de la Recepción de la Audiencia como marco teórico invita a una reflexión crítica. Es importante señalar que la teoría ha sido criticada por restar importancia a las asimetrías de poder y a las desigualdades estructurales que influyen en cómo se producen y reciben los mensajes. Si bien resalta la libertad interpretativa, corre el riesgo de sobreenfatizar la autonomía de la audiencia sin considerar suficientemente cómo la curaduría algorítmica, las políticas de las plataformas o las narrativas políticas dominantes restringen las interpretaciones posibles. Por esta razón, el presente estudio utiliza la Teoría de la Recepción de la Audiencia de manera crítica y reflexiva, empleándola como un lente en lugar de un molde rígido. De este modo, el estudio complementa la Teoría con las aportaciones de la investigación sobre legitimidad en los estudios de la sociedad civil, los cuales enfatizan el carácter relacional de la misma. Esta perspectiva combinada permite que la investigación dé cuenta tanto de las prácticas interpretativas de las audiencias como de las condiciones estructurales bajo las cuales tales interpretaciones ganan terreno o son marginadas. El empleo de la Teoría de la Recepción de la Audiencia del modo en que se ha hecho en este estudio faculta a los investigadores para examinar la legitimidad disputada y negociada de la campaña en redes sociales #BringBackOurGirls desde el punto de vista de la audiencia como una parte interesada fundamental. Poner en primer plano la agencia interpretativa de los usuarios de redes sociales y activistas digitales nigerianos significa que el marco sitúa la legitimidad no como un atributo estático de la campaña, sino como un proceso continuo y mediado culturalmente. Este enfoque aborda directamente las preguntas de investigación al explorar cómo las prioridades, expectativas y críticas de las audiencias en línea se cruzan con los objetivos del movimiento, ofreciendo así una comprensión más profunda de las oportunidades y tensiones que se observan en el activismo por los derechos de las mujeres impulsado por las redes sociales en Nigeria.

METODOLOGÍA

Este estudio adoptó un diseño de investigación cualitativa para examinar las perspectivas de los usuarios nigerianos de redes sociales y de los activistas digitales sobre la campaña #BringBackOurGirls. Un enfoque cualitativo es particularmente adecuado para este estudio porque permite una exploración profunda de cómo los individuos experimentan, interpretan y evalúan la legitimidad del activismo impulsado por las redes sociales. Las posturas de académicos como Nardi (2018) sugieren que los métodos cuantitativos, como las encuestas, producirían amplitud pero carecerían de la profundidad requerida para descubrir los significados complejos, las motivaciones y los juicios de credibilidad que las audiencias en línea otorgan a un fenómeno como un hashtag. En contraste, los métodos cualitativos están diseñados para generar datos ricos y sensibles al contexto sobre fenómenos moldeados por la cultura y los valores (Park, 2025). Por lo tanto, este estudio se centra en las diversas formas en que la audiencia da sentido a la legitimidad de la campaña #BringBackOurGirls, lo cual puede capturarse mejor a través de métodos conversacionales y abiertos que mediante métricas numéricas.

Contexto del estudio

El estudio se ubica dentro del entorno digital nigeriano, particularmente en plataformas como Twitter (X) y Facebook, donde la campaña #BringBackOurGirls se originó y obtuvo mayoritariamente visibilidad internacional. Este contexto ofrece dos ventajas principales sobre el trabajo de campo geográficamente limitado:

- Autenticidad del entorno: el compromiso con los participantes en el mismo espacio digital donde se desarrolla el activismo significa que el estudio puede observar las percepciones en su entorno natural, en lugar de como recuerdos post-hoc.
- Mayor alcance y diversidad: las redes sociales trascienden las barreras geográficas y socioeconómicas, lo que permite la inclusión de participantes de diferentes estados nigerianos, profesiones y entornos sociopolíticos.

Selección de participantes

Se empleó una estrategia de muestreo intencional (purposive sampling) para identificar a quienes participan activamente en discusiones en línea relacionadas con la justicia social, la igualdad de género y la campaña #BringBackOurGirls. Este enfoque de muestreo está justificado porque se dirige deliberadamente a personas con experiencia y conocimiento relevantes sobre el fenómeno bajo investigación, en lugar de depender de una selección aleatoria que podría diluir el enfoque del estudio.

Los datos se recolectaron a partir de 15 participantes, distribuidos de la siguiente manera:

- 5 activistas digitales que emplean regularmente el hashtag #BringBackOurGirls o lideran esfuerzos de defensa en línea.
- 5 influencers/creadores de contenido que generan contenido en torno a temas sociales o políticos y discuten activamente sobre género y activismo en las redes sociales.
- 5 usuarios cotidianos de redes sociales que participan constantemente en debates sobre género y activismo en línea.

Este enfoque es superior a las entrevistas comunitarias presenciales porque se conecta directamente con la esfera pública interconectada (*networked public sphere*) que sostiene la campaña. El perfil demográfico de los participantes seleccionados se presenta en la Tabla 1 a continuación:

Tabla 1. Perfil demográfico de los participantes

ID PARTICIPANTE	CATEGORÍA	EDAD (AÑOS)	MODO DE INTERACCIÓN EN LÍNEA
DA1	Activista Digital	37	Usa regularmente #BringBackOurGirls
DA2	Activista Digital	30	Dirige campañas en línea
DA3	Activista Digital	35	Enfoque en problemas del norte de Nigeria
DA4	Activista Digital	38	Administra un blog activista
DA5	Activista Digital	36	Trabaja con ONGen línea
IC1	Influencer / Creador de Contenido	31	Crea videos sobre temas sociales / ONG a tiempo parcial
IC2	Influencer / Creador de Contenido	31	Presencia en Instagram y YouTube
IC3	Influencer / Creador de Contenido	28	Cubre temas de derechos de las mujeres
IC4	Influencer / Creador de Contenido	30	Podcast sobre política y juventud

ID PARTICIPANTE	CATEGORÍA	EDAD (AÑOS)	MODO DE INTERACCIÓN EN LÍNEA
IC5	Influencer / Creador de Contenido	27	Colabora con ONG
SM1	Usuario Cotidiano de Redes Sociales	26	Participa en debates en X (Twitter)
SM2	Usuario Cotidiano de Redes Sociales	50	Sigue a grupos feministas en línea
SM3	Usuario Cotidiano de Redes Sociales	29	Escribe hilos de opinión
SM4	Usuario Cotidiano de Redes Sociales	37	Participa en encuestas en línea
SM5	Usuario Cotidiano de Redes Sociales	38	Comenta regularmente en publicaciones de activismo

Nota. Elaboración propia

Métodos de recolección de datos

Los datos se recolectaron a través de entrevistas en línea semiestructuradas realizadas vía Zoom y Google Meet. Cada entrevista tuvo una duración aproximada de entre 20:00 y 30:00 minutos. Se seleccionó este método de recolección de datos porque permite a los participantes hablar libremente y también de manera crítica (Azhari et al., 2022; Oates et al., 2022) sobre un tema que es un tanto sensible desde el punto de vista político, al mismo tiempo que preserva el anonimato y la comodidad. Además, ayuda a superar las limitaciones geográficas y permite la inclusión de participantes de diferentes regiones de Nigeria. Aunado a esto, las entrevistas como enfoque para la recolección de datos cualitativos ayudan a generar datos diversos y ricos que reflejan los valores y percepciones individuales en sus propias palabras (Schultze & Avital, 2011). Una encuesta podría haber proporcionado una cobertura más amplia, pero habría sido inadecuada para explorar los factores sutiles (tales como las señales de credibilidad, los juicios de autenticidad, así como las percepciones de impacto) con respecto a la legitimidad en línea, debido a que las encuestas dependen mayoritariamente de un cuestionario como instrumento de recolección de datos con opciones rígidas para elegir. Las sesiones de entrevista estuvieron orientadas por una guía de entrevista, y los temas cubiertos en dicha guía incluyeron: las percepciones sobre el *hashtag* #BringBackOurGirls y su credibilidad; los factores que hacen que el activismo en línea parezca auténtico o performativo; así como la alineación de las prioridades de la audiencia con la campaña #BringBackOurGirls.

Análisis de datos

Los datos se analizaron utilizando el análisis temático de seis fases de Braun y Clarke (2006), el cual ofrece un marco riguroso pero flexible para identificar patrones y significados dentro de los datos cualitativos. Este método fue elegido por su capacidad para revelar temas tanto latentes como manifiestos, y por su claro rastro de auditoría desde los datos hasta la interpretación, de una manera que mejora la transparencia, la credibilidad y la confiabilidad.

- **Fase 1: Familiarización.** El primer paso en el proceso de análisis fue la familiarización. Todas las grabaciones de las entrevistas se transcribieron textualmente, a lo que siguióuna lectura activa y repetida para garantizar la inmersión en el lenguaje y los contextos de los participantes. Se mantuvieron notas reflexivas durante esta etapa para documentar las impresiones emergentes.
- **Fase 2: Codificación inicial.** Se llevó a cabo una codificación sistemática línea por línea en las

transcripciones. Los códigos se desarrollaron de forma inductiva para capturar las percepciones sobre el activismo digital, la credibilidad y la alineación con las prioridades de los participantes. Los ejemplos de códigos iniciales incluyen: *"Uso de hashtags para presionar al gobierno"*, *"escepticismo sobre los motivos de las activistas"*, *"atención en línea frente a cambios en el mundo real"* y *"confianza solo cuando se conoce a las activistas personalmente"*.

- **Fase 3: Desarrollo de temas.** Los códigos relacionados se agruparon en temas preliminares. Por ejemplo, el tema *"Percepciones del hashtag #BringBackOurGirls"* surgió a partir de códigos iniciales como *"visibilidad sostenida"*, *"valentía al hablarle al poder"* y *"memoria colectiva"*, los cuales se agruparon en la categoría *"reconocimiento del impacto"*. Por otra parte, los códigos *"herramienta política"*, *"agendas ocultas"* y *"falta de resultados tangibles"* formaron las categorías "*instrumentalización política"* y "*brecha de efectividad"*. Una categoría de contrapeso, "*defensa de la autenticidad"*, surgió de los códigos que enfatizaban la sinceridad y la imparcialidad. En conjunto, estas categorías dieron forma al tema *"Percepciones del hashtag #BringBackOurGirls"*, capturando cómo los participantes veían el *hashtag* como legítimo para amplificar la defensa, aunque cuestionando sus motivos, su neutralidad política y su capacidad para generar un cambio local.
- **Fase 4: Revisión de temas.** Cada tema se refinó para asegurar la coherencia interna y su distinción frente a otros temas. Se revisaron nuevamente los extractos de datos para verificar la precisión del ajuste entre los códigos y los temas.
- **Fase 5: Definición y denominación de temas.** En esta etapa se articuló y definió la esencia de cada tema. Se seleccionaron citas ilustrativas para dar una voz auténtica a las perspectivas de los participantes, tal como se puede observar en la sección de resultados.
- **Fase 6: Elaboración del informe.** En la etapa de presentación de informes, los hallazgos se sintetizaron en una narrativa coherente organizada en torno a estos temas. Esta etapa se centró en las voces de los participantes con el fin de proporcionar un relato profundo de cómo se percibe y negocia la legitimidad en el activismo digital.

CONSIDERACIONES ÉTICAS

Dada la sensibilidad del activismo en línea y su potencial para atraer el escrutinio público o político, se adoptaron protocolos éticos detallados. En primer lugar, el consentimiento informado se obtuvo de manera digital, proporcionando a los participantes detalles claros sobre los objetivos del estudio, su naturaleza voluntaria, así como las medidas de confidencialidad. Además, se anonimizaron todos los detalles identificativos; se utilizaron seudónimos en la redacción del informe; y se emplearon plataformas digitales seguras para la recolección de los datos. Asimismo, se informó a los participantes sobre su derecho a retirarse de la investigación en cualquier momento sin sufrir ninguna penalización.

RESULTADOS

Esta sección presenta los resultados del estudio de forma temática, en consonancia con las preguntas de investigación. Los temas que surgieron en el transcurso del análisis de datos son los siguientes: *Percepciones del hashtag #BringBackOurGirls*; *factores que influyen en la legitimidad percibida del hashtag #BringBackOurGirls*; y *alineación de las prioridades de la audiencia con la campaña #BringBackOurGirls*.

Percepciones de la etiqueta #BringBackOurGirls

Este estudio explora las complejas y, a veces, contradictorias percepciones sobre el *hashtag* #BringBackOurGirls y su movimiento entre las audiencias en línea nigerianas. Varios participantes expresaron su aprecio por la defensa sostenida que representó el *hashtag*, reconociendo que, sin este esfuerzo colectivo, el destino de las niñas de Chibok podría haber quedado en el olvido.

Un participante que escribe hilos de opinión (SM3: Usuario Cotidiano de Redes Sociales, 29 años) señaló:

> *Entiendo por qué algunas personas lo cuestionan, pero también sé que, si no fuera por este hashtag, el mundo tal vez ni siquiera recordaría lo que pasó aquí. La gente siguió hablando cuando otros ya habían pasado página.*

El sentimiento de SM3, destacado anteriormente, fue respaldado por otro participante que interviene en debates en X/Twitter (SM1: Usuario Cotidiano de Redes Sociales, 26 años):

> *Si no fuera por la etiqueta #BringBackOurGirls, ¿se habría acordado el mundo de estas niñas? Tuvo la valentía de desafiar a los que están en el poder. A muchos de nosotros nos dio la esperanza de que alguien estuviera dispuesto a hablar cuando los demás callaban.*

Las perspectivas presentadas reflejan la legitimidad del hashtag

#BringBackOurGirls como una forma de «actuar en nombre de otros» (Näsström, 2015) y refuerzan la idea de que la solidaridad, incluso cuando se recibe de manera imperfecta, puede ser una fuente poderosa de legitimidad cuando desafía el silencio y la inacción. Sin embargo, mientras muchos reconocen y celebran el impacto del *hashtag*, otros mantienen su escepticismo respecto a sus motivos, cuestionando si la campaña era políticamente neutral o si estaba impulsada por afiliaciones ocultas. Un activista digital que gestiona un blog activista (DA4: Activista Digital, 38 años) expresó esta postura:

> *Bueno, no sabría decir si es auténtico, pero analizando el asunto de #BringBackOurGirls, a veces me pregunto si es una herramienta política... Superficialmente lo ha intentado. Por dentro, no lo sabemos, ¿o qué opina usted al respecto?*

De manera similar, otra participante que afirma tener una sólida presencia en Instagram y YouTube (IC2: Influencer/Creadora de Contenido, 31 años) remarcó:

> *Hacen lo que hacen para llamar la atención y ganar popularidad. Es una herramienta política enviada por algunos políticos para causar caos.*

Estos comentarios reflejan un patrón más amplio en muchas partes del norte de Nigeria, donde el activismo —particularmente el que recibe atención nacional o internacional— es frecuentemente escudriñado ante posibles influencias políticas o extranjeras. Para algunos participantes, la aparente falta de resultados tangibles suscitó dudas sobre la efectividad del *hashtag*. Un participante que comenta regularmente en publicaciones sobre activismo (SM5: Usuario Cotidiano de Redes Sociales, 38 años) comentó:

> *El problema es que muchas de estas activistas hablan, pero ¿qué hacen realmente? Las vimos en Abuja, marchando y gritando, pero ¿qué hizo eso por nosotros aquí? Las niñas siguen desaparecidas. La comunidad sigue sufriendo. ¿Qué ha cambiado?*

La opinión de SM5 refleja una crítica importante: que la defensa a nivel nacional, por más ruidosa que sea, puede tener dificultades para cumplir con las expectativas de las comunidades afectadas a menos que vaya acompañada de un cambio visible y localizado. A pesar del escepticismo, otros participantes defendieron enérgicamente las intenciones y métodos del *hashtag*. Un activista digital (DA1: Activista Digital, 37 años) apuntó:

> *#BringBackOurGirls ha hecho todo lo posible. Hizo lo correcto. Es sincero y honesto. Sé que algunas personas lo juzgarán mal... No creo que sea un instrumento de los políticos.*

Los hallazgos sobre las percepciones de los participantes en torno al *hashtag* #BringBackOurGirls señalan la naturaleza disputada pero impactante del mismo; revelan cómo las percepciones de legitimidad se ven moldeadas por las normas culturales, la desconfianza política y las expectativas de un cambio directo.

Factores que influyen en la legitimidad percibida de la etiqueta #BringBackOurGirls

Con respecto a los factores que influyen en la legitimidad percibida del hashtag #BringBackOurGirls, surgieron dos subtemas: los contextos culturales y religiosos como guardianes de la legitimidad e historial de escepticismo y autenticidad de base.

Los contextos culturales y religiosos como guardianes de la legitimidad

La legitimidad percibida del *hashtag* #BringBackOurGirls no puede separarse de las normas socioculturales y religiosas profundamente arraigadas que moldean las relaciones de género en el norte de Nigeria. Un tema dominante que surge de las narrativas de los participantes es la tensión entre el activismo de orientación feminista y las expectativas tradicionales sobre los roles de las mujeres. Una participante (SM2: Usuaria Cotidiana de Redes Sociales, 50 años, seguidora de grupos feministas en línea) explicó:

> *Esa no es nuestra costumbre. Las mujeres deben apoyar a sus esposos y a sus familias, y luego emprender carreras que las hagan mejores personas, mientras cuidan de sus familias al mismo tiempo. Cuando salen y hablan demasiado, la gente empieza a preguntarse quién está detrás de ellas y uno se cuestiona si realmente están cuidando a sus familias. Hoy están aquí, mañana allá. Quién cuida de sus familias mientras ellas se mueven de un lado a otro en las redes sociales. Algunas de estas mujeres están perdiendo el enfoque. No todo consiste en gritar en las redes sociales.*

Otra participante también hizo comentarios que apuntan a lo que pueden describirse como expectativas culturales en torno a los roles de género y el comportamiento público. Esta participante, quien colabora con ONG (IC5: Influencer/Creadora de Contenido, 27 años), afirmó:

> *Creo que, en algunas culturas, las mujeres que hablan demasiado alto son percibidas de cierta manera. Conozco una cultura en la parte sureste de Nigeria donde a las mujeres no se les permite estar de pie mientras hablan en una asamblea comunitaria, como una forma de mostrar fragilidad o vulnerabilidad. Cuando una mujer es demasiado ruidosa, puede hacer que la gente se sienta incómoda. La mujer puede ser vista como irrespetuosa...*

La cita de SM2 revela cómo el activismo a menudo se lee a través del lente de la sospecha, insinuando que las mujeres abiertamente expresivas podrían estar sirviendo a agendas ocultas o extranjeras, especialmente en contextos donde tradicionalmente se espera que cuiden de sus hogares, mientras asumen carreras que no impidan sus capacidades para ser esposas y madres disponibles en casa. Tales percepciones ilustran la resistencia estructural arraigada en las tradiciones patriarcales, donde la participación pública y vocal por

parte de las mujeres parece violar las normas de género establecidas. De manera similar, respuestas como la de IC5 ilustran las dimensiones de género de la legitimidad y el liderazgo público. Mientras que el tono confrontativo del *hashtag* es celebrado en algunos círculos que pueden describirse como "progresistas", este puede entrar en conflicto con las normas tradicionales que valoran formas de influencia más silenciosas y menos directas, especialmente por parte de las mujeres.

Sin embargo, otra participante (DA3), una activista digital de 35 años cuyo enfoque se centra en los problemas del norte de Nigeria, ofreció una contranarrativa fundamentada en las prácticas indígenas:

> *Nuestras madres y abuelas siempre han sido las encargadas de traer la paz cuando hay problemas. Van con los ancianos, hablan con los líderes y resuelven las disputas. Esto también es activismo, pero se hace con sabiduría y respeto.*

DA3 parece enmarcar el activismo de las mujeres como históricamente legítimo pero codificado culturalmente. Aquí, el activismo femenino se concibe arraigado en la mediación, el consenso y el respeto por los ancianos, lo que sugiere que la legitimidad puede cultivarse no mediante el rechazo de la tradición, sino a través de su reinterpretación. El activismo percibido como consistente con las normas comunitarias —como la defensa enmarcada como un deber moral, la mediación o la armonía social, tal como sugieren las opiniones de la participante DA3— parece más aceptable que el activismo planteado como confrontación o imposición externa. El tema de la cultura y la religión en este sentido refleja lo que puede denominarse la "traducción cultural" del activismo. Parecería que las campañas por los derechos de las mujeres tienen mayores probabilidades de ganar credibilidad cuando se alinean con los discursos religiosos y culturales dominantes, o al menos cuando no se percibe que los socaven directamente.

Escepticismo histórico y autenticidad de base

El segundo tema principal dentro de los factores que influyen en la legitimidad percibida del *hashtag* #BringBackOurGirls concierne a la memoria histórica de intervenciones externas (incluidas las actividades por los derechos civiles) que no han sido efectivas, y al escepticismo resultante sobre la autenticidad de los esfuerzos de defensa.

Una participante (IC4), influencer/creadora de contenido de 30 años, remarcó:

> *Hemos visto muchas de estas campañas ir y venir. Hablan y defienden grandes cosas, pero al final, nada cambia para las mujeres. Seguimos sin escuelas y sin hospitales que garanticen que las mujeres salgan adelante…*

Los comentarios de la participante IC4 apuntan a lo que puede describirse como un cansancio profundamente asentado frente a las campañas en redes sociales sobre los derechos de las mujeres que prometen transformaciones pero no producen beneficios tangibles. En este contexto, los *hashtags* y los esfuerzos de defensa vinculados a actores internacionales o de la élite pueden ser descartados por ser simbólicos o performativos en lugar de sustantivos. Sin embargo, es importante señalar los argumentos que sostienen que el *hashtag* #BringBackOurGirls se benefició de su origen de base (*grassroots*) y su resonancia local. Su tracción inicial provino de ciudadanos nigerianos, particularmente madres y mujeres jóvenes, antes de globalizarse. Esta apropiación local ayudó a diferenciarlo de las intervenciones descendientes (*top-down*) y lo posicionó de forma que pudiera parecer creíble ante públicos escépticos.

El tema del escepticismo histórico y la autenticidad de base señala la importancia de lo que puede describirse como "capital de autenticidad" en el activismo digital. Los movimientos que se perciben como surgidos desde

el interior de la comunidad (reflejando quejas reales), movilizados por actores locales y fundamentados en la experiencia cotidiana, pueden superar el escepticismo. Esta autenticidad actúa como un amortiguador contra las dudas de que el activismo por los derechos de las mujeres esté impulsado por el extranjero o desconectado de las realidades locales.

Estos dos subtemas (los marcos culturales/religiosos y el escepticismo histórico/autenticidad de base) trazan el terreno de la legitimidad para #BringBackOurGirls. La legitimidad no es estática sino negociada: se potencia cuando las campañas resuenan con los roles de género aceptados y las prácticas comunitarias, y cuando se distancian visiblemente de las agendas externas o de las narrativas impulsadas por las élites. En pocas palabras, la legitimidad percibida es el resultado tanto de la alineación cultural como de la credibilidad experiencial.

Alineación de las prioridades de la audiencia con la campaña #BringBackOurGirls

Los hallazgos revelan lo que puede describirse como una relación ambivalente entre las prioridades de la audiencia en línea y los objetivos de la campaña #BringBackOurGirls. Aunque el tema de la **«Alineación de las prioridades de la audiencia con la campaña #BringBackOurGirls**» parecería ser similar al tema de las **«Percepciones del hashtag #BringBackOurGirls**», el primero revela específicamente lo que los participantes habrían deseado que la campaña reflejara, en consonancia con sus prioridades. Una de las participantes señaló que prefiere una campaña que se articule en torno a su capacidad para ofrecer mejoras tangibles, en lugar de una alineación ideológica. Esta participante (SM4, usuaria cotidiana de redes sociales, 37 años) afirmó:

> *Queremos que nuestras hijas vayan a la escuela, pero también queremos que estén seguras. Queremos un activismo que ayude a traer seguridad. Este es el buen activismo. El hashtag intentó aportar esto y por eso lo apoyé.*

Las opiniones de SM4 sugieren que la legitimidad no está arraigada en la retórica feminista, sino en los resultados percibidos, específicamente en la protección de las niñas y la restauración del orden social. De manera similar, otra participante (DA2, activista digital, 30 años) enfatizó el valor instrumental del activismo, vinculando la legitimidad con el impacto visible:

> *Los hashtags son buenos, pero estamos cansadas de solo hablar en línea. Si no conduce a acciones reales como leyes y la aplicación de leyes que protejan los derechos de las mujeres y las niñas, escuelas reconstruidas o niñas rescatadas, la gente dejará de creer en ello.*

Otra participante se interesó en el encuadre cultural de la igualdad de género. Esta participante (IC3, quien se identifica como influencer/creadora de contenido que cubre temas de derechos de las mujeres, 28 años) explicó:

> *Cuando dicen que las mujeres deben ser iguales a los hombres, algunas personas sienten que están intentando cambiar nuestra forma de vida. Pero si hablan de ayudar a las mujeres de una manera que respete nuestra cultura, tal vez más gente escuche.*

La postura de IC3 no apunta a un rechazo del empoderamiento de las mujeres, sino a una resistencia frente al encuadre de dicho empoderamiento como algo opuesto a la tradición. Otro participante (DA5: Activista Digital, 36 años, trabaja con ONG en línea) también destacó la importancia de la autenticidad y la representación para mantener la alineación:

> *Algunas de las líderes del movimiento parecen élites. De hecho, son élites. Ya sabe que la Dra.Oby Ezekwesili era una de ellas. Fue política, incluso exministra. La gente en línea quiere ver rostros como los suyos. Quieren ver a nigerianos comunes, no solo a celebridades o políticos.*

Sin embargo, al mismo tiempo, no todos los participantes se mostraron críticos. Una participante (IC1, influencer/creadora de contenido, 31 años, quien también crea videos sobre temas sociales y trabaja a tiempo parcial en una ONG) ofreció una perspectiva de fuerte respaldo. Esta participante enmarcó la campaña como un correctivo esencial ante las deficiencias por parte del gobierno y reflejó las opiniones de SM4 de que las campañas por los derechos de las mujeres que resuelven problemas reales eran la prioridad:

> *Mi prioridad es garantizar que las mujeres y las niñas estén seguras y bien cuidadas. Sin #BringBackOurGirls, el gobierno habría ignorado a las niñas de Chibok. Esta campaña mantuvo vivo el tema y nos recordó que nuestras niñas importan. Esta es mi prioridad…*

Estos hallazgos sobre la alineación de las prioridades de la audiencia con la campaña #BringBackOurGirls sugieren que dicha alineación es condicional y dinámica. Los usuarios en línea adoptan sus objetivos centrales: la educación de las niñas, la seguridad y la rendición de cuentas. Sin embargo, desean que la defensa sea culturalmente resonante, visiblemente efectiva y auténticamente representativa. Este análisis respalda el argumento más amplio del estudio, el cual sostiene que la legitimidad en el activismo digital por los derechos de las mujeres es relacional, negociada y contingente a la alineación entre los objetivos de las activistas y las prioridades de la audiencia.

DISCUSIÓN

Los resultados del estudio sobre la campaña #BringBackOurGirls señalan las complejas y, a veces, contradictorias percepciones en torno al *hashtag* y su activismo asociado. Al yuxtaponerse con la literatura existente, emergen diversas similitudes y contrastes, particularmente en lo que respecta a las dinámicas culturales, las percepciones de legitimidad y el compromiso de la audiencia. Tanto los resultados como la revisión de la literatura destacan la influencia significativa de las normas culturales y religiosas en las percepciones del activismo por los derechos de las mujeres en Nigeria. Los participantes del estudio hicieron eco de los sentimientos encontrados en la literatura respecto a las estructuras patriarcales arraigadas que posicionan a las mujeres en roles domésticos. Por ejemplo, una participante señaló: «Esa no es nuestra costumbre. Las mujeres deben apoyar a sus esposos y a sus familias» (SM2), reflejando la resistencia estructural incorporada en las tradiciones patriarcales (Atela et al., 2021). Esta alineación refuerza la noción de que el activismo puede ser percibido como un desafío a las normas culturales, un tema también enfatizado por académicos como Atela et al. (2021) y Karimullah et al. (2023). Además, el escepticismo expresado por algunos participantes respecto a los motivos detrás de la campaña #BringBackOurGirls refleja las críticas halladas en la literatura sobre la desconexión percibida entre las activistas de alto perfil y las comunidades locales. Así, un participante cuestionó: «A veces me pregunto si es una herramienta política» (DA4). Esta perspectiva resuena con Atela et al. (2021), quienes señalan que movimientos como BBOG son frecuentemente escrutados por sus afiliaciones políticas, y este escepticismo se origina en una preocupación más amplia de que el activismo pueda ser más performativo que transformador, tal como lo destacan Aina et al. (2019).

Asimismo, los hallazgos revelan una demanda de cambio visible y localizado como medida de legitimidad, alineándose con la afirmación de la literatura de que el activismo efectivo debe ser participativo y receptivo a las necesidades definidas por la comunidad (Wilkinson & D'Angelo, 2019). Los participantes expresaron

frustración ante la falta de resultados tangibles, afirmando: «Muchas de estas activistas hablan, pero ¿qué hacen realmente?» (SM5); esto evoca la crítica de la literatura de que la defensa a nivel nacional a menudo queda por debajo de las expectativas locales (Aina et al., 2019).

Sin embargo, los resultados del estudio indican lo que puede describirse como una tensión entre las normas de género tradicionales y la naturaleza confrontativa del *hashtag*, según lo ilustra el comentario de IC5: «En nuestra cultura, las mujeres que hablan demasiado alto son percibidas de cierta manera. Cuando una mujer es demasiado ruidosa, puede hacer que la gente se sienta incómoda…». Esta crítica de género está un tanto menos enfatizada en la literatura, la cual se enfoca más en las implicaciones generales del activismo que en las dinámicas específicas de género en juego. Si bien la literatura reconoce la naturaleza de género del activismo (Murphy, 2017), los resultados de este estudio resaltan la incomodidad que algunas audiencias y algunas culturas pueden sentir hacia las mujeres asertivas en los espacios públicos, lo cual apunta a un conflicto cultural o religioso directo que es único en el discurso en línea que rodea a BBOG. Será importante explorar más a fondo cómo las inclinaciones religiosas o la cultura de individuos como IC5 influyen en sus percepciones sobre el activismo por los derechos de las mujeres en el mundo actual.

Los hallazgos de este estudio poseen ciertas implicaciones para la Teoría de la Recepción de la Audiencia. La teoría sugiere que la interpretación de los medios y del activismo por parte de las audiencias es un proceso activo moldeado por los contextos personales y culturales. En este estudio, la Teoría de la Recepción de la Audiencia se ve implicada en la forma en que los participantes dan sentido a la campaña #BringBackOurGirls. Las respuestas mixtas revelan que las percepciones de la audiencia no son meras reacciones pasivas, sino que se negocian activamente a través de las normas y expectativas culturales. Por ejemplo, el aprecio por los esfuerzos de defensa de la campaña, expresado por los participantes, refleja un compromiso activo con el *hashtag,* viéndolo como una herramienta crítica para generar conciencia sobre el destino de las niñas de Chibok.

Los hallazgos de este estudio indican que la legitimidad en el activismo digital es relacional y contingente a qué tan bien resuenan los objetivos de los activistas con las prioridades de la audiencia, tal como lo ilustran las variadas respuestas al *hashtag.* Este resultado es consistente con los hallazgos de académicos como *Matelski et al. (2022),* los cuales sugieren que la legitimidad no es un atributo fijo sino un proceso negociado que está arraigado en relaciones y percepciones. La expectativa de resultados tangibles y mensajes culturalmente resonantes sugiere que las audiencias no son únicamente receptivas; se comprometen críticamente con el contenido y evalúan su relevancia respecto a sus realidades vividas, lo que contribuye a la teoría de la recepción de la audiencia al enfatizar la necesidad de que los activistas comprendan los contextos culturales y las expectativas de su público para asegurar un compromiso significativo.

Los hallazgos aportan a la Teoría de la Recepción de la Audiencia al señalar la importancia del contexto y las dinámicas culturales en la configuración de las percepciones sobre el activismo. Sugieren que la legitimidad no se deriva exclusivamente de las intenciones de los activistas, sino que se co-construye a través de las interacciones entre estos y sus audiencias. Esta comprensión relacional expande la Teoría de la Recepción de la Audiencia para incluir las dimensiones sociopolíticas y culturales específicas del activismo por los derechos de las mujeres en sociedades conservadoras.

Este estudio adoptó un enfoque cualitativo y constructivista para examinar las percepciones de los usuarios de redes sociales y activistas digitales nigerianos sobre la campaña #BringBackOurGirls. El conocimiento se entendió como una construcción social. Los resultados sugieren que la legitimidad en el activismo es relacional y se negocia entre activistas y audiencias. La Teoría de la Recepción de la Audiencia señaló

cómo los antecedentes culturales, los contextos sociales y las experiencias personales de los participantes moldearon sus interpretaciones sobre la credibilidad de la campaña.

Metodológicamente, las entrevistas semiestructuradas que se realizaron en línea permitieron una recolección de datos rica y sensible al contexto en diversas ubicaciones, aunque las sensibilidades políticas a veces limitaron la apertura de los participantes. El muestreo intencional garantizó perspectivas informadas, pero planteó interrogantes sobre la representatividad. Las entrevistas digitales también presentaron desafíos como problemas de conectividad y una reducción potencial de la profundidad en comparación con los intercambios cara a cara. El análisis temático proporcionó una estructura para identificar patrones, pero requirió transparencia y reflexividad para abordar los sesgos y las interpretaciones en evolución. Se puede concluir que las elecciones metodológicas y epistemológicas proporcionaron una base sólida para explorar las percepciones de legitimidad, al tiempo que subrayaron las complejidades del activismo digital, la recepción de la audiencia y la importancia del contexto cultural en Nigeria.

CONCLUSIONES

Este estudio exploró en profundidad las percepciones en torno a la campaña #BringBackOurGirls entre los usuarios de redes sociales y los activistas digitales nigerianos. Los hallazgos revelaron una combinación de aprecio y escepticismo hacia el *hashtag,* en una medida que refleja dinámicas socioculturales más profundas, desconfianza política y expectativas de un cambio tangible. Los participantes reconocieron el papel del *hashtag* para mantener la difícil situación de las niñas de Chibok en el discurso público, al mismo tiempo que criticaron su naturaleza percibida como performativa y las posibles afiliaciones políticas detrás de este. Los resultados sugieren que la legitimidad en el activismo digital es relacional y contingente a la alineación entre los objetivos de los activistas y los contextos culturales y sociales de la audiencia.

Este estudio contribuye al cuerpo de investigación existente al abordar una brecha significativa con respecto a las percepciones de las audiencias en línea en el contexto de una campaña prominente de activismo digital. Mientras que la literatura existente se ha centrado primordialmente en los orígenes, los impactos políticos y el liderazgo del movimiento #BringBackOurGirls, este estudio desplaza el enfoque hacia el papel activo de los usuarios de redes sociales y activistas digitales en la interpretación y negociación de la legitimidad del movimiento. La adopción de la Teoría de la Recepción de la Audiencia demuestra cómo la investigación enfatiza el compromiso activo de las audiencias para dar forma a la narrativa en torno al hashtag, destacando así que la legitimidad del activismo no es conferida únicamente por la validación externa, sino que se co-construye a través de las interacciones dinámicas entre los activistas y sus audiencias.

Asimismo, el estudio reveló cómo las normas culturales y de género profundamente arraigadas influyen en las percepciones de legitimidad. Este resultado sugiere que los marcos tradicionales de activismo podrían necesitar adaptarse para resonar con los valores locales. Esta perspectiva desafía las narrativas frecuentemente universalistas del activismo por los derechos de las mujeres, al demostrar la importancia de enfoques culturalmente sensibles que respeten las tradiciones locales mientras abogan por el cambio al mismo tiempo.

Los hallazgos también sugieren que las expectativas de resultados tangibles, más que la mera alineación ideológica, son fundamentales para el apoyo de la audiencia. Puede decirse que esta perspectiva añade una dimensión crítica al discurso sobre el activismo digital, ya que sugiere que las campañas no solo deben

generar conciencia, sino también ofrecer resultados concretos que sean consistentes con las necesidades definidas por la comunidad.

Se puede concluir que el estudio enriquece el discurso sobre el activismo digital y los derechos de las mujeres al poner en primer plano las voces de los usuarios nigerianos de redes sociales, ilustrando la naturaleza compleja y a menudo cuestionada de la legitimidad en la defensa de causas. Se hace un llamado a repensar las estrategias de compromiso en el activismo para que prioricen la resonancia cultural, la participación local y la rendición de cuentas, como una vía para asegurar que los esfuerzos de defensa sean más efectivos y significativos.

RECOMENDACIONES

Las investigaciones futuras deberían ir más allá del contexto digital del activismo en redes sociales para incluir entrevistas presenciales en diversas comunidades nigerianas. Este enfoque proporcionaría perspectivas locales más ricas sobre cómo los diferentes grupos demográficos perciben la campaña. Un estudio de este tipo podría abordar las limitaciones de la investigación actual, la cual se centró principalmente en audiencias digitalmente activas y pasó por alto las perspectivas de aquellos que son menos activos en línea. Además, la realización de estudios longitudinales podría ayudar a rastrear la evolución de las percepciones respecto a la campaña #BringBackOurGirls a lo largo del tiempo. Esto permitiría a los investigadores evaluar cómo los cambiantes panoramas políticos, sociales y culturales influyen en el compromiso de la audiencia y en las percepciones de legitimidad, abordando así la limitación de los datos transversales (*snapshot data*) del presente estudio cualitativo.

Por otra parte, las investigaciones futuras deberían apuntar a incluir una gama más amplia de características demográficas de los participantes, tales como grupos marginados, poblaciones rurales y no nativos digitales. Abordar esta limitación significaría que los investigadores podrían garantizar que los hallazgos reflejen un espectro más amplio de opiniones y experiencias sociales, de manera que se mejore la validez general y la riqueza de los datos obtenidos. La investigación futura relacionada también puede examinar cómo varía la percepción de la legitimidad de las actividades por los derechos de las mujeres a través de factores demográficos como la educación, la edad y las calificaciones académicas.

REFERENCIAS

Adejumo, O.A., Ntoimo, L., Odimayo, M.S., Adebimpe, W.O., Okiei, B., Osungbemiro, W., Olajuyigbe, E., Igbafe, K., Temitayo-Oboh, A., Faboya, T. & Oludiran, O. (2022). Experience of gender-based violence by internally displaced women in Southern Nigeria: A cross-sectional study. Journal of Interpersonal violence, 37(15-16), pp.NP12794-NP12819.

Afolayan, G.E. (2019). Hausa-Fulani women's movement and womanhood. Agenda, 33(2), pp.52-60.

Afrianty, D. (2015). Women and sharia law in Northern Indonesia: local women's NGOs and the reform of Islamic law in Aceh. Routledge.

Aina, T.A., Atela, M., Ojebode, A., Dayil, P. & Aremu, F. (2019). Beyond tweets and screams: Action for empowerment and accountability in Nigeria–The case of the# BBOG Movement. The Institute of Development Studies and Partner Organisations.

Ajayi, T. F. (2025). Globalised Resistance and the Bring Back Our Girls Movement: New Dimensions of Transnational Activism. Taylor & Francis.

Atela, M., Ojebode, A., Makokha, R., Otieno, M. & Aina, T. (2021). Women organising in fragility and conflict: lessons from the# BringBackOurGirls movement, Nigeria. Gender & Development, 29(2-3), 313-334.

Ayodele, R. (2024). 'First liberate yourself from your Hijab' – Seun Kuti slams Aisha Yesufu for advocating women's freedom. https://dailypost.ng/2024/10/26/first-liberate-yourself-from-your-hijab-seun-kuti-slams-aisha-yesufu-for-advocating-womens--freedom/

Azhari, A. E. A., Chai, J., & Anderson, C. (2022). Reflections of Conducting Online Interviews During the Pandemic: Benefits, Challenges and Practical Solutions. Malaysian Journal of Qualitative Research, 8(1).

Bako, M. J. &Syed, J. (2018). Women's marginalization in Nigeria and the way forward. Human Resource Development International, 21(5), 425-443.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101.

Brown, L.D. (2008). Creating credibility: Legitimacy and accountability for transnational civil society. Kumarian Press.

Chuku, G. (2009). Igbo women and political participation in Nigeria, 1800s-2005. The International Journal of African Historical Studies, 42(1), pp.81-103.

Cornwall, A. & Rivas, A. M. (2015). From 'gender equality and 'women's empowerment'to global justice: reclaiming a transformative agenda for gender and development. Third World Quarterly, 36(2), 396-415.

Elbers, W., Schulpen, L. & Frobisher, E. (2022). Stuck in a 'Catch-22': Why donors fail to include grassroots perspectives on CSO legitimacy. The European Journal of Development Research, 34(2), 921-939.

Erman, E. (2018). The political legitimacy of global governance and the proper role of civil society actors. Res publica, 24(1), 133-155.

Ferree, M.M. & Mueller, C.M. (2004). Feminism and the women's movement: A global perspective. The Blackwell Companion to Social Movements, 576-607.

Garbe, S. (2022). Weaving Solidarity: Decolonial Perspectives on Transnational Advocacy of and with the Mapuche. Bielefeld: transcript Verlag.

Hall, S. W. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies. , pp. 63-87. Hutchinson.

Hashim, Y., Kew, D.& Walker, J.A., 2017. Nigeria: Frustration, polarization, and violence. Peacebuilding in Deeply Divided Societies: Toward Social Cohesion?, 215-244.

Ibhawoh, B. (2018). Human rights in Africa (Vol. 12). Cambridge University Press.

Irshai, R. &Zion-Waldoks, T. (2024). Holy rebellion: religious feminism and the transformation of Judaism and women's rights in Israel. Brandeis University Press.

Jalali, R. (2013). Financing empowerment? How foreign aid to Southern NGOs and social movements undermines grass-roots mobilization. Sociology Compass, 7(1), pp.55-73.

Johnson, C.P. (1982). Grassroots organizing: Women in anticolonial activity in Southwestern Nigeria. African Studies Review, 25(2-3), pp.137-157.

Karim, L. (2001). Politics of the Poor-NGOs and Grass-Roots Political Mobilization in Bangladesh. PoLAR, 24, p.92.

Karimullah, S.S., Nugraha, A.R., Nisa, I.S. &Andini, Y. (2023). The relevance of feminism in promoting gender reform in the context of progressive Islam. Jurnal Anifa: Studi Gender Dan Anak, 4(2), pp.1-15.

Katyaini, S., Wessel, M.V. and Sahoo, S. (2021). Representation by development organizations: Evidence from India and implications for inclusive development. The Journal of Environment and Development, 30(1), 98-123.

Kontinen, T. & Ndidde, A. N. (2023). Southern civil society organizations as practical hybrids: Dealing with legitimacy in a Ugandan gender advocacy organization. In: M. van Wessel, T. Kontinen and J. N. Bawole (eds), Reimagining Civil Society Collaborations in Development (pp. 99-113). Routledge.

Maigari, M. A., & Abdul-Qadir, U. A. (2019). Social media in an emergency: use of social media in rescuing abducted school girls in Nigeria. Dhaulagiri Journal of Sociology and Anthropology, 13, 67-75.

Matelski, M. (2025). Who's in the driving seat? The interplay between advocacy organisations and local communities resisting coal mining in rural Kenya. Third World Quarterly, 1–17. https://doi.org/10.1080/01436597.2024.2428334

Matelski, M., Zijlstra, S. & van Kempen, L. (2022). Civil society legitimacy as a balancing act: competing priorities for land rights advocacy organizations working with local communities in Kenya. Canadian Journal of Development Studies, 43(3), 301-319.

Mohanty, C. (1988). Under Western eyes: Feminist scholarship and colonial discourses. Feminist review, 30(1), pp.61-88.

Msibi, T., 2011. The lies we have been told: On (homo) sexuality in Africa. Africa Today, 58(1), pp.55-77.

Murphy, E.G. (2017). #BringBackOurGirls: solidarity or self-interest? online feminist movements & third world women. https://ir.canterbury.ac.nz/server/api/core/bitstreams/d422860e-f5bc-44da-abe5-abae85844509/content\

Narayan, U. (2013). Dislocating cultures: Identities, traditions, and third world feminism. Routledge.

Nardi, P. M. (2018). Doing survey research: A guide to quantitative methods. Routledge.

Näsström, S. (2015). Democratic representation beyond election. Constellations, 22(1), 1–12.

Njoroge, D. (2017). Global Activism on Facebook: A Discursive Analysis of "Bring Back Our Girls" Campaign. In Routledge Companion to Media and Humanitarian Action (pp. 450-464). Routledge.

Oates, M., Crichton, K., Cranor, L., Budwig, S., Weston, E. J., Bernagozzi, B. M., & Pagaduan, J. (2022). Audio, video, chat, email, or survey: How much does online interview mode matter?. PloS one, 17(2), e0263876.

Oriola, T. B. (2021). Framing and movement outcomes: the #BringBackOurGirls movement. Third World Quarterly, 42(4), 641-660.

Oriola, T.B. (2024). Terrorism, Politics, and Human Rights Advocacy: The# BringBackOurGirls Movement. Oxford University Press.

Park, S. M. (2025). Qualitative Research Methods in Ethnic Communities: A Framework for Studying Language and Cultural Preservation. Journal of Ethnic and Cultural Studies, 12(3), 34-52.

Peralta, P.O., Bebbington, A., Hollenstein, P., Nussbaum, I. & Ramírez, E. (2015). Extraterritorial investments, environmental crisis, and collective action in Latin America. World Development, 73, pp.32-43.

Razavi, S. (2016). The 2030 Agenda: challenges of implementation to attain gender equality and women's rights. Gender & Development, 24(1), 25-41.

Schultze, U., & Avital, M. (2011). Designing interviews to generate rich data for information systems research. Information and Organization, 21(1), 1-16.

Van Zyl, H. & Claeyé, F. (2019). Up and down, and inside out: Where do we stand on NGO accountability? The European Journal of Development Research, 31(3), 604–619.

Wilkinson, M.T. & D'Angelo, K.A. (2019). Community-based accompaniment & social work—A complementary approach to social action. Journal of Community Practice, 27(2), pp.151-167.

Woensdregt, L. and Nencel, L. (2023). 'Fundermediaries' in Nairobi, Kenya: Development Partnerships in the Aid Chain. Development and Change, 54(2), 280-303.

Zanker, F. and Bisong, A. (2024). Contested Mobility Norms in Africa: Reconceiling Visions, Policies and Practice. Heinrich Böll Foundation.