



Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Relaciones Políticas y Relaciones  
Internacionales

Escuela de Comunicación Social

## **Las huellas significantes del Ni Una Menos en la red.**

**Tesina de grado**

**Alumna:** Milagros Santillan

**Tutor:** Sebastián Castro Rojas

Rosario: Octubre 2018

## **Agradecimientos**

*Ante todo agradecer a mis seres queridos: mi mamá Mónica por su acompañamiento incondicional, a mi hermana Magali y sobre todo a mi padre Luis, mi estrella en el cielo.*

*Al profesor Sebastián Castro Rojas por su paciencia, predisposición y calidad humana.*

## RESUMEN

**Palabras claves:** Propagabilidad-Apropiaciones-Usos-Redes Sociales- -Ciberactivismo-Ni Una Menos

Este trabajo aborda como eje temático el surgimiento del movimiento social Ni Una Menos en Facebook y Twitter considerando la función de estas redes sociales como elementos propagabilizadores de acciones sociales.

Asimismo y con la finalidad de explicitar la naturaleza propagable de ambas redes, y por lo tanto su papel en la conformación del mencionado movimiento social, se realizará una descripción de las características, usos y apropiaciones por parte de los usuarios de estos dos medios, entendiéndolos como activadores de procesos de creación de sentidos y divulgación cultural disruptiva.

La reflexión sobre el movimiento Ni Una Menos en relación a la apropiación tecnológica se centrará además en el concepto de ciberactivismo como posibilidad de acción.

En suma a lo largo del desarrollo del trabajo se plantearán distintos elementos que permitan analizar el impacto de la tecnología en la vida social y política.

## ÍNDICE

### PARTE I: ENTRE LA REVOLUCIÓN DIGITAL Y LA TRASCENDENCIA

1.1-Introducción: La sociedad de la información y el impacto de las TIC en la vida cotidiana.....	6
1.2- Los Movimientos Sociales –Tejiendo redes de indignación.....	14

### PARTE II: LÍNEAS DE FUGA EN LA REDES: DE LA ACCIÓN COLECTIVA A LA MOVILIZACIÓN SOCIAL -CONCEPTOS TEÓRICOS DE LA WEB

2.1- La naturaleza de los nuevos medios: hipermediaciones en red. Internet: El embrión del hipertexto.....	23
2.2- Inteligencia hipertextual en Internet .....	24
2.3- Las redes: fluyendo sobre rizomas .....	30

### PARTE III: EL *NI UNA MENOS*

3.1- El <i>Ni Una Menos</i> como nuevo movimiento social. Historia e impacto mediático.....	40
3.2-La conformación del colectivo <i>Ni Una Menos</i> .....	45
3.3- Una nueva narrativa: La imagen emotiva del <i>Ni Una Menos</i> .....	46
3.4-Entre el rumor y la propagabilidad: Dimensión simbólica y ciudadanía .Iconografía Del <i>Ni Una Menos</i> . <b>El papel de la redes.</b> .....	60
3.4-a Por que se propagó el movimiento .....	60
3.4-b Como se propagó: El Rumor social <i>Ni Una Menos</i> .....	65
3.5-Iconografía de <i>Ni Una Menos</i> .....	76

### PARTE IV: REFLEXIONES FINALES .....

91

### BIBLIOGRAFÍA.....

93

**PARTE I:**  
**ENTRE LA REVOLUCIÓN DIGITAL**  
**Y LA TRASCENDENCIA**

## 1.1-Introducción: La sociedad de la información y el impacto de las TIC en la vida cotidiana

*“El ordenador e Internet son la verdadera revolución del siglo y, como la imprenta, pueden modificar nuestra manera de pensar y de aprender. La prensa de Gutenberg produjo la libre interpretación de la Biblia, arruinó a los iluminados y provocó la aparición de una nueva pedagogía, basada en los libros y en las imágenes. Antes de la imprenta, un niño no podía acceder a un manuscrito. Hoy, con Internet, podemos saber cosas que nuestros antepasados tardaban una vida en conocer”.*

**UMBERTO ECO**

Por sus características, el impacto de las tecnologías de la comunicación (TIC) en la vida social las ha convertido en un fenómeno de considerable importancia. Estas forman parte de un entorno de globalización del cual forma parte también la Internet, a través de la red informática mundial, popularmente conocida como la *Word Wide Web*. Esta red no solamente ha permitido que millones de personas puedan acceder, de manera instantánea, a una gran cantidad de información, sino también que hayan podido contactarse entre sí desde cualquier parte del mundo. De esta manera, la evolución en el uso de esta red ha transformado a las TIC en poderosos instrumentos de información y movilización social.

En este contexto, muchos autores como Machlup (1962), Bell (1976), Touraine (1969), Negroponte (1995), Webster (1995), Castells (1999), Majó (2001), Becerra (2003), Crovi (2004) han determinado el comienzo de un nuevo modelo de sociedad a la que denominaron **sociedad de la información**, concepto que comenzó a utilizarse con frecuencia en la década del '90. Su inicio se remonta a las innovaciones técnicas en el campo de ingeniería electrónica que se desarrollaron a mitad del siglo XIX. En ese periodo, se creó el primer ordenador y en 1947 el primer transistor en los laboratorios Bell, en New Jersey.

Manuel Castells (1996) reflexiona sobre el tema en su libro *La era de la información. La Sociedad Red*.

*“Esta invención hizo posible procesar impulsos eléctricos a un ritmo más rápido en un modo binario de interrupción y paso, con lo que posibilitó la codificación de la lógica y la comunicación con máquinas y entre ellas denominamos a estos*

dispositivos de procesamiento semiconductores y la gente comúnmente los llama chips” (Castells, 1996: 67).

Para Castells (1996), la materialización del transistor como elemento técnico se convirtió en el núcleo central de la Revolución tecnológica de la información en el siglo XX. En la década de 1960 y, especialmente en la siguiente, el desarrollo de la informática hizo posible el tratamiento de datos en grandes cantidades. Durante los años '70 y principio de los '80, la existencia del ordenador permitió llevar a cabo importantes trabajos de investigación histórica.

“Las tarjetas perforadas, difundidas por Hollerith, consistieron en el principal medio de lectura que empleaban los ordenadores de aquella época. Hoy se convirtieron en piezas de museo, aunque en sus orígenes permitían grabar tan sólo 80 caracteres en cada una, (un espacio equivalente a una línea de texto escrita en una página), con lo cual era preciso agujerear miles de tarjetas para cualquier trabajo, incluso los más sencillos. Esto exigía la contratación de personas especializadas y el empleo de equipos inasequibles para la mayoría de los historiadores, salvo que contaran con presupuesto y dispusieran de técnicos a su servicio” (Fernández Izquierdo ,2000:p.208-209).

Luego de varias generaciones, fue posible mejorar las técnicas informáticas de los ordenadores, para así perfeccionar los programas y abaratar los costos.

Durante los años '80, aparecieron los ordenadores personales: “La iniciativa de las firmas Apple, el modelo Apple U, e IBM, el “PC” personal general, diseñadas para realizar tareas de despacho, lo que se ha llamado posteriormente ofimática: gestores de ficheros y bases de datos, programas para escribir o procesadores de texto, hojas de cálculo y paquetes de análisis estadístico, fundamentalmente. También, aparecieron programas cuyo objetivo era la elaboración de presentaciones con finalidad docente para mejorar la calidad visual de una exposición o conferencia”. (Fernández Izquierdo, 2000:p.213).

El impacto de las tecnologías ha sido de tal magnitud para la sociedad que el intercambio de datos se transformó en una revolución similar a la que ocurrió a nivel industrial. Autores como McLuhan (1962), Latour (2005), Manovich (2005), Landow (1995), Pisani y Piotet (2009), Scolari (2008), Castells (2000), de Kerckhove (1999), Yus Ramos (2010), Carlón-Fausto Neto (2012), Rheingold (2002), Lévy (2004), Negroponte

(1995) entre otros, han teorizado acerca de los cambios que la Web ha producido en la comunicación social.

Las sociedades de información tienen como eje central la producción de datos en el ámbito de las TIC y “juegan un papel central en el nuevo contexto ideológico, político y cultural del denominado pensamiento único”, (Lago, Marotias, 2007:1). Tal como la definen sus siglas, *Tecnologías de la Información y Comunicación* son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Se trata de un grupo de técnicas que se desarrollaron a partir de los avances de la ciencia en el área de la informática y las telecomunicaciones, que “permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es, sin duda, el ordenador y, más específicamente, Internet” (Belloch Ortí, 2016:1). De acuerdo a la descripción que realiza Cabero (1998), las características distintivas de las TIC son la *interactividad*, *instantaneidad* e *innovación*, además de la *inmaterialidad* que se presenta como un rasgo básico. Esta última es una condición fundamental porque define su naturaleza comunicacional, inmaterial de la información y a la capacidad de estas técnicas de trasladarla de forma transparente e inmediata a lugares lejanos.

De manera análoga, la *interactividad* es un aspecto significativo dado que permite un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Por esa razón, la subjetividad ha entrado en un proceso de mutación que, como anticipábamos en el título de la primera parte de este capítulo, (entre la revolución digital y la trascendencia) sobrepasa las fronteras de las relaciones hombre-máquina, e inyecta una dosis de creatividad e innovación en un contexto digitalizado que se encuentra en permanente mutación. La principal consecuencia de la interrelación entre el componente humano y el técnico es que la comunicación se ve influenciada por un proceso de mutación constante. En otras palabras nuestros conocimientos, hábitos e ideas, es decir nuestra cultura, se ve afectada por las nuevas tecnologías.

Siguiendo la línea de este razonamiento, la *subjetividad* en el contexto de las nuevas tecnologías se encuentra en constante cambio. Como explican Ramírez Grajeda y Anzaldúa Arce (2014), todos los ámbitos de la vida humana han experimentado un enorme cambio debido a la innovación de la tecnología. Como resultado, las condiciones sociales en las que se produce la subjetividad sufren una transformación.



El concepto de subjetividad, por lo tanto, se puede entender tal cual lo definen los autores como “la apropiación de la cultura o la forma en que se presentan en un sujeto creencias, ideologías colectivas, formas de pensar y hacer”, (Grajeda y Anzaldúa Arce, 2014: 1).

La experiencia de los usuarios con las nuevas tecnologías puede convertirse en un agente de transformación del *ser* de los usuarios. En estos procesos de subjetivación, el sujeto está constituido. Sin embargo, también es constituyente de las tecnologías en un proceso en el que ambos se imbrican y resultan transformados y transformadores. Para Vignale, el término “subjetivación” designa, un proceso mediante el cual se obtiene la constitución de un sujeto o, para ser más exactos, de una subjetividad (Vignale, 2014: 3).

En estos procesos de experiencias comunicativas, el impacto que generó Internet en las distintas actividades de la vida es imponente tanto por su uso permanente, como por su capacidad de captar la atención de los cibernautas. En efecto, la permanencia de las personas en las redes sociales es continua y, generalmente, lo hacen en distintos momentos del día. De esta manera, nuestras habilidades cognitivas mutan constante y notablemente, ya que lo que se hace a través de este medio afecta a nuestra forma de hablar, conocer y transmitir información. Las redes cumplen una función de elaboración, de acercamiento, fungen como educadoras y son incipientes medios de tramitación simbólica.

En conclusión y, asumiendo que las tecnologías de la información y de la comunicación poseen una lógica que se relaciona con la naturaleza del medio que las concibe (Internet), podemos establecer que su naturaleza es de RED. Este tipo de conexión entre las personas hace posible la comunicación en la **Sociedad de la Información** y, por consiguiente, una nueva realidad mediática. Este estilo de comunicación reticular o, en palabras de los términos que utilizan Deleuze y Guatarí (1976), rizomática, se define por ser no jerarquizante y horizontal.

Tal como afirma Gil Rodríguez (2002), se trata de tecnologías de la inteligencia que provocan saltos cualitativos en la cultura y, en consiguiente, en el modo en que las personas construyen su pensamiento y en la que se constituye la sociedad. Por esa razón, los fenómenos comunicacionales que caracterizan a la denominada era digital se consideran novedosos por la posibilidad que significan los nuevos medios como Internet y, a través de las acciones de los cibernautas, que les permiten canalizar ideas y

expresiones sin tener que utilizar los clásicos como radio, televisión o periódicos para realizar su difusión.

Como explica el sociólogo español, Manuel Castells (1996), la característica central de la actual revolución tecnológica no es el conocimiento y la información, sino la aplicación de esa dupla en dispositivos que son productores de conocimiento y procesadores de esta información en un círculo de retroalimentación que se constituye entre la innovación y los usos que se hacen de todos los elementos que están involucrados en dicho proceso. Siguiendo este razonamiento teórico, el autor expone:

“En las dos primeras etapas, la innovación tecnológica progresó mediante el aprendizaje *por el uso* (...) En la tercera etapa, los usuarios aprendieron tecnología *creándola* y acabaron reconfigurando las redes y encontrando nuevas aplicaciones (...) La difusión de la tecnología amplifica infinitamente su poder al apropiársela y redefinirla sus usuarios. Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar por los usuarios y los creadores, que también puede formar parte del grupo de los primeros. De este modo, pueden tomar el control de la tecnología, como en el caso de Internet. Por lo tanto, se deduce que existe una estrecha relación entre los procesos sociales de creación y manipulación de símbolos (la cultura de la sociedad) y la capacidad de producción y distribución de bienes y servicios (las fuerzas productivas)” (Castells, 1006: 58).

En este contexto, las técnicas electrónicas adquieren funciones que pueden ir desde la comunicación entre personas, hasta la creación de informaciones nuevas. Por ejemplo, el uso de plataformas como el e-mail, las redes sociales y los celulares. Estos fenómenos resultan interesantes porque en algunas circunstancias pueden llegar a ser un canal de expresión de reclamos políticos y sociales. En este sentido, la **sociedad de la información** ha permitido que, en muchas ocasiones, las redes se conviertan en herramientas de impulso para la constitución de agrupaciones con fines de protesta o reclamos sociales o específicos de un conjunto de personas.

En los últimos años y, luego de la década del 80', se han producido distintas acciones colectivas cuyas convocatorias han tenido como forma de canalización a la TIC, es decir, surgieron gracias a la utilización de las redes sociales que promovieron dichas acciones en el ámbito digital y que luego se manifestaron en el espacio físico. Esta situación se da como consecuencia de la emergencia de nuevos factores tecnológicos y de comunidades

que, al acceder al mundo virtual, adquieren el estatus de ciudadanos. Se entiende que sucede siempre que esta fuera otorgada por participar en una comunidad o grupo virtual que se gesta en busca de concretar un objetivo común.

Imbricados en comunidades virtuales, ya sea por la utilización de ciertas plataformas comunes como pueden ser Facebook o Twitter, o por intereses compartidos, muchos de estos grupos contemporáneos han utilizado a las TIC como herramientas para impulsar, comunicar, conectarse, difundir y participar en estas corrientes de acción.

Esta nueva realidad significó la inspiración para seleccionar el tema de este trabajo de investigación. Esta labor se desarrollará en el marco del paradigma interpretativo y de una metodología de tipo cualitativa, ya que se intentará describir, a través de una aproximación de tipo exploratoria, el surgimiento del colectivo *Ni Una Menos*, mediado por las redes sociales Twitter y Facebook en el año 2015.

Resulta necesario aclarar, sin embargo, que a los fines del análisis de esta investigación el uso del término movimiento o colectivo, en relación a la elección del caso de estudio, será de manera indistinta.

Entiendo que Ni Una Menos es un colectivo social ya que comparte las características que conceptualiza Esparza (2015) en su definición de los mismos. Para el autor los colectivos sociales son formas de organización y acción colectiva que poseen una gran flexibilidad y conectividad horizontal. Son espacios de articulación y reconfiguración social alternativa en donde se difunde información, se generan diálogos y se construyen múltiples formas de expresión que se configuran de forma alternativa distanciados de protocolos institucionales.

Otro punto importante para el autor es que estos espacios construyen su identidad a través de dimensiones estéticas creativas y lúdicas que se materializan en manifestaciones culturales, artísticas o mediante nuevas formas de difusión/comunicación.

Además estos colectivos no tienen como objetivo luchar por el poder político o económico, sino que están motivados por un interés común que se configura como define Sparza:

“...Una forma de articulación entre individuos que se organizan y actúan motivados por un interés común, capaces de construir comunidades de inteligencia colectiva a través de la activación de sistemas de información y comunicación, de estructuración horizontal y de inspiración autogestiva en el ejercicio de su

autonomía, libertad, autogobierno, democracia participativa y deliberante, teniendo a la práctica de la solidaridad, como eje rector de sus acciones” (Sparza, 2015: 2).

En este sentido y en cuanto a la noción de colectivo *Ni Una Menos* fue el eslogan que eligieron diversos movimientos feministas y asociaciones de derechos humanos, principalmente, compuestas por mujeres, madres o jóvenes que se manifiestan contra los femicidios y sistema patriarcal.

Asimismo, como movimiento social y, tal como lo expresa Ibarra (2000), presenta características propias como la autonomía y la globalidad, ya sea por la forma en la que se apropió de los medios tecnológicos para impulsar la convocatoria en la calle o por su carácter de denuncia frente a ciertas experiencias sociales. Se ha conceptualizado como un movimiento social debido a ciertas condiciones propias que lo incluyen en esta clasificación. Por ese motivo, es importante clarificar de qué hablamos cuando nos referimos a un movimiento de este tipo. Ciertamente, estos se sustentan por la acción colectiva, que forma parte de la génesis y el proceso constituyente de todo movimiento, desde el momento en que un grupo o colectivo de personas decide concretar una acción en miras de un objetivo común. Se trata de una agrupación con un fin específico, característico de esta actualidad por su convocatoria virtual y por la gran repercusión en las calles como acción colectiva que reúne a los diferentes grupos de reclamos para beneficiar a la sociedad en general y, en particular, a las mujeres.

Este movimiento surgió a través de anuncios espontáneos de distintos usuarios en las redes sociales. La elección de este tema para el análisis se debe al interés por repensar los conceptos de ciudadanía y poder atravesados por la información, por la posibilidad de expresarse en Internet por medio de plataformas sociales como Facebook o Twitter y el impacto que genera esa reelaboración que hacen los usuarios, gracias a la tecnología, en el resto de la sociedad.

Como primera medida, para tratar de explicar el aspecto participativo de los usuarios en red, es necesario describir lo que Castells (2009) en su libro denomina como “autocomunicación de las masas”:

“Es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un vídeo en YouTube, un blog con enlaces RSS a una serie de webs o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo

electrónico. Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar” (Castells, 2009: 88).

Si se tiene en cuenta esta capacidad que adquieren los usuarios en red, resulta preciso plantear en este trabajo el interrogante sobre la función que adquirieron Facebook y Twitter como espacios de participación y movilización social. La tarea será analizar a grandes rasgos el impacto de estas plataformas y la participación de los usuarios, y determinar si este se transcribe en una transformación de la realidad social. Además, se explorará el contenido que circuló en las redes y de qué manera este material conformó las consignas y la cosmovisión del movimiento *Ni Una Menos*. Resulta necesario, entonces, indagar qué huellas de significantes quedaron en la sociedad luego del surgimiento de este movimiento.

Algunas de las cuestiones mencionadas que se pretenden analizar, se enmarcan en una serie de interrogantes que se detallan a continuación y que no pretenden ser más que el puntapié inicial del objeto de estudio de este proyecto.

1. Teniendo en cuenta la cuestión de la transformación y ciudadanía, *¿cuál es el rol de la comunicación en red? ¿Las redes y plataformas sociales son verdaderos espacios de participación y movilización social? ¿Las tecnologías son medios de comunicación revolucionarios, o dan la posibilidad para expresar el discurso social que ya estaba germinando en la sociedad? ¿Las redes son realmente herramientas de cooperación? ¿Cuál es el poder real del usuario en red?*

2. En cuanto al papel que juegan las tecnologías para generar movimientos de movilización y cambio, *¿de qué es capaz la comunicación en red? ¿La participación de los ciudadanos a través de Internet permite la transformación de la realidad social?, ¿es un mito, una cuestión sobredimensionada?*

3. Y, por último, planteado el fenómeno de la movilización social en Internet y los eventos organizados a través de la red, *¿se trata de un fenómeno lúdico o ciberactivismo? ¿Qué nos queda luego de los movimientos sociales mediados a través de redes digitales?*

Estas preguntas funcionan como guía para alcanzar el objetivo planteado en este trabajo. Principalmente, se trata de explorar las huellas de estos movimientos sociales para describir, como señalábamos anteriormente, el poder comunicacional de los

usuarios conectados a la red y el rol e impacto de las tecnologías digitales en dichos procesos. En conclusión, se reflexionará sobre los acontecimientos del movimiento social *Ni Una Menos* que tuvo lugar en nuestro país en el año 2015, a través de un análisis que permita la comprensión de la acción social, mediante la exploración de la función de las redes como herramientas de participación ciudadana y de poder.

En cuanto a los materiales sobre los cuales se centrará este análisis, principalmente, se utilizan artículos periodísticos, testimonios de algunos protagonistas y referentes del colectivo *Ni Una Menos*. A través de dichas publicaciones, se busca que reflejen, mediante distintas referencias discursivas (palabras) los elementos emocionales presentes en los mencionados testimonios escritos. Puntualmente, materializan el sentimiento de indignación social que se comparte para la conformación del movimiento.

Además, me abocaré a describir las características de las redes sociales Facebook y Twitter, como medios compuestos de distintos recursos técnico-sociales que posibilitan una potencialidad de propagabilidad. Asimismo, realizaré un análisis de las imágenes más representativas del movimiento a modo de graficar las huellas significantes del *Ni Una Menos* entendido como un proceso cultural de acción social.

Este último paso será en función de los distintos recursos semióticos que se utilicen y cuyo objetivo sea representar ideas sobre la cultura y la sociedad. Tal es el caso de los estereotipos de género, de los sentimientos sobre determinada situación o condición social, entre otros. En definitiva, prestar atención y examinar las huellas significantes manifiestas a través de estos recursos, con la finalidad de generar impacto social y propagabilidad.

## **1.2- Los movimientos sociales –Tejiendo redes de indignación.**

Para Ibarra (2000), la noción de movimientos sociales se refiere a un conjunto de personas con el fin de conseguir algo, de buscar que los poderes políticos tomen decisiones que favorezcan estos reclamos y sus necesidades. Históricamente, la acción colectiva en torno a la protesta ha sido un fenómeno que ha captado la atención y posterior análisis de historiadores, sociólogos y politólogos. En un principio, apuntaban a los denominados movimientos obreros que surgieron en Europa a partir de la Revolución Industrial. Estos se erigen como un movimiento social porque plantean una

globalidad que es más extensa que las reivindicaciones sindicales de cada sector, representados por palabras de Ibarra.

“El movimiento obrero, considerado en su dimensión histórica, tenía –y quizás sigue teniendo– como objetivo central la emancipación de todos los trabajadores, y por tanto de la humanidad entera. Es evidente que en la medida que exista un poderoso movimiento obrero, los sindicatos en él incluidos –grupos de interés instrumentales de un movimiento/comunidad– también plantearán reivindicaciones más globales” (Ibarra, 2000: 12).

Las primeras protestas obreras fueron desorganizadas y violentas y la represión era la respuesta brutal que se aplicaba en esta época. Fue necesario que pasaran muchos años para que el movimiento obrero se consolidara y obtuviera una consistencia ideológica y política no solo combativa, sino también exitosa a la hora de adquirir derechos. La estrategia elegida fue la asociación y otras formas de protesta que comenzaron a tomar forma en el transcurso del tiempo.

En la Argentina, surgió a mitad del siglo XIX guiada por el impulso de corrientes anarquistas y socialistas que se instalaron en el país gracias a la afluencia inmigratoria de Europa.

Los denominados viejos movimientos sociales consistieron en las distintas formas de protesta que tuvieron lugar a través del movimiento obrero. Ibarra (2000) distingue entre viejos y nuevos movimientos sociales y explica que los primeros funcionan de manera jerárquica, respetan los sistemas de protesta establecidos y las normas del sistema social y su objetivo es lograr intereses concretos a través de la promulgación de valores materiales.

“Los llamados viejos movimientos sociales han sido y son movimientos que lo único que quieren es conseguir cosas concretas –normalmente materiales– en el mundo en el que viven, de acuerdo con las normas establecidas por ese mismo mundo” (Ibarra, 200: 8).

Los miembros del movimiento buscan consolidar su estatus de ciudadanos a través de la adquisición de derechos políticos, enmarcados en valores universales como la libertad, la igualdad y el acceso al salario digno.

El movimiento obrero incluye las características tradicionales, que se ven reflejadas en las estrategias políticas que se utilizan para la conformación de una red de cooperación. Esta implicó la cooptación de voluntades diversas en pos de un bienestar común, cuya

prioridad es el conflicto: “Un conflicto identitario y un conflicto con el poder político” (Ibarra, 2000: 14).

A partir de 1960, con la irrupción de protestas no institucionalizadas que abarcaron, por ejemplo, movimientos como el *Mayo Francés* y las corrientes de pensamiento que surgieron de estos constituyeron una renovación en las acciones de protesta. No solo por la masividad, sino también por el impacto de sus reclamos en la agenda y en el debate social. Luego de estos hitos históricos, propios de la década, se reiteran con fuerza a partir de los años '80 y, principalmente en los '90, otros colectivos sociales de características bien diferentes a las de los llamados viejos movimientos sociales. Algunos de ellos fueron los estudiantiles, feministas y pacifistas.

Los llamados nuevos movimientos tratan de construir una identidad colectiva, es decir, que los miembros se sientan parte de una comunidad, en donde afirmen una autonomía individual frente a diferentes imposiciones exteriores como las del Estado, los partidos, los gobiernos y las organizaciones. Esta pretensión de abolir las jerarquías entre los participantes es uno de los objetivos que buscan quienes conforman estos movimientos.

Resulta crucial la utilización que hacen de los medios de difusión no convencionales. En este punto, adquiere principal relevancia el uso de medios masivos no tradicionales, como Internet, en la práctica de estos colectivos sociales. Sin embargo, y así como lo aclara el autor, hay que tener en cuenta el enfoque dinámico de los movimientos, tantos viejos como nuevos. “Todos los movimientos sociales, dependiendo de la coyuntura, pueden ser –y suelen ser- viejos o nuevos” (Ibarra, 2000:8).

Como explican Ibarra y Grau (2000), todo movimiento social es una forma de acción colectiva que visibiliza la preexistencia de un conflicto que se quiere resolver. Desde ese momento, la resolución debe ser solidaria, igualitaria y con una activa participación. Quienes participan, “prefiguran en su acción colectiva el mundo (o una parte del mundo) que tratan de establecer” y, por esa razón se convierten en “una respuesta a carencias valorativas, ideológicas” (Ibarra –Grau, 2000: 2).

En países como Argentina, existen una cantidad de factores sociales y culturales que conforman un contexto que es proclive a cierto tipo de reclamos y a la construcción de un discurso que busca el reconocimiento y la respuesta de la clase dirigente, es decir de la clase política o del Estado. Con el objeto de lograr tal reconocimiento, un movimiento como el de *Ni Una Menos* puso en agenda un enfoque que hacía referencia a la violencia que sufren las mujeres en los ámbitos públicos y privados.



Anteriormente, se dejó en claro que los movimientos sociales son una manera de canalizar carencias valorativas y, por lo tanto, expresan una tensión o conflicto en el interior de la sociedad. Por ese motivo, se infiere que se transforman de manera tal que buscan hacer frente a una cierta dominación cultural reinante.

Ante la emergencia de una situación conflictiva, las **sociedades de la información** incorporan un nuevo modo en los usos y apropiaciones de los espacios virtuales y de las representaciones simbólicas de la sociedad. En el caso de los movimientos sociales, estos se dan a través de la utilización de las redes sociales como herramientas de cooperación, transmisión y desarrollo de la información. El circuito informativo que genera una agrupación de estas características crea, a su vez, un sistema de significaciones que pone de manifiesto las representaciones simbólicas con las que una sociedad se entiende a sí misma. Estos signos se convierten, además, en el disparador para la constitución de resignificaciones que los miembros, en este caso, los ciudadanos, realizan sobre ciertas experiencias sociales. En términos de comunicación, los movimientos colectivos se instituyen como vehículos de cultura que reflejan la identidad, en contraste con ciertos valores hegemónicos en el nivel socio-político.

En síntesis, la **sociedad de información** encuentra en estos movimientos su reconocimiento y es, por ese motivo, que la problemática de la comunicación debe ser reubicada en el campo de la cultura. En palabras de Barbero, “reconocer significa interpelar una cuestión acerca de los sujetos, de su modo específico de constituirse no solo los individuales, también los colectivos, los sociales; incluidos los sujetos políticos. Todos se hacen y rehacen en la trama simbólica de las interpelaciones, de los reconocimientos. Todo sujeto está sujeto a otro y es a la vez sujeto para alguien” (Barbero, 1987: 6). El reconocimiento de una situación va a determinar su existencia política y el desconocimiento, su inexistencia. Se deduce, entonces, que la capacidad de las instituciones políticas, de su eficacia democratizadora, está atada a reconocer la complejidad cultural.

Todo movimiento social implica una acción creativa, es de decir, una creación cultural que adquiera la forma de práctica cuyo objetivo sea el de generar nuevas dinámicas en las representaciones mentales y en la esfera física. En otras palabras, por un lado, en la dimensión simbólica y por otro, en el espacio público y privado, es decir en la dimensión política. Como señala Barbero “algo radicalmente distinto se produce cuando lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos

sujetos-regionales, religiosos, sexuales, generacionales-y formas nuevas de rebeldía y resistencia (Barbero, 1987: 4).

En suma, un movimiento social implica la creación de un mundo nuevo de significaciones que se manifiestan en los distintos usos de la comunicación y de apropiación cultural. Es importante comprender que estos, que se generan durante la constitución de un movimiento social, fundan maneras novedosas de sentir y comunicar. En este último caso, la influencia es un factor de retroalimentación de la acción social dentro del circuito del movimiento.

Resulta entonces necesario resaltar que la comunicación como entidad incluye todos los procesos a través de los cuales la gente se influye mutuamente (Rizo, 2011). Como revela La Rosa (2016), el factor creativo resulta clave para entender el grado de influencia y motivación que se puede generar en la interacción de los miembros de un movimiento. En efecto, ésta necesariamente conlleva a la utilización de recursos simbólicos que permiten compartir ideas o informar sobre los deseos futuros del grupo. Nuevamente, se debe a una resignificación de universos simbólicos de sociedad, tal como se mencionó anteriormente, que implican nuevas narrativas y que motivan la adhesión, promoción, difusión y movilización de los seguidores en las acciones de protestas. Estos nuevos simbolismos resultan elementos necesarios a la hora de promover una acción social, ya que esta “requiere información de base como marco de referencia, al igual que recursos motivacionales que hagan factible la persuasión de los potenciales adherentes” (La Rosa; 2016: 8).

Las características propias del *Ni Una Menos* son, como ya se dijo, son las mismas que la de los nuevos movimientos. Las consignas comenzaron a constituirse como denuncias que hacían hincapié en hechos de violencia ejercida por hombres hacia mujeres, en distintos ámbitos. Los reclamos del *Ni Una Menos* reflejan, entonces, una autonomía frente a las imposiciones del Estado y sus Instituciones. Se debe a que, tal como se afirma en las consignas del movimiento, esta situación de violencia generalizada es el resultado de las imposiciones de las normas sociales cristalizadas en el Estado y sus Instituciones.

Una de las características del *Ni Una Menos*, que comparte con aquellos movimientos nuevos, es la autonomía. Para Ibarra, es “la estrategia política” que consiste en permanecer en el ámbito social, sin pretender formar parte del poder político. Es decir, sin vincularse o transformarse, por ejemplo, en un partido político. Y sigue: “Sólo

permaneciendo en la sociedad, es posible no sucumbir a la tentación de la imposición exterior y consecuente pérdida de autonomía individual, de no acabar perdiendo la autenticidad”, (Ibarra- Grau; 2000: 7).

El colectivo se plantea interrogantes como ¿qué es la política? y ¿qué entendemos por relaciones políticas? Otra cuestión fundamental sobre el *Ni Una Menos* es la de su globalidad. Aquí no solo se cuestiona la injerencia del poder político, sino también se rechaza la división social entre lo público y lo privado, entendiendo que las relaciones que se mantienen en este último ámbito también pertenecen al primero. Esto se debe a que las denuncias del movimiento también apuntan a las imposiciones del poder político por la manera en la que concebimos a las relaciones políticas y a la política en sí. Es así como “la conducta privada alternativa, se considera como la forma de hacer política, de defender intereses generales” (Ibarra -Grau; 2000: 8).

Esta naturaleza de resistencia se traduce en la posibilidad de construir nuevos estilos de intervención política. “La ampliación del acceso a la información y la posibilidad de producir su propia información, modifica los estilos de la intervención política.”(Lago, Marotias, 2007:2). Justamente, de eso se trataría el *Ni Una Menos*, de la necesidad de construir **nuevas formas de intervención política**. El nuevo contexto tecnológico hace posible que movimientos como estos sean pioneros, al menos en Argentina, del **activismo en red**.

El activismo es, ante todo, un fenómeno relacionado a la protesta y a la acción social. El sitio Web Wikipedia lo define como la dedicación intensa a alguna línea de acción en la vida pública. Ante todo, entiendo que el componente social es un aspecto muy importante del fenómeno. Para Díaz, “el concepto de activismo social es equivalente a la definición de acción social; que va referida a una causa social común más aún a una exigencia social” (Díaz, 2017: 1).

Para Guiomar Rovira (2016), el activismo en red es un fenómeno que se produce en un contexto en el que se da un cambio significativo en los repertorios de protesta. Esta modificación está relacionada con la relevancia creciente, relevancia que adquiere la comunicación desde la puesta en escena de eventos mediáticos, hasta la incorporación de innovaciones tácticas que son posibles gracias a las tecnologías digitales y a la extensión y democratización de un activismo semiótico. En consecuencia, la acción colectiva contenciosa se volvió una acción comunicativa.

A fines de los noventa, justo en la efervescencia del movimiento altermundista se decreta el amanecer del “arte de hacer red”, el “*network activism*”. Para este arte, comunicar no es un medio para fines superiores, como lo era para los medios de los movimientos sociales bajo la lógica de la contrainformación, sino un fin en sí mismo. Los activistas de la comunicación saldrán a la calle dispuestos a contar y a documentar, sin limitarse a un medio ni a una causa, sino como articuladores y facilitadores de procesos más allá de geografías concretas. A la vez, influyen de forma significativa en la acción, y participan como nodos autónomos de una red más amplia de comunicadores y plataformas, generando entre sí vínculos de confianza. (Guiomar Rovira, 2016: 96)

El ciberactivismo, conforme la caracterización que hace David De Ugarte es “toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del ‘boca a boca’ multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal” (De Ugarte, 2007:33).

Desde la imprenta, a la Galaxia de Guttemberg, el hombre ha impulsado y ha sido influenciado por la fuerza de los distintos procesos técnicos y comunicacionales. Así como la aparición de la primera provocó una revolución política y cultural que permitió la expansión de conocimiento a los sectores populares; en la era digital se produjo una revolución social cultural y política de importantes dimensiones.

Como describe Barbero, “el nuevo modo de producir, asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. Lo que está en proceso de cambio no es el tipo de actividades en las que participa la humanidad, sino su capacidad tecnológica para utilizarla como fuerza” (Martín Barbero, 2002: 33).

Los desarrollos técnicos en la era digital han permitido que se pueda almacenar y procesar información de manera exponencial en la nube. Esta capacidad de la Web y, sobre todo, del aprovechamiento que los usuarios hacen de las redes sociales se ha materializado en acciones concretas de movilización social.

Durante los últimos años, en Europa, Estados Unidos, Latinoamérica e, incluso, en medio oriente, se dieron varias acciones de protesta, que luego se convirtieron en movimientos sociales. En este caso, se describirán dos que se han erigido como iconos histórico de los que surgieron en Internet y que resultaron en transformaciones culturales y

comunicacionales significativas en las sociedades que en las que se produjeron. Se trata de los indignados en España y de las revueltas árabes. Este último caso, también conocido como la Primavera Árabe fue una revuelta que tuvo lugar el 25 de enero de 2011 y que se conoció como *Day of Rage* en inglés, o Día de Furia.

La revolución social se produjo impulsada por el uso de redes sociales como Facebook, Twitter, Flickr y YouTube, en la que, aproximadamente, 16.000 egipcios se manifestaron en contra del gobierno de Hosni Mubarak. Como verdadera estrategia ciudadana que surge del hastío de no tener participación democrática, los egipcios utilizaron Google y Twitter para crear una plataforma llamada '*Speak2Tweet*' en la que podían intercambiar mensajes. Finalmente, el 11 de febrero, el dictador Mubarak renunció al cargo y permitió, además, el inicio de elecciones democráticas en el país.

Otro ejemplo histórico es el de los indignados en España, en el año 2008, cuando la crisis económica golpeaba duramente a dicho país. La convocatoria fue impulsada por algunos jóvenes españoles quienes, gracias al uso exhaustivo de las redes, especialmente Twitter, convocaron una protesta masiva contra el gobierno.

Estos marcos de acción permitieron plantear una visión compartida del mundo e impulsar procesos de cambios al interior de las sociedades. En ambos casos, las plataformas en red fueron soportes necesarios que demostraron cómo las prácticas sociales y la tecnología se encuentran en un proceso de mutua influencia.

## **PARTE II**

**LÍNEAS DE FUGA EN LA REDES: DE LA ACCIÓN COLECTIVA**

**A LA MOVILIZACIÓN SOCIAL.**

**CONCEPTOS TEÓRICOS DE LA WEB**

## **2.1- La naturaleza de los nuevos medios: hipermediaciones en red. Internet: El embrión del hipertexto.**

De los estudios culturales de masas a las inteligencias colectivas, la ecología cultural de las redes han tomado una fuerza única y revolucionaria que transitó desde las ideas visionarias del informativo estadounidense Licklider previendo un era de ordenadores interconectados, a la concreción con los años de una verdadera “red galáctica” de nodos y usuarios. Licklider quien fuera uno de los pioneros de Internet, inspirado en los sistemas de defensas estadounidenses se convirtió en el alma de la Agencia Proyectos sobre Investigación Avanzados (Arpa), en la Oficina de Técnicas de Procesamiento de Información. Esta agencia gubernamental de investigación se creó como respuesta a los desafíos tecnológicos y militares en Rusia durante la Guerra Fría. Desde allí, se llevaron a cabo distintas investigaciones tendientes a conformar lo que luego sería ARPANET, el embrión de Internet. Este profesor consideraba que la noción de red era uno de los avances más importantes para la ciencia. En la década del 60', publicó un trabajo con el título “Simbiosis Hombre PC”. Se trataba de un documento enfocado en el desarrollo inevitable y necesario de las computadoras para permitir la colaboración con los hombres para la toma de decisiones y en el control de situaciones complejas.

En el año 1965, el investigador del Instituto Tecnológico de Massachusetts, Lawrence G. Roberts, conectó un ordenador TX2, en Massachusetts, con un Q-32, en California, a través de una línea telefónica conmutada de baja velocidad, y creó así la primera red ordenadores de área amplia.

La primera demostración pública de la nueva tecnología de ARPANET fue 1973 con las primeras conexiones internacionales entre el *University College of London* en Inglaterra y el *Royal Radar Establishment* en Noruega. Finalmente, en 1975, se transfiere ARPANET a la Agencia de Comunicaciones para la Defensa de EE.UU. para ser utilizada como una red operacional. Sin embargo, en 1990, la organización deja de existir y el protocolo IP se convierte en el servicio portador por excelencia. Además, en ese año, el científico británico Tim Berners-Lee concreta el primer programa para navegar en la Web. Un año después, Berners crea la *World Wide Web* con tres nuevos recursos: el HTML (lenguaje de formato de documentos de Hipertexto), HTTP (protocolo de transferencia del Hipertexto) y un programa llamado Web Browser.

Gracias a estos avances técnicos, durante ese mismo año, comienzan a realizarse conexiones a países como Croacia, Hong Kong, República Checa, Sudáfrica, Singapur,

Hungría, Polonia, Portugal, Taiwan y Túnez. La revolucionaria invención de Berners fue la impulsora del hipertexto y de la estructura que hoy se conoce como Internet.

Luego de señalar cuáles fueron los comienzos del Hipertexto y de la Web, resulta preciso aclarar algunos aspectos orgánicos del ciberespacio que, además, dan cuenta de la naturaleza hipervincular del mismo. La *World Wide Web*, más conocida como WWW, es un sistema que relaciona hipertextos a través de enlaces conectados a Internet. Esos documentos hipertextuales se visualizan en las denominadas páginas en las ventanas virtuales que le permiten navegar a los usuarios que están en la red. A su vez, los sitios web pueden contener imágenes, sonidos, videos o hipervínculos que los vinculen con otros. Los sistemas de escrituras son los que se conocen como HTML. El acceso a los documentos está permitido por la función que realiza el *software web browser* que en castellano significa **navegador web**.

Finalmente, la comunicación en la aldea virtual se produce a través del protocolo HTTP, uno de los más utilizados en Internet, que permite que se transfieran archivos HTML entre un navegador y un servidor web.

Hasta acá, se describieron, en rasgos generales, la organización y la distribución de los elementos informáticos neurálgicos de Internet como una manera de relatar su funcionamiento. Consiste en un proceso relevante porque, así como la invención de la escritura impactó enormemente en la estructura y la socialización del conocimiento humano, la estructura vincular que propuso Internet modificó la relaciones entre personas, máquinas y, ante todo, en la producción cultural y de conocimiento.

## **2.2 - Inteligencia hipertextual en Internet**

El hipertexto nace en la estructura misma de la Web y define su organización y dinámica. Este concepto es imprescindible para comprender los cambios culturales y cognitivos a los que estamos sometidos, porque gran parte de la lectoescritura que se realiza y se genera en la aldea global está atada a la lógica hipertextual.

Como explica Landow (1997), el hipertexto es un texto compuesto por fragmentos de que se conectan por nexos electrónicos, por eso su composición es mediante una escritura no secuencial, que relaciona información tanto verbal, como no verbal. Por esa razón, la lectura en este tipo de textos puede ser multilineal y multisequencial.



Todo movimiento que realizan los usuarios en la Web es, antes que nada, de naturaleza hipertextual, ya que se rige por relaciones que vinculan elementos de tal manera que rompe con la organización lineal y cerrada que puede, por ejemplo, tener un texto impreso. Como consecuencia, esta situación cambia radicalmente la dinámica entre el lector y el texto.

Un texto en Internet se encuentra siempre sometido a las acciones que los usuarios-lectores realizan en él. Por ejemplo, un texto subido a una página admite comentarios, por lo general, al pie y que llegan a formar parte de la cadena de una respuesta que re-significa el contenido del texto y forman una nueva composición significativa. La lectura de un texto puede incluir elementos no verbales como videos, imágenes, sonidos y enlaces externos. También, hay que tener en cuenta que todo escrito siempre está inserto en una página web que puede incluir elementos de otra naturaleza como por ejemplo publicidad. Esta práctica es, ante todo, disruptiva porque rompe con la secuencia lineal a la que se enfrenta el lector del papel y es una actividad *multitasking* o de multitarea. Ocurre porque, en la mayoría de los casos, se realiza a través de la apertura de múltiples ventanas en donde se pueden conectar varios textos entre una y otra. De esta manera, el lector tiene la posibilidad de comparar textos.

También, toma la forma de un montaje en el cual el texto no cesa de ser construido a través de los caminos que transitan los usuarios entre un enlace y otro. Para Martos (2009), el lenguaje hipertextual, propio de la ciber-literatura (sagas, blogs, narraciones seriales, etc.), forma una especie de continuum sin principio ni final en donde el lector es el responsable de formar los contornos. El sentido no depende del texto o del autor, sino de la interpretación que realiza el receptor que con esta apropiación construye, a su vez, un itinerario singular e impredecible. Asimismo, la apropiación de los productos de la cibercultura representa para el usuario un juego y una exploración activa frente aquello que impacta o sugiere. Y, a diferencia de la cultura del libro impreso, permite conectar a las personas de forma bidireccional e interactiva y así permite expandir la información a través de la estructura de recorridos de enlaces que el formato del hipertexto posibilita.

En esta investigación, se apoya, además, la visión que aporta Martos (2009) según la que el sujeto de la red sería aquel que experimenta, juega y siente; que actúa como un nómada y que posee una identidad camaleónica por los usos de fragmentación y aleatoriedad, de inmediatez, instantaneidad, no secuencialidad, de falta de jerarquías, de velocidad y hedonismo que condicionan el tipo de textos y sus usos.

Se refiere al lector activo de Internet, aunque los ciber-entornos también modifican a la escritura, puesto que el usuario muchas veces asume el papel de productor de informaciones y se convierte, en muchas otras, en el propulsor de nuevas prácticas.

Ferreiro (2006) describe una serie de cambios en la escritura que surgen de las condiciones específicas de los nuevos espacios de producción de los usuarios de Internet. La autora hace hincapié en tres espacios por excelencia: el procesador de textos, el correo electrónico y el chat.

En el caso de los procesadores de textos, señala la importancia que han adquirido por representar una posibilidad cómoda para modificar un texto y, además, ofrece al autor una posición responsable sobre su texto. Convierte la revisión en un juego y promueve una consideración reflexiva y de múltiples miradas sobre el texto.

En relación al chat, la autora se enfoca en las respuestas ultra rápidas entre los usuarios que suscitan el espacio. Asimismo, la aparición de emoticones como componentes icónicos que intentan transmitir de manera sintética el estado de ánimo de los participantes marca uno de los procedimientos que los usuarios aplican para sintetizar las palabras. En este sentido, se debe marcar, como lo hace Ferreiro, que resulta relevante reflexionar sobre el uso de las abreviaturas para así comprender los procedimientos que utilizan los usuarios de los medios electrónicos. Una posibilidad es asumir que, por la naturaleza de los espacios electrónicos, se tiende a buscar la instantaneidad. Sin embargo, es pertinente adoptar una mirada pluralista y reconocer que no se transgreden los principios de una escritura alfabética, sino que, por el contrario, se incorporan nuevas maneras de interactuar con el entorno. No significa que estos nuevos usos de la lengua descarten los preexistentes; es responsabilidad de todas las instituciones sociales (familia, escuela, Estado, medios de comunicación) llevar a cabo esta integración de pluralismos lingüísticos y discursivos.

Esta labor es importantísima e imprescindible, ya que “hay componentes de trasgresión, de diversión y de invención en el comportamiento de estos nuevos escritores que se ha dado en llamar nativos informáticos” (Ferreiro, 2006: 4).

La visión de esta investigación coincide con la de Barrera quien expone que “en el recurso tecnológico se producen transformaciones en la forma en que la mente recibe los mensajes, lo cual lejos de ser una desventaja puede significar una ampliación en la capacidad de las neuronas necesaria para poder recibir y responder a tantos estímulos con que la tecnología nos bombardea a diario. La aceptación de lo anterior abre a la

lectura y a la escritura un mundo de nuevas posibilidades en el que se le exigen al hombre otras formas de establecer relaciones, de integrar saberes, nuevas formas de interacción con los tiempos y los espacios” (Barrera, 2002: 11).

Sin embargo, otros autores como Castillo Gómez (2004), Bermello Navarrete (2016) y Llopis Llabrés y Bartomeu Mulet (2015) que tienen una opinión un tanto más pesimista sobre los efectos que pudiesen provocar los medios electrónicos y, en particular, la televisión e Internet en la escritura y la lectura. Estos serían el resultado de prácticas en donde el conocimiento ya no estaría vinculado a un proceso de alfabetización tradicional producto de la lectura del papel y el libro, sino que los procesos de aprendizaje estarían vinculados a la irrupción de la imagen, propia de los medios electrónicos y que se convierten en canales de conocimiento. El foco, claro está, es sobre la imagen en estos medios y, por lo tanto, afecta en gran medida a las prácticas culturales y luego al aprendizaje.

La crítica, entonces, estaría ligada a que los procesos cognitivos se habrían empobrecido ante el predominio de una cultura audiovisual, a diferencia de lo que sucede con las lecturas en el contexto de lo “impreso” que incentivarían un pensamiento más abstracto, más elevado y más elaborado. Conforme este razonamiento, el texto en papel tendría cualidades más académicas, producto de un ordenamiento formal que tiende a formular referencias con las citas al pie y la bibliografía. Al respecto Castillo expone:

“Mientras que la capacitación en cultura escrita arranca de un conocimiento conceptual y abstracto resumido en el potencial simbólico de las palabras; la cultura audiovisual se vincula con un lenguaje de tipo más perceptivo y concreto, infinitamente más pobre. No ya en el número de palabras, sino fundamentalmente en lo que concierne a la riqueza de significados, es decir, a la capacidad connotativa y asociativa” (Castillo, 2004: 5).

Para los fines del presente análisis, esta visión resulta catastrófica porque, más allá de ciertas especulaciones críticas, se entiende que, ante todo, esta es una época de lectores muy activos y con una capacidad de interpretación muy interesante. Claro que no son los mismos de la era de Gutenberg, porque los medios han cambiado y estas masas han adquirido otras prácticas culturales muy distintas. En parte, porque cambiaron las *tecnologías de la palabra*, según la definición de Walter Ong (1982). Y, por otro lado, porque las necesidades económicas, políticas, científicas y sociales también son distintas. Estamos en presencia de un nuevo giro semiótico, según el concepto del

semiólogo Paolo Fabri (1998) para la producción y circulación de significados en donde el lenguaje de Internet sirve para transformar, construir y deconstruir mundos de conceptos y relaciones que se establecen con otros en estos procesos. El signo cibernético propone que en las relaciones entre sujetos-objetos (maquinas-hombres y viceversa) se aplique una acción hipertextual que, a medida que se va desencadenando, resulte transformadora.

La web se ha convertido en un campo semiótico que promueve acciones de naturaleza rizomática y asociativa, impregnadas de sentidos hipertextuales que abren el camino para nuevas prácticas culturales. En la misma línea de opinión que Fabri, la naturaleza de la comunicación es acción y, por lo tanto, es un lugar de desafíos. Solo asumiéndolo, se podrá sortear cualquier efecto negativo. El uso de Internet y la resultante cultura dan lugar a interpretaciones del signo que son múltiples e interactivas como manifiesta Barrera: "Signo es lo que puede interpretarse. Es, entonces, esa posibilidad de la interpretación lo que exige la existencia del lector activo" (Barrera: 2002, p 12).

Sin alejarnos demasiado de la discusión acerca de los efectos de la lectura y la escritura sobre los procesos cognitivos del ser humano en la era de Internet, es necesario, en primer lugar, comprender que en las últimas décadas hemos experimentado un cambio rotundo e imparable, que también describe un estado de situación en el que es necesario desarrollar una mirada hermenéutica de estos procesos comunicacionales y de la comunicación social en sí. Este enfoque deberá ser integral y, para ser realmente eficaz, deberá tener como objetivo la comprensión del acontecer de una situación histórica y abolición de la tradicional separación entre sujeto y objeto.

En efecto, si pensamos en la incidencia de las TIC en la vida de la humanidad debemos decir que no existen buenas o malas tecnologías, sino acontecimientos históricos cuyos contornos se encuentran permeados por distintos agenciamientos que construyen las fronteras de la acción comunicativa. El resultado dependerá de lo que se haga con ellas, porque no es cuestión de demonizar a la técnica, sino interpretar su potencial. Este se ve claramente plasmado en la acción colaborativa de los usuarios en Internet a la hora de compartir o producir información. Esta participación activa de los productores-consumidores de los frutos culturales que ofrece la Web ha ido mutando según las necesidades de los medios y de los mismos participantes. Por un lado, los usos, las prácticas; y por otro lado, las formas y contenidos que adquieren los medios dependen de estas interacciones entre tecnologías humanas e históricas. En estas relaciones, como

se mencionaba anteriormente, surge la figura de un usuario mucho más activo y participativo.

Jenkins (2008) define este contexto cultural como una época de convergencia de la mediática en donde los viejos medios no son desplazados por los nuevos, sino que se produce una simbiosis mediática entre usos y apropiaciones de ambos y sus funciones y estatus varían con la introducción de las nuevas tecnologías. Asimismo, estas han permitido que el mismo contenido fluya por canales diferentes y adopte formas muy diversas al momento de su recepción. Además, esta convergencia mediática afecta los modos de producción y consumo de los medios. En este sentido, Jenkins afirma sobre los nuevos consumidores:

“A diferencia de los viejos están aprendiendo a emplear estas diferentes tecnologías mediáticas para controlar mejor el flujo de los medios y para interactuar con otros consumidores. Las promesas de este nuevo entorno mediático suscitan expectativas de un flujo más libre de ideas y contenidos. Inspirados por esos ideales, los consumidores luchan por el derecho a participar más plenamente en su cultura (...) la convergencia es tanto un proceso corporativo de arriba abajo, como un proceso de abajo arriba dirigido por los consumidores” (Jenkins, 2008: 17).

Entonces, podemos inferir que la Web como tecnología constituye una prolongación de la inteligencia colectiva. Esta última se entiende como la capacidad de entender, aprender y elaborar información para resolver problemas y desarrollar una idea de la realidad por estar ligada a funciones mentales como la percepción y la memoria. Se entiende, entonces, que la Web hipertextual configura en un continuum informativo la manera en que diversos grupos sociales piensan y se organizan.

La Web es, entonces, como describe Pierre Levy (1990), una tecnología de la inteligencia ya que reorganiza la visión del mundo de los usuarios, modificando los circuitos de comunicación de las organizaciones y convirtiéndose en una gran red socio-técnica en donde solo existe un único hipertexto que se constituye como una red fluctuante de usos por parte de sus usuarios; cuyos aportes tienen a la exposición de argumentos y que llevan al debate sobre contenidos e informaciones circulantes.

No existen sujetos ni objetos, solo una ecología cognitiva provisoria, fluida, distribuida, molecular y sin límites precisos. Estos contornos indefinidos convergentes, múltiples y heterodoxos explican una comunicación digital que es interactiva y descentralizada en

donde, como ya se explicó, el rol activo del receptor es fundamental para entender estas transformaciones sociales.

La convergencia cultural y mediática, la memoria activa que implica el continuo flujo comunicativo de redes cuyas plataformas son tecnologías colaborativas como blogs, *wikis* e, incluso, las redes sociales provocan un consumo hipermediático que aunque impliquen la aparición de audiencias masivas pero fragmentadas generan una cooperación voluntaria y micropolítica, productora de saberes y acciones cotidianas que negocian con las estructuras y plataformas corporativas mediáticas pero que tienen una naturaleza creativa incomparable e inédita.

La web resulta ser una gran caja de resonancia para la comunicación hipermediática con sus consecuentes narrativas. Este término acuñado por Scolari se define como “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, métodos y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008: 113-114).

La naturaleza conectiva e hipertextual del lenguaje que circula por Internet y que conecta a la galaxia virtual ha llevado a repensar los modos en los que nos relacionamos y lo más importante, la manera en que nos comunicamos a través de la técnica.

La **sociedad de la información** reivindica el empoderamiento revolucionario y no lineal en que la información es captada, transmitida, producida, entendida y resignificada a través de la red.

### **2.3- Las redes: fluyendo sobre rizomas**

En los puntos precedentes, se aportó una breve reseña histórica acerca del contexto en el que se originó y desarrolló el movimiento social obrero. También, se describió la lógica hipertextual de la Web y su capacidad para generar espacios en los que los usuarios convierten a los usos y a las apropiaciones mediáticas en prácticas culturales. En esta parte, nos detendremos a reflexionar sobre el concepto de cultura en Internet. Castells (2002) afirma que más que una tecnología es una producción cultural. Esta *cibercultura* implica nuevas formas de relacionarnos, de socializar y de comprender el mundo en el que vivimos. En palabras de Luque:

“Escuchamos música o vemos televisión con nuevos formatos o dispositivos digitales, que nos acercan o nos alejan de otros por contraste. En todo momento, la

producción circulación y consumo se juega en esa convergencia que nos interpela. En este sentido, si los bienes además de su valor material tienen un valor simbólico, podemos decir que al elegir consumir una u otra cosa nos estamos construyendo en, o como consecuencia de, nuestras prácticas culturales” (Luque, 2014: 12).

Descargamos música, editamos textos, videos, imágenes; compartimos información, expresamos sentimientos y pensamientos en las redes sociales, formamos parte de comunidades virtuales (blogs, redes sociales, foros, sitios de impulso colaborativo etc.) en donde expresamos una subjetividad, una sensibilidad y producimos con nuestras intervenciones nuevas informaciones, además de relacionarnos con aquellos que están compartiendo ese espacio. Nos apropiamos de programas, se crean otros nuevos, otras aplicaciones (a través de la lógica de los *hackers*), entre otras tantas de las actividades que nos permite realizar Internet.

Núñez se refiere a los usos y apropiaciones de la siguiente manera:

“la apropiación como el fenómeno caracterizado por la adecuación que los individuos hacen de determinados productos culturales a su propia forma de percibir el mundo y de intervenirlo. Asimismo, se habla de apropiación tecnológica cuando los individuos comprenden los códigos y significados de las TIC’s siendo capaces de utilizarlas de acuerdo a sus propios intereses y necesidades. En este sentido, cabe hacer una diferenciación entre apropiación y uso, entendiéndose por este último el fenómeno según el cual los individuos sincronizan con las TIC’s sin mediar un proceso previo de reconocimiento de sí mismos y de lo otro que les permita interiorizar plenamente sus significaciones y sus utilidades” (Núñez, 2013:5).

Los medios nos interpelan de múltiples formas y en las prácticas se reconfiguran los sentidos, lugares y percepciones: Vemos desde diferentes ópticas, nos reunimos de diferentes modos, y somos más o menos visibles para determinadas comunidades virtuales. Estas prácticas se dan gracias a la enorme afluencia informativa que caracteriza a las sociedades postindustriales, cuyo paradigma organizativo se alinea con el desarrollo de redes. Dabas y Perrone (1999) explican que este modelo social dio lugar a una reflexión sobre lo colectivo, basada en una racionalidad diferente que terminó por influir en factores como la historicidad, el valor de los afectos y las percepciones.

Surge, así, una nueva forma de ver al entorno, de entender al universo que nos rodea como una red de interacciones. Su análisis se realiza a través de un pensamiento

complejo que incluye los factores que se mencionaron anteriormente. Asimismo, esta complejidad pone el foco de la mirada de la metáfora de la red en la vida social. Para los autores, una red social incluye dos aspectos: la red vincular y la red nocional (nociones). “La red vincular está constituida por las múltiples relaciones que cada persona establece (red de vínculos) (...). Al mismo tiempo, la red nocional posibilita contar con un soporte que posibilita enmarcar nuestro accionar a través de ‘esto quiere decir lo mismo para ambos’ (red de nociones)” (Dabas y Perrone, 1999: 3).

Hoy en día, la Web constituye una red básica de comunicación entre los humanos y, como expresa Manovich, “supone el desplazamiento de toda la cultura hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador” (Manovich, 2006: 64). En palabras de Castells (2004), en esta **sociedad de la información**, tal como la define, existe un elemento fundamental que es la capacidad vincular. La comunicación la incorpora para configurarse a través de un movimiento reticular que posee dos rasgos fundamentales: uno es su interactividad y el otro, su conectividad. Es decir, los espacios de Internet operan a través de una lógica en red que vincula distintos nodos, que están conectados de manera local, global y descentralizada.

Estas conexiones a la Web son locales, porque se realizan en regiones físico-geográficas particulares. Es decir, un usuario se conecta desde un lugar específico, a través de un dispositivo tecnológico particular (una computadora, un celular, una Tablet, etc.), en un lugar físico determinado. El estar conectado al servicio no solamente se circunscribe al ámbito de lo privado, en el interior de un espacio doméstico; sino que las facilidades que brinda la técnica también permiten estar en línea en cualquier momento y desde cualquier lugar. En la actualidad, existen diversos dispositivos tecnológicos en el mercado. Por ejemplo, los celulares permiten conectarse a Internet desde el lugar que se desee. Por lo tanto, la apertura “nodal” se produce geográficamente desde ese punto específico, desde el cual esa persona se abre camino en la *Aldea Global de la Web*.

Esta conectividad de la Web reside en su capacidad como herramienta de generar una comunicación globalizada desde y hacia cualquier parte del mundo, siempre que se tenga accesibilidad al servicio. Esta situación implica que cualquier usuario, con tan solo un clic, puede generar contacto con otro desde un rincón remoto hacia otro, en cualquier parte del mundo. En la dimensión virtual, se acorta la dupla espacio- tiempo en la instantaneidad. Como resultado, ha aumentado la permanencia de la conexión al servicio, porque cada vez son más aquellos que prefieren permanecer conectados a Internet por más tiempo.



Otra característica de la red es su descentralización, por tratarse de una “relación nodal” que no posee jerarquías, sino que genera una comunicación horizontal. Permite conectarse con otro punto de red cualquiera:

“El nodo, en informática y en las redes de ordenadores o computadoras de área local, es un dispositivo que se encuentra conectado a las conexiones de red con la capacidad de poder comunicarse con los diferentes dispositivos. Todos se interrelacionan de una manera no jerárquica y conforman lo que, en términos sociológicos o matemáticos, se llama red” (Núñez Carvonel, 2010).

Esta condición, propia de la comunicación reticular de Internet, pone de manifiesto una capacidad de ubicuidad que resignifica las dimensiones espacio-temporales tal como las conocemos. La conexión a la gran Red permite estar en todas partes con tan solo activar un clic del mouse. De igual manera, esta rapidez altera los parámetros de acción comunicativa, tanto por la velocidad con la que se viraliza una información, como por la capacidad de respuesta colectiva ante estos estímulos informativos. La cotidianeidad de los usuarios se modifica; pasan a interactuar, de forma casi permanente, con pantallas (nodos) y sus hábitos comunicacionales cambian para estructurar la realidad en función de estas interacciones comunicacionales hombre-máquina.

A continuación, se detalla un poco más la interpretación conceptual de estos elementos a los que se define como nodos y que conforman la materia constitutiva de las redes. Se trata de

“los elementos que contienen la información o las unidades básicas del hipertexto y pueden estar compuestos de un sólo tipo de datos de información o de la conjunción de varios medios: **texto, gráficos, imágenes, secuencias de audio o vídeo, etc.** Pueden ser documentos de sólo texto o documentos multimedia (texto, imagen, audio, vídeo, recursos audiovisuales, etc.) Los nodos se conectan mediante enlaces y su ejecución (normalmente un clic de ratón) permite conmutar entre nodos” (Lamarca Lapuente, 2013).

En esta sociedad de redes y nodos conectados entre sí, la información se vuelve imprescindible para la movilización de flujos y acciones. Como admite la posibilidad de ser compartida de manera instantánea, se transforma en un poderoso mecanismo de ejecución que produce novedades sociales, políticas e, incluso, técnicas cuando los distintos actores sociales hacen uso de las redes.

Para De Ugarte, Internet tiene una lógica de red distribuida:

“En las redes distribuidas, por definición, nadie depende de nadie en exclusiva para poder llevar a cualquier otro su mensaje. No hay filtros únicos. En ambos tipos de red, ‘todo conecta con todo’, pero en las distribuidas la diferencia radica en que un emisor cualquiera no tiene que pasar necesariamente y siempre por los mismos nodos para poder llegar a otros” (De Ugarte, 2007: 13).

El activismo en red es un fenómeno que De Ugarte (2007) conceptualiza como ciberactivismo. El autor despliega ciertas características teóricas que definen al ciberactivismo. La Web opera a través de una lógica de redes distribuidas, una red de iguales que se enmarcan en un sistema pluriárquico de acción en donde alguien propone un tema y otro u otros se pueden sumarse a la propuesta. Aquí, la intensidad de la acción dependerá de las simpatías cosechadas por la misma.

Esfera informática pluriárquica implica distintos “nodos asociativos, experimentos colectivos o individuales que se agrupan automáticamente en un espacio que les permite compartir lectores y crecer juntos mientras aumentan los debates y las propuestas” (De Ugarte, 2007: 21).

Un activista social es, ante todo, aquel que quiere convertir un problema en un debate social que propone sin querer encuadrar o comandar el debate adhiriendo y configurando una nueva lírica discursiva en la que se invita al otro a sumarse a un diálogo y a construir consensos; a innovar en el campo social. Esta búsqueda de cambio se percibe como un proceso de exploración que genera expectativa y, en consecuencia, cohesión social. A través de estas conversaciones y expectativas, los individuos configuran una existencia cuya identidad reside en aquello que se puede lograr o alcanzar.

Los ciberactivistas son exploradores, generadores de nuevas experiencias, de un espíritu común que favorece la emergencia de formas reticulares de organización y potenciando a la acción.

Los discursos definen al activismo como un hacking social en donde se proponen rangos; es decir, ciertas maneras de mirar el mundo, un cierto estilo de vida que define un componente identitario y que permite aglutinar voluntades en la red.

El ciberactivismo contiene una fuerte impronta de cultura hacker, ya que permite generar consensos y transmitir ideas a través de herramientas que no son neutrales y que

permiten visibilizar y propagar la información como una estrategia de empoderamiento. Este *swarming* es el que los nodos van sincronizando mensajes y propician un cambio en la agenda pública, en la blogosfera informativa.

Por consiguiente el ciberactivismo es un proceso deliberativo, una gran conversación, una estrategia exploratoria que tiene como objetivo cambiar la agenda pública

Siempre se habla sobre las posibilidades de libertad de expresión que un medio como Internet concede a sus usuarios. Sobre este tema, De Ugarte plantea que en este tipo de redes no hay “nodos filtros” y las fuentes aparecen de manera hipertextual “prácticamente, en tiempo real, siendo aportadas por los propios protagonistas” (De Ugarte, 2007: 17).

Por consiguiente, la relación información/conocimiento en la era de Internet se convierte en un mecanismo de insumo de prácticas culturales que se generan por la vinculación interactiva que posibilita en y por las redes virtuales. Por ejemplo, una plataforma social puede cambiar la función para la que fue pensada originalmente debido a la información que se comparte en las redes y por las prácticas que realizan sus usuarios. Sus creadores, por ende, pueden incorporar funciones adicionales, como sucedió con las dos plataformas Facebook y Twitter que terminaron por convertirse, en algunos casos, en herramientas de movilización social.

En síntesis, la lógica de las redes posibilita que los distintos nodos se puedan conectar entre sí y dar lugar a la emergencia de distintos espacios y procesos socioculturales.

Muchas son las cuestiones que restan por plantearse, pero es importante describir la naturaleza de las redes, ya que Internet opera de esta manera. Y en cuanto a la “gran red”, es necesario analizar cuál es el impacto comunicacional del medio, a partir de su potencialidad.

En la actualidad existe una nueva forma de organización social en donde Internet es la plataforma de anclaje. La potencia de las redes es uno de los aspectos fundamentales de los procesos de creación, distribución o manipulación de la información. Estos cambios, propios de la sociedad de la información, giran la perspectiva de las actividades humanas a la relación entre el hombre con las tecnologías digitales. Históricamente, esta correlación ha revolucionado la manera de entender, pensar y vivir en el mundo. Las necesidades propias la época y el surgimiento de las tecnologías de la comunicación e información han transformado, y aún lo hacen, las realidades de millones. En este contexto, el economista y tecnólogo español, David de Ugarte, plantea que estamos

ante el pasaje “de una sociedad de economía y comunicación descentralizada -el mundo de las naciones- a un mundo de redes distribuidas, hijo de Internet y la globalización, hace que a las personas cada vez les resulte más difícil definir su identidad en términos nacionales. Por eso aparecen nuevas identidades y nuevos valores que, a largo plazo, acabarán superando y subsumiendo la visión nacional y estatista del mundo” (De Ugarte, 2009: 2-3).

Como se ha demostrado, la capacidad de innovación sigue siendo una de las características más determinantes en los procesos de comunicación. Este creacionismo se funde en una interacción entre el hombre y la máquina y, en el medio de estos procesos, surgen caminos que instan a la acción colectiva. Las redes son flujos no sólo informativos, sino también autopoieticos de subjetividades que se forjan en la conectividad del campo virtual. Por esa razón, se supone que son, ante todo, sistemas rizomáticos porque establecen conexiones transversales infinitas sin jerarquías; centros ni orígenes en donde cualquier punto puede conectarse con otro. Un rizoma es heterogéneo, está compuesto por dimensiones, no tiene un modelo y es, ante todo, cartográfico; emprende caminos al conectar nuevos territorios que se fusionan con estos (Deleuze y Guattari, 1976). La red se construye, como pensó Bauman (1999), con su concepto de modernidad líquida a través de fluidos en constante movimiento y cambio, cuyos centros de atracción y poder varían con la rapidez con la que se desarrollan estas variaciones.

Para retomar el análisis de la Web, uno de los aspectos fundamentales tiene que ver con su conectividad. Gracias a ella, se generan lazos reticulares entre los actores que conforman la estructura de la Red y permiten el surgimiento de nuevos comportamientos cognitivos. En esta misma línea de pensamiento De Kerkhove (1999), explica que, gracias al principio de hipertextualidad, la Red se convierte en la extensión de los datos de las mentes que están conectadas para crear una memoria mundial y, por ende, una inteligencia colectiva. Esta habilidad de la Red para auto-organizarse y conectar usuarios crea un potencial para lograr una gran unidad de propósito. Es importante reflexionar sobre esta potencialidad intelectual de la Web y, a partir de allí, plantear si se trata de un medio revolucionario y, en este sentido, en dónde radica su importancia a la hora de pensar qué papel tienen los usuarios que lo utilizan.

Para el desarrollo de este análisis, resulta conveniente incluir el concepto de acción social porque permite reflexionar sobre el fenómeno del activismo digital que sucede durante la constitución de los movimientos sociales mediados por redes. Este se

entiende como aquella actividad en la que la acción social utiliza Internet como el medio y se da con una finalidad u objetivo común, en sintonía con movimientos sociales.

Este ciberactivismo que mencionamos en párrafos anteriores, de la mano de De Ugarte (2007), es la herramienta que utilizan los usuarios para traer a colación un tema determinado y difundirlo entre los demás, para así multiplicarlo a través de los medios de comunicación y publicaciones personales en las redes sociales.

Este fenómeno ha permitido la incorporación y el desarrollo de nuevas formas de participación ciudadana no convencionales, tal y como explica Fernández Prado (2012). Este autor entiende que el surgimiento del ciberactivismo es un proceso de tránsito hacia una acción política no convencional o *e-protest*. En el contexto de las tecnologías de información es necesario plantear qué clase de participación política surge a partir y durante los procesos digitales.

En la actualidad, el ciberactivismo se ha convertido en una estrategia que lleva a los cibernautas al plano de las acciones concretas con una finalidad política, no convencional, que es promovida por los movimientos sociales.

Por otro lado, la causa de una acción social tiene su origen en aquello que produjo una determinada afectación en un grupo o en algunos individuos, como una situación social de injusticia, un reclamo o aquellos temas que han tenido poca o nula difusión mediática, es decir, que han sido “invisibilizados” por los grandes medios masivos.

La apatía y el descreimiento de la sociedad hacia las clases políticas y hacia la política partidaria en general es un rasgo característico de la modernidad. Es, entonces, cuando al surgir malestares o situaciones sobre los que algunos grupos consideran injustos que utilizan los canales no tradicionales: “Los grandes partidos políticos están perdiendo el pulso de la gente, dejando un gran vacío que está siendo ocupado por plataformas que permiten a las personas organizarse y formar movimientos para provocar los cambios que los políticos no están llevando a cabo. Acciones que demuestran que, a través de un clic, se puede participar en un cambio” (Torres, 2012: 17).

Los actores conectados en la Web se consideran fundamentales en esta etapa de Internet, debido a que han cambiado su comportamiento. Ya no se trata de usuarios que navegan por la plataforma virtual como meros exploradores pasivos sin reacción a los estímulos del mundo virtual. En la génesis de los movimientos sociales, los usuarios, ciudadanos cosmopolitas inmersos en el mundo virtual, tienen la posibilidad de usar las redes sociales como herramientas activas de participación. Estas se han convertido en

interesantes receptáculos de la producción de subjetividad y permiten desarrollar miradas sociales y crear sentidos sobre la realidad circundante.

“Cuando una mirada social es compartida, las redes se convierten en plataformas de subjetivación en las que el sujeto se ve transformado por procesos de atracción e imaginación de los cuerpos sociales, haciendo que actúen como sujetos dinámicos, mutables y proliferantes” (Berardi Bifo, 2007: 7).

Esto sucede cuando el sentimiento, que traspasa las pantallas y recorre el espacio virtual, es reconocido y compartido por otros y pueden llevar a la movilización de una acción colectiva; a un movimiento social de nodos conectados en red. La formación de nuevos movimientos colectivos en la Web se caracteriza por el sentimiento que comparten las personas ante una situación de injusticia.

Hoy en día y, como expresan Pisani y Piotet, la característica fundamental de los usuarios conectados en red es su calidad de *Webactores*. Para ambos autores, el concepto surge como una contrapartida al término internauta, que designa a los primeros usuarios que “pasaron de navegantes de Internet a actores de la Web”, y “moldean los sitios de la Web a su gusto y proponen servicios y contenidos propios, discuten las informaciones disponibles” (Pisani Piotet, 2008: 15).

En este contexto, nace otra forma de acción colectiva en un ámbito distinto, como el de Internet, de forma instantánea y con consecuencias que pueden afectar de manera masiva ya sea, a través de la réplica, la producción de contenidos, la transmisión de información o a través de actividades concretas en el espacio real de la mano de los *Webactores*.

**PARTE III**  
**EL NI UNA MENOS**

### **3.1- El *Ni Una Menos* como nuevo movimiento social. Historia e impacto mediático.**

Tal como se mencionó en las partes anteriores, el caso de *Ni Una Menos* en nuestro país sentó precedentes en la manera en la que se visibilizan ciertos fenómenos sociales, en este caso, la violencia ejercida hacia las mujeres en todos los ámbitos.

Así lo explica Rovetto (2015), quien afirma que el potencial de las TIC se encuentra en la posibilidad de circulación de códigos simbólicos, diferentes a los hegemónicos. Se trata de la dimensión de la acción política a través de la comunicación visual de la iconografía circulante. Esta opción permite ampliar los límites de la discusión pública y articularla con experiencias de la vida cotidiana.

Así sucedió con el *Ni Una Menos*: cientos de personas, a lo largo y a lo ancho del país, reclamaron justicia, con la premisa de ponerle fin a la violencia contra las mujeres. Consistió en una convocatoria que se inició como movimiento a través de las redes sociales, cuando el 3 de junio de 2015, el hashtag #NiUnaMenos se convirtió en *trending topic* mundial. Sin embargo, la “movida” del *Ni Una Menos* empezó incluso antes de esa fecha. Al volver hacia atrás, es posible recordar algunos que hicieron mella en la conciencia y la voluntad de muchas mujeres, dando inicio al debate y a la movilización. Algunos de estos hechos, paradójicamente, circularon con supremacía en medios gráficos, radiales y televisivos.

Considero que la agenda de los medios tradicionales de los últimos años, en cuanto a la cobertura y tratamiento de casos sobre violencia de género, ha resultado, muchas veces, un tanto sensacionalista y superficial. Sin embargo, el debate que plantea el movimiento feminista sobre temas como la violencia de género se benefició con esta cobertura “amarillista” en la agenda mediática, ya que dichos agentes permitieron visibilizar y evidenciar socialmente este fenómeno.

En 2011, en México, asesinan a la poetiza, Susana Chávez, oriunda de Juárez y pionera del movimiento de mujeres en ese país. Encontraron su cabeza en una bolsa de plástico y su mano izquierda mutilada. Su brutal homicidio fue producto de su participación activa contra el femicidio en su ciudad natal. Repetía constantemente: “*Ni una mujer menos, ni una muerta más*” y sus palabras se convirtieron en el lema de los movimientos sociales que luego surgirían no sólo en esta región, sino también en Argentina por medio de *Ni Una Menos* y *Vivas Nos Queremos*.



En 2012, tiene lugar la marcha por el Día Internacional de la Mujer Trabajadora bajo la consigna: "Justicia para nuestras hijas asesinadas y nuestras hijas desaparecidas".

Desde 2009, la artista Elina Chauvet realizó varias intervenciones artísticas que consistían en colocar zapatos rojos en el suelo. De esta manera, la arquitecta y artista visual mexicana intentaba reflexionar sobre los asesinatos y las desapariciones de diferentes mujeres. Sin embargo, recién en 2012, esta intervención que había surgido en ciudad de Juárez, comenzó a tomar protagonismo.

Por su parte, en Argentina, hubo varios casos de violencia contra las mujeres que tuvieron importante resonancia mediática, marcaron la agenda mediática nacional e impactaron en el uso de tópicos y fueron tendencia en redes sociales, como Twitter y Facebook.

El 10 de febrero de 2010, luego de una fuerte discusión, Eduardo Vázquez roció con alcohol y prendió fuego a su pareja, Wanda Taddei. Se trata de uno de los integrantes de la banda de Rock involucrada en la tragedia de Cromagnon, llamada Callejeros. La mujer de 30 años murió luego de permanecer once días en coma, producto de las graves quemaduras sufridas en más del 60 % del cuerpo.

En 2013, el encargado del edificio donde vivía Ángeles Rawson, de 16 años, la asesinó en medio de un ataque sexual. El cuerpo de la adolescente fue encontrado en una bolsa del CEAMSE, empresa encargada de la recolección de residuos sólidos y urbanos de Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

En 2014, dos femicidios fueron los que tuvieron mayor resonancia mediática. El primero fue el caso de Melina Romero, de 17 años, quien fue hallada asesinada en septiembre de ese año, un mes después de haber desaparecido. El cuerpo se encontró en una bolsa, a metros de un predio de esta empresa, en José León Suárez. La habían visto por última vez el 24 de agosto, cuando salía del boliche "Chankanab", en el partido de San Martín, donde había festejado su cumpleaños. Los resultados de la autopsia determinaron que murió por sofocamiento.

Lola Chomnalez, de 15 años, fue asesinada en una playa Uruguaya, en una localidad del departamento de Rocha, al este de Montevideo, mientras estaba de vacaciones con su familia. El cuerpo fue hallado a 400 metros de donde se la vio por última vez. Estaba enterrado, presentaba heridas cortantes y no había signos de violación.

En 2015, hallan a Daiana García, de 19 años, también en una bolsa y semidesnuda, sobre la ruta, cerca de la localidad de Lavallol, en la zona sur del Gran Buenos Aires. Su familia

la vio por última vez cuando salió de su casa, rumbo a una entrevista de trabajo, en el Barrio de Palermo, al norte de Ciudad de Buenos Aires. La joven murió asfixiada con una media en la boca y el único sospechoso de la muerte fue Juan Manuel Fígola, quien se suicidó luego del asesinato.

La muerte de Daiana fue la gota que rebalsó el vaso. En marzo de ese mismo año, un grupo de activistas, periodistas, escritores, escritoras y artistas organizaron una maratón de lecturas contra la ola de violencia hacia las mujeres y los femicidios.

Estas maratones de lectura comenzaron en la Ciudad de Buenos Aires, en marzo de 2015, en la Plaza Boris Spivacow, que es un espacio público ubicado junto al Museo de la lengua y el libro. Cabe destacar que algunas de las mujeres que luego formarían parte del colectivo *Ni Una Menos* participaron de esta iniciativa. Por otra parte, esta actividad se dio simultáneamente ese día en ciudad de Córdoba, donde se llevó a cabo otra maratón de lectura en el Museo de las Mujeres de esa ciudad.

Cabe resaltar que uno de los ejes del debate fue, justamente, el tratamiento amarillista, chato y tendencioso que asignaron los medios de comunicación. Esta falta de claridad, estos vacíos, reflejados en el inapropiado o, incluso, inexistente tratamiento del fenómeno de la violencia hacia las mujeres, significó una preocupación en ámbitos académicos, feministas y en sectores más politizados. Evidentemente, existía esta sensación, ya se escuchaba ese murmullo de que algo estaba pasando con las mujeres en la sociedad, incluso sin conocer en detalle bien de qué se trataba.

La denuncia social que tuvo el *Ni Una Menos* se enfocó, principalmente, en resistir a un relato chato y verticalista de los medios tradicionales de comunicación, del sistema judicial, y de ciertos mandatos y estereotipos sociales en relación a la violencia ejercida hacia las mujeres, en todos los aspectos de su vida. La demanda de miles de personas permitió que se empezara a hablar acerca de este tema, es decir, puso en “agenda” este debate. Hoy por hoy, ya no resulta extraño debatir sobre casos de violencia de género, no es se considera un término raro o inusual, y todo gracias a la conformación del *Ni Una Menos*.

El rol de los medios masivos no tradicionales, puntualmente, las redes sociales, condujo hacia una comunicación en red, que incluyó a miles de actores sociales que no solo recibieron información sobre la convocatoria de este Colectivo para el 3 de junio, sino que también participaron activamente con propuestas en sus publicaciones, contenido y

tuvieron la oportunidad de convocar para sus propias reuniones en distintos puntos del país.

Valadés hace hincapié en la importancia de la apropiación social de la redes y resalta que estas se convierten en sistemas de información durante el proceso de apropiación social: “Si bien las plataformas cuentan con elementos técnicos que determinan algunas funciones de uso, la **apropiación social** es la que dota de sentido y funcionalidad a estas plataformas” (Valadés, 2011: 5).

El movimiento/colectivo *Ni Una Menos* ha demostrando, entre otras cuestiones, que la sociedad se encontraba en una instancia definitoria, anclada sobre axiomas poco claros, pero preparada para dar un paso a la **acción**. Ibarra (2000) expresa que los movimientos sociales tienen que ver con una acción colectiva y que comparte un fin u objetivo común. Este nuevo movimiento social se constituyó como una necesidad de identidad colectiva:

“Melucci considera que la búsqueda de identidad es un aspecto crucial en la formación de estos movimientos. Los motivos y factores de motivación tienden a ser temas culturales o simbólicos asociados con sentimientos a un grupo social diferenciado. Para Melucci, en los análisis de este tipo de movimientos permanece la idea de que en los actores sociales existe una necesidad intrínseca de tener un ‘yo social’ (*social self*) integrado y continuo en el tiempo” (Chihu Amparán y López Gallegos, 2007: 141-142).

La generación de contenido vino de la mano no sólo de esta agrupación de mujeres que impulsaron la convocatoria, sino también de todos aquellos usuarios que compartieron la información sobre la movilización. Por ejemplo, crearon páginas de Facebook para reproducir la convocatoria en otras ciudades alrededor del país. Todos estos participantes formaron parte del “cuerpo “de un movimiento que se construía a medida que nacía una identidad colectiva. La búsqueda de justicia en nombre de cientos de mujeres asesinadas, la desconfianza del sistema judicial y el sistema político en general se canalizaron a través la identificación con esa agrupación femenina que planteaba consignas diferentes que se pudieron cristalizar con el *Ni Una Menos* y que incluyeron estas sensaciones y demandas sociales.

Esta necesidad de expresarse se hizo presente en varias personas y, en especial, en el Colectivo y significaron los pilares para construir una acción de movilización basada en un sentimiento de desconfianza. Esta característica que, como se expuso antes, forma

parte de los **Nuevos movimientos sociales**, también la analizó Manuel Castells (2012) al afirmar que estos ignoran a los partidos políticos y desconfían de los medios de comunicación. En este movimiento existe, ante todo, una necesidad de expresarse sin “filtros” o censuras en el contenido del mensaje a transmitir; además del sentimiento de indignación que significa uno de los motores que lo originó.

*“Ni Una Menos evidencia, en primer lugar, el hastío de las mujeres y otras categorías vulnerables a la violencia física y sus otras formas, a la violencia no aleatoria ni circunstancial, sino sistemática y estructural. Los recientes homicidios de mujeres y niñas, la modalidad en la que se sucedieron, la gran cantidad de casos fueron los puntos que movilizaron sentimientos: estábamos todos movilizadas desde las tripas” (Rodríguez, 2015: 218).*

Es evidente que la **acción social**, también en el movimiento bajo análisis en este trabajo, está orientada a visibilizar denuncias a través de la constitución de una identidad como colectivo social. Se le suman la participación en red de aquellos que comparten la lucha y la opinión y viralizan consignas y contenidos. En este caso, la acción social estuvo vehiculizada por el uso de las redes sociales.

El colectivo comienza a formarse a partir del conocimiento sobre las denuncias por violencia hacia las mujeres, sobre este malestar social constante y sobre la relación con el otro a través del posteo de contenido, los comentarios y la adhesión a las consignas que se iban construyeron. En este contexto es posible inferir ciertas cuestiones relacionadas al movimiento social. Por un lado, el vínculo que se generó en las redes permitió la manifestación de un sentimiento de impotencia (nivel afectivo) y, por otro lado, cuestionó las normas sociales que naturalizan ciertos tratos hacia las mujeres. Esta relación se desarrolló a través de flujos y circuitos de información y comunicación.

También, existe la cuestión de la naturaleza política de la acción de los internautas. Como expresa Braga (2012), en la sociedad de la mediatización **hacer política es desarrollar circuitos**, para el autor, “los internautas realizan una acción política orientando el uso de las redes informáticas realizando críticas y reivindicaciones” (Carlón y Fausto Neto, 2012).

Esta acción tiene una función creadora como la entiende Deleuze: “Proceden de intersecciones, cruces de líneas, puntos de encuentro en el medio. No hay sujeto lo que

hay son agenciamientos colectivos de enunciación; no hay especificidades, lo que hay son poblaciones” (Deleuze y Parnet, 1977: 33).

### **3.2-La conformación del colectivo *Ni Una Menos***

Inicialmente, el colectivo *Ni Una Menos* se formó con periodistas que pertenecían a medios nacionales radiales, con activistas feministas, con artistas, escritoras; en su mayoría, conectadas en red a través de Internet. El hecho que desencadenó la convocatoria desde las redes fue el homicidio de Chiara Páez, una joven que vivía en Rufino, provincia de Santa Fe, de 14 años, que fue enterrada y hallada muerta en la casa de los abuelos de su novio, de 16 años, en la madrugada del 10 de mayo del 2015. Chiara, además, estaba embarazada.

La cronista y periodista de radio Continental, Marcela Ojeda, al conocer esta noticia, utilizó la red social Twitter para conectarse con algunos de sus contactos y les propuso realizar algún acto de protesta en relación a los actos de violencia contra las mujeres. Así lo expresa la profesional en su relato en el libro “*Ni Una Menos*”, de Paula Rodríguez, sobre cómo se dio esta iniciativa que surgió en esta red social:

*“Fue un impulso. Ese día apareció en Rufino el cuerpo de Chiara Páez. Otra vez circunstancias dolorosas, violentas. Pensé: ¿a qué mujeres les puedo escribir? ¿Qué colectivo de minas tengo alrededor que sé que me están leyendo? Tal vez podamos hacer algo. (...)¿Qué tipo de mujeres tengo alrededor, o que me lean? Empresarias, escritoras, periodistas... solo en Twitter porque en la vida real no. Y ahí escribí ese Tweet y rápidamente comenzó en Internet un intercambio con Florencia (Etcheves), con Ingrid Beck, con Hinde (Pomeraniec), con Soledad Vallejos” (Rodríguez, 2015:50).*

Posteriormente, y a partir de esas conversaciones en Twitter, surgió la idea de realizar una concentración en el Congreso, ya que este fue el lugar en donde se sancionó la Ley 26648 de Protección Integral de las Mujeres, en 2009.

En relación a los pormenores de cómo se fue gestando la convocatoria, la conversación de ese 11 de mayo al respecto se expresaba en Twitter con mensajes del tipo:

*“¿Vamos todas de negro como si estuviésemos de luto?, No tenemos que dar un mensaje superador: digamos, positivo—todas de violeta que es el color del feminismo. Y entonces una de las chicas dijo que Ni Una Menos ya existía como*

*movimiento desde marzo:-Ya existe ese nombre, podemos unirnos-.Y eso fue lo que pasó. Marcela Ojeda. Periodista, cronista de la calle en Radio Continental, integrante del colectivo Ni Una Menos” (Rodríguez, 2015: 5).*

Finalmente, como ya se dijo, el *Ni Una Menos* en Argentina se realizó por primera vez el 3 de junio de 2015, teniendo como epicentro de la movilización central la Plaza Congreso de Ciudad de Buenos Aires. Allí se concentraron cerca de 250.000 personas y a en todo el país fueron alrededor de 120 puntos de encuentro. En la ciudad de Córdoba, se reunieron 30.000, en Rosario, unas 20. 000. Al oeste del país, en Mendoza más de 15.000 personas dijeron *Ni Una Menos*. En Salta y en Neuquén fueron 10.000 y alrededor de 5.000 en San Salvador de Jujuy.

Tamaño nivel de movilización nos demuestra la necesidad de expresar un malestar social, un sentimiento de indignación. Aquí se plantea, claramente, la injusticia social y la movilización como forma de resolución al conflicto. Este conjunto de sucesos o hechos políticos, sociales, económicos y culturales e históricos, adquiere un matiz particular en los movimientos sociales. Esta particularidad está relacionada con la raíz misma de estos movimientos, y que es la **acción social** .En este caso, mediada por las redes sociales.

La particularidad del *Ni Una Menos* se centra en cómo la comunicación en red, a través de Facebook y Twitter, permitió la **vitalización de contenidos**, la forma en que se organizó el movimiento y la manera de vincularse con la sociedad.

### **3.3- Una nueva narrativa: La imagen emotiva del *Ni Una Menos***

*La memoria y la fotografía han estado estrechamente ligadas por la significación de lo material. La fotografía recuerda el momento pero es el papel, o donde se haya impreso lo que funciona como recuerdo. Es decir, (y como diría Susan Sontag), nosotros no recordamos lo acontecido, sino la fotografía de lo acontecido. En un mundo sumamente lleno de imágenes, los movimientos sociales, los museos, las fiestas y toda forma de convivencia se mediará por medios de cámaras. Para que la memoria resurja en una pantalla, para que se almacene en un mundo virtual que no es palpable. Las personas se toman fotos en marchas para demostrar que sí fueron y que sí apoyaron pues si no suben su imagen al mundo no podrán comunicar que apoyan al sentido.*

**Emiliano Villalba 7 de junio 2018**

Desde sus orígenes, los movimientos sociales se han relacionados con la emoción, ya que el impulso de la acción comunitaria está dado por los sentimientos que comparten los individuos que forman parte de dichos movimientos. Como señala Castells, “desde el punto de vista de los individuos, los movimientos sociales son movimientos emocionales. La insurgencia no empieza ni con un programa, ni con una estrategia política (...) el Big Bang de un movimiento social empieza con la transformación de la emoción en acción” (Castells, 2012:30).

Como comenté en los anteriores apartados, el movimiento *Ni Una Menos* es, ante todo, uno del tipo social que surge a partir de un sentimiento que se podría conceptualizar como indignación ante una sensación de injusticia social sobre el género femenino. Esta primera sensación, que conllevó a la constitución del movimiento, reveló primordialmente una experiencia social compartida, es decir, una emoción que la sociedad experimentaba hacía un tiempo, ya sea por algún rumor sobre situaciones vividas por otros o directamente por experiencias propias o dentro del círculo íntimo familiar.

En este sentido, quisiera destacar algunos extractos que corresponden a testimonios de dos integrantes del colectivo *Ni Una Menos*:

*“Se empezaron a combinar muchas cosas: la indignación, la voluntad de hacer algo, la potencia de las redes sociales”, **María Florencia Alcaraz - Periodista-Integrante del Colectivo Ni Una Menos** (Rodríguez, 2015:41)*

*“Hay algo que se dijo el 3 de junio, que ya estaba muy hecho carne en la experiencia concreta de mucha gente (...) Por una convocatoria en sí misma no sale la gente a la calle. Hay algo que se macera socialmente, que se va acumulando, reinventando y que tiene que ver con la necesidad de salir”, **María Pía López Socióloga, investigadora, escritora, integrante del Colectivo Ni Una Menos** (Rodríguez, 2015:43)*

Como podemos inferir, el sentimiento funcionó como una fuente de motivación que permitió generar una acción social común. En pocas palabras, para que este tipo de acción adquiriera la adhesión de la sociedad, es necesario que se desarrolle un proceso de comunicación que permita compartir dichas emociones. Estas se perciben como una

circunstancia común y se desencadenan por distintas experiencias sociales que deben ser propagadas para generar visibilidad.

Como reconoce Castells (2012), para que se forme un movimiento social resulta necesario que la activación emocional de los individuos se conecte con la de otros mediante un proceso de comunicación. Este proceso funciona a través de una **empatía cognitiva** entre emisores y receptores, que se conectan a través de un canal eficaz. La empatía está determinada por experiencias comunes entre los miembros, que se pueden percibir como injustas o que generan algún tipo de sufrimiento y desembocan en un estallido emocional. A modo de síntesis, el autor afirma que este proceso provoca una identificación entre los individuos que se conectan a través de esta situación compartida.

En definitiva, para que se constituya un movimiento cuyo epicentro sea la acción social, es imprescindible que las experiencias se conecten a través de un proceso de comunicación para permitir la propagación de estos acontecimientos y sus emociones de manera interactiva y rápida. De esta forma, la acción se vería impulsada por un sentimiento de indignación y motivada por un sentimiento de esperanza.

Con respecto al acceso mediático de este tipo de movimientos, cabe aclarar que la inmediatez y la rapidez con la que desaparece la información que se postea en Internet exigen la intervención de otro medio de comunicación. Tal como sucedió con los acontecimientos que sucedieron cercanos al 03 de junio de 2015, donde fue necesario consultarlos para poder entenderlos.

Esta cobertura de la convocatoria demostró el nivel elevado de emoción que se vivía en la sociedad. A modo de ampliar esta información, creo conveniente destacar y reproducir algunos extractos de notas en línea que publicaron distintos medios nacionales, en las que explican cuál fue el origen del *Ni Una Menos* y que permiten entender desde qué perspectiva lo exponían, hasta el clima social que se vivía en ese momento.



**La Gaceta - 12 de mayo de 2015**

**POR LAS REDES SOCIALES CONVOCAN A LA MARCHA "NI UNA MENOS", PARA RECLAMAR UN FRENO A LOS FEMICIDIOS.**

*Esta semana, la maquinaria de las redes sociales se puso en marcha y la indignación se concretó en un llamado a salir a las calles, para reclamar que se ponga un freno a los femicidios. La convocatoria es el 3 de junio, bajo la consigna "Ni una menos" y "Basta de femicidios". En Buenos Aires, se reunirán frente al Congreso de la Nación, a las 17.*

<https://www.lagaceta.com.ar/nota/637094/sociedad/por-redes-sociales-convocan-marcha-ni-menos-para-reclamar-freno-femicidios.html>

**La Izquierda Diario - 14 de mayo de 2015**

**LA CONVOCATORIA #NIUNAMENOS SE EXTENDIÓ A TODO EL PAÍS**

*Nacida de la bronca por los asesinatos de mujeres que se convirtieron en noticias cotidianas, la convocatoria #NiUnaMenos se extendió masivamente. El miércoles 3 de junio, no sólo habrá una concentración en el Congreso Nacional, sino también en todas las capitales provinciales del país. Las periodistas fueron las primeras en lanzar la convocatoria que muy pronto se viralizó en las redes sociales. En poco menos de un día, adhirieron figuras del espectáculo, humoristas gráficos, personalidades de la cultura y los medios.*

<http://www.laizquierdadiario.com/La-convocatoria-NiUnaMenos-se-extendio-a-todo-el-pais>

**El País - 29 de mayo de 2015**

**LA CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA MACHISTA #NIUNAMENOS Y LA MUÑECA QUE HA LLEGADO A TU WHATSAPP**

*En las dos últimas semanas, la iniciativa se ha hecho grande gracias a Facebook y Twitter. Ha ayudado, y mucho, que personajes públicos argentinos se hayan unido a la campaña subiendo fotografías suyas sujetando carteles con la frase Ni una menos.*

[https://verne.elpais.com/verne/2015/05/28/articulo/1432824490\\_226268.html](https://verne.elpais.com/verne/2015/05/28/articulo/1432824490_226268.html)

**Minuto Uno – 02 de junio de 2015**

### **¿CÓMO Y POR QUÉ SURGIÓ LA MARCHA #NIUNAMENOS?**

*"Me paso que ese tuit fue bastante impulsivo, minutos después de haberme enterado que habían matado a Chiara Páez. **Me enojé conmigo, con los demás, porque estoy cansada** de tener que cubrir sistemáticamente casos en los golpean, violan y matan a mujeres y chicas más brutal. El caso de Chiara conjugó todo eso", explicó a [minutouno.com](http://minutouno.com) Marcela Ojeda.*

<https://www.minutouno.com/notas/365722-como-y-que-surgio-la-marcha-niunamenos>

**Big Bang News - 3 de junio de 2015**

### **CÓMO NACIÓ "NI UNA MENOS", LA MARCHA DE LA QUE HABLAN TODOS**

*Hoy el reclamo es uno solo: eliminar los femicidios .El motor para decir "basta" a la violencia de género fue el caso de Chiara Páez, que estremeció a la ciudad santafesina de Rufino y resonó en todo el país. La ciudad está repleta de carteles que convocan a las 17 a la plaza Sarmiento, justo el lugar donde asesinaron a esta adolescente de 14 años, que mantenía un embarazo de casi cuatro meses. **Su muerte indignó, conmocionó** pero también **sacudió a la sociedad**, que se volcó a reclamar. A partir de allí, un grupo de mujeres comunicadoras difundieron por Twitter la idea de reunirse en el Congreso y el llamado circuló a gran velocidad por las redes. Por eso, en forma de contagio, se replicará a la misma hora en más de 80 ciudades y pueblos para unirse bajo la consigna #NiUnaMenos.*

<https://www.bigbangnews.com/actualidad/Como-nacio-Ni-una-menos-la-marcha-de-la-que-hablan-todos-20150603-0010.html>

**Clarín-3 de junio 2015**

### **"NI UNA MENOS", EL GRITO QUE HOY RECORRERÁ TODO EL PAÍS**

*Las adhesiones son miles: los ministros de salud y educación, organizaciones no gubernamentales, escritores, deportistas, artistas, familiares de víctimas, famosos de todo tipo: desde Susana Giménez y Moria Casán hasta Silvio Rodríguez y las Abuelas de Plaza de Mayo. Es que es mucho más que un pedido de militantes feministas. El hashtag #NiUnaMenos es TrendTopic desde el lunes. No habrá discursos hoy, sino la lectura de un*

documento, a cargo de Érica Rivas, Maitena y Juan Minujín. **Las historias dejaron de ser cuestiones privadas, son un problema social, y las muertes se llaman femicidios (...).** **#NiUnaMenos es el grito desesperado ante la aberración de las muertes, pero la violencia comienza mucho antes.**

[https://www.clarin.com/sociedad/ni-una-menos-violencia-genero\\_0\\_ryUCPdKwQl.html](https://www.clarin.com/sociedad/ni-una-menos-violencia-genero_0_ryUCPdKwQl.html)

**Revista PIKARA-9 de junio 2015**

### **#NIUNAMENOS. ARGENTINA SE MANIFIESTA CONTRA EL FEMINICIDIO Y LAS CADENAS DEL PATRIARCADO**

*#NiUnaMenos se gestó horas después de que Chiara, una adolescente de 14 años, embarazada, fuese encontrada muerta y enterrada en el patio de la casa de su novio, en la pequeña ciudad argentina de Rufino, a mediados de mayo. Fue la gota que colmó el vaso. Un grupo de mujeres, periodistas y activistas, se pusieron manos a la obra: convocaron una manifestación sin precedentes para el 3 de junio. #NiUnaMenos se viralizó en las redes sociales; la convocatoria se extendió a decenas de ciudades de Argentina, Uruguay y Chile. En apenas 48 horas, consiguieron documentar 600 feminicidios, para visibilizar los casos, y también para denunciar la desidia del Estado a la hora de elaborar estadísticas de violencia machista. **Esta vez, la sociedad argentina estaba madura: de pronto se visibilizaron años de activismo, de trabajo con las víctimas.***

<http://www.pikaramagazine.com/2015/06/ni-una-menos-argentina-manifestacion-femicidio/>

Estas emociones que se viralizaron y que expresaban sensaciones, experiencias y percepciones sociales, adoptaron masividad como resultado no solamente del uso de estas plataformas, sino también gracias a la cobertura de los medios masivos tradicionales, como la radio, la televisión o los periódicos, que colaboraron para que la convocatoria tuviera trascendencia. Esta situación se dio gracias a la convergencia de la que hablábamos anteriormente. Podemos decir que en el movimiento *Ni Una Menos* la experiencia social adquirió visibilidad en las redes sociales.

En cuanto al papel de las redes sociales, es preciso aclarar que su aporte tuvo que ver con la posibilidad de que un grupo de personas hiciera de una experiencia propia, una

consigna de miles de personas. Sucedió gracias a la posibilidad de auto-comunicación a través de Facebook y Twitter, a partir de una publicación de la periodista Marcela Ojeda, que significó un disparador en línea: *“Actrices, políticas, artistas, empresarias, referentes sociales... mujeres, todas, bah... no vamos a levantar la voz? NOS ESTAN MATANDO”*. Ambas redes funcionaron como canales de comunicación masiva que llevaron a diseñar los objetivos, las consignas y los significados referidos a la violencia de género y a la convocatoria del 3 de junio. De esta manera, se convirtió en un cuerpo social de flujos afectivos que adoptó la forma de un movimiento colectivo en el que la información se compartía, se producía y propagaba y, al mismo tiempo, definió un espacio físico de convocatoria.

Ambos sitios constituyeron un cuerpo rizomático que permitió que cualquier persona pudiera “hacer rizoma” e interactuara con otros usuarios en la red: compartían mensajes y contenidos propagables, en términos de Jenkins, Ford y Green (2015). Para Deleuze y Guattari (1976), en un rizoma, un punto se puede conectar con otro; los eslabones semióticos de distinta naturaleza se pueden relacionar con diversas formas de codificación. Es una multiplicidad que no tiene objeto ni sujeto, sino dimensiones, líneas territorializantes o desterritorializantes. No tiene principio ni fin, siempre tiene un medio por el que crece y desborda.

El rizoma es un mapa que apunta a experimentar lo real y contribuye a la conexión de campos. Un mapa abierto, conectable en todas sus dimensiones, alterable y susceptible de recibir modificaciones. “Puede ser roto, alterado, adaptarse a distintos montajes; iniciado por un individuo, un grupo, una formación social. Puede dibujarse sobre una pared, concebirse como una obra de arte, construirse como una acción política o como una meditación. Una de las características más importantes del rizoma quizás sea la de tener siempre múltiples entradas” (Deleuze y Guattari, 1976: 18).

En este contexto, las redes digitales se erigen como “el medio de comunicación más rápido, autónomo, interactivo, reprogramable y autopropagable” (Castells, 2012:32). Se trata de un medio que creció y se desbordó; que pasó por una metamorfosis a través de cada contenido “compartido”, desde un comentario, una réplica, una imagen o una divulgación de un evento o situación colectiva. Justamente, el *Ni Una Menos* se convirtió en un rizoma que traspasó desde y en las redes, que transversalizó información y emociones.

Redes de cuerpos y afectos involucrados en un proceso de comunicación que implicó la construcción de elementos significantes. En el movimiento *Ni Una Menos* la circulación de contenido dio lugar a que los sujetos intervinientes fueran innovadores y creativos para, finalmente, convertirse en productores y, a su vez, consumidores de este material circulante con sus interacciones. Sin embargo, más allá de que esta información cayó en manos del *Mass Media* antes y durante las movilizaciones en el espacio físico ese tres de junio, y colaboró en lograr masividad en la convocatoria; es importante resaltar que fue la iniciativa de los participantes en red el elemento que asignó el valor renovador al fenómeno en mención. Este tiene que ver con el que la organización *Tactical Technology Collective* denominó como “capital social”.

*Capital Social: es considerado la variable que mide la colaboración social entre los diferentes grupos de un colectivo humano, y el uso individual de las oportunidades que surgen a partir de ello, a partir de tres fuentes principales: el afecto, la confianza mutua, las normas efectivas y las redes sociales. El capital social mide, por tanto, la sociabilidad de un conjunto humano y aquellos aspectos que permiten que prospere la colaboración y el uso, por parte de actores individuales, de las oportunidades que surgen en estas relaciones sociales. Una sociabilidad entendida como la capacidad para realizar trabajo conjunto, la de colaborar y llevar a cabo la acción colectiva.*

[https://gendersec.tacticaltech.org/wiki/index.php/Usos\\_creativos\\_feministas\\_de\\_las\\_redes\\_sociales](https://gendersec.tacticaltech.org/wiki/index.php/Usos_creativos_feministas_de_las_redes_sociales)

Gracias a este denominado capital social, la colaboración y la capacidad de trabajo en red de los actores intervinientes permitió que surgiera otro de los elementos más importantes de este fenómeno: la creatividad conformada por niveles estético, visual e iconográfico. En el mundo mediático actual, que se encuentra tan permeado por los contenidos visuales, estos tres factores de tanta creatividad discursiva y simbólica, otorgó la visibilidad necesaria para generar un rumor social en las redes, que luego se transformó en un debate. Esta fue proporcional a la indignación colectiva que suscitó la problemática.

En otras palabras, la apropiación de una consigna puntual se hizo carne en el cuerpo social y se vivió como una afectividad común. Este gran rizoma comunicativo orientó sus procesos hacia la acción de crear valor a través de una subjetividad propagable. Tal es el

caso de Marcela Ojeda, la periodista, quien aprovechó esta situación de comunicación a través de las redes e inició una ampliación de estos procesos subjetivantes. Estos se manifestaron en el movimiento *Ni Una Menos* y pasaron a ser objeto de un debate social que comenzó con un rumor social.

El protagonismo de la subjetividad y la dimensión afectiva fue proporcional al nivel de propagación que generó este debate en la sociedad y de circulación de los contenidos en las redes. Los usuarios iniciaron su participación en este debate relacionada a la temática femicidios y violencia contra las mujeres, por medio de plataformas como Twitter y Facebook.

Posiblemente, existan dudas acerca de la interpretación del término subjetividad. Como explica Calderón Rivera (2014), esta resulta ser un espacio fundamental de la afectividad. Los vínculos se establecen a través de la dimensión afectiva y de los procesos de constitución subjetiva. Por lo tanto, las relaciones dan sentido de la realidad gracias a la interiorización de procesos de identificación e identidad.

El hincapié que se hace en este trabajo sobre este punto se debe a la consideración que muchas veces se deja de lado en cuanto al aspecto emocional, a la hora de interpretar y exponer las causas de fenómenos y procesos sociales. Es fundamental detenerse en la importancia de la subjetividad y las emociones implícitas para el análisis de *Ni Una Menos*. En este caso, el sentido social sobre la realidad se constituyó a través de un sentimiento, que configuró un debate e implicó volver a examinar distintas prácticas de la sociedad y reflatar ciertos reclamos. Para la propagación del mensaje que proponía este movimiento, las redes sociales fueron la herramienta indispensable para la constitución del *Ni Una Menos*.

En palabras de Calderón Rivera (2014), para analizar el funcionamiento de estos universos emocionales dentro del campo de la afectividad, se debe poner en el centro de la reflexión a la subjetividad. Los sentimientos están regulados por la cultura, forman parte de imaginarios sociales, de procesos de construcción de identidad o diferencias y de experiencias cotidianas de los grupos. En consecuencia, lo emocional está presente implícitamente en las conductas y en las prácticas sociales; es una parte fundamental de la estructura cultural de una sociedad.

“La dimensión afectiva se debe entender como la depositaria de los universos emocionales que implican intercambios simbólicos, comúnmente conocidos como emociones, pasiones, sentimientos, afectos, etc. Todos se constituyen a partir de

repeticiones de vivencias significativas que son descritas, interpretadas, expresadas, compartidas, contagiadas, nombradas, comunicadas e intercambiadas con los otros sujetos. Las vivencias se tornan significativas y culturales.” (Calderón Rivera, 2014: 11).

En definitiva, y para concluir, entiendo que, por sus características subjetivas y emocionales, el movimiento *Ni Una Menos* se erigió como un proceso cultural. Un proceso que es y fue significativo para nuestra sociedad por eso generó empatía, indignación y solidaridad en la Web. Una cultura de solidaridad, de creación y emancipación por y en medio de las experiencias de la gente, por lo tanto, teñida de experiencias comunes y de la potencia propagabilizadora de las redes.

El análisis de este trabajo, por ende, se centra en reflexionar sobre la potencialidad que ofrecen Facebook y Twitter como redes sociales para propagar contenido y promulgar la acción colectiva. Ante todo, el movimiento en cuestión, como proceso cultural, requirió de una dimensión afectiva que se expresó a través de estas plataformas en línea para poner como orden de prioridad a los casos de femicidio. El éxito de la repercusión del *Ni Una Menos* respondió al rumor social y a los debates que se dieron en la esfera digital y que generaron la propagación de ciertos mensajes. En efecto, esta dimensión afectiva representa la búsqueda de esta masa social parte de este movimiento ante una situación de incertidumbre, desorden, desamparo social, político y judicial ante este delito.

“La dimensión afectiva es y será universal porque su funcionamiento es posibilitado por la lucha contra la anomia, o la entropía. Las consecuencias de este punto de partida implican que ella hace viable no sólo la vida del sujeto particular, sino de la vida en sociedad. Ésta resulta fundamental en la constitución de sujetos y, por ende, en la composición, descomposición y recomposición social” (Calderón Rivera, 2014: 12).

Las redes sociales fueron las depositarias de universos afectivos y emocionales pertenecientes a una subjetividad compartida. En este caso, la esta última está contenida, moldeada, matizada y propagada en y a través de la Web. Por lo tanto, existe una dependencia de la información virtual como instancia conectiva y visibilizadora de contenidos. Sin embargo, lejos de ser un instrumento neutral, deshumanizado y meramente maquínico, las redes sociales se transformaron en contenedores expansivos de un proceso cultural de acción colectiva; en este caso, el movimiento *Ni Una Menos*.

Como explica Guattari (1989), la subjetividad depende cada vez más de contenidos maquínicos. Sigue bajo el control de dispositivos de poder y de saber, pero existen otras modalidades de producción subjetiva de naturaleza singularizante. Estas se proyectan como formas alternativas de reapropiación existencial, de auto valorización, de auto referencia; y desarrollan una subjetividad procesal auto fundadora de sus propias coordenadas, auto consistencial.

Mujeres y hombres utilizaron las redes para expresar experiencias, percepciones y opiniones propias y fundaron así la identidad del movimiento. Estas características permitieron la cohesión conceptual basada en un reclamo ciudadano. Instalar el concepto de femicidio, es decir, el asesinato de la mujer por el hecho de serlo, dejó de ser un debate reducido a ámbitos académicos o feministas y pasó a ser masivo, gracias a la acción de “compartir” en las redes. Esta narratividad que acompañó la propagación del *Ni Una Menos* estuvo cargada de una dimensión afectiva movilizadora.

El desarrollo de esta movilización colectiva nos lleva a preguntarnos: ¿qué hay de revolucionario en el uso de una red social? ¿Qué papel cumplió en la organización del movimiento *Ni Una Menos*? Ante todo, se trata de una nueva realidad comunicativa que potencia, en términos de Castells (2012), a la auto comunicación.

En primer lugar, resulta necesario definir el término “revolucionario”. Para la Real Academia Española, en su segunda acepción, “revolución” es un *“cambio profundo, generalmente violento, en las estructuras políticas y socioeconómicas de una comunidad nacional”*. En el análisis del presente trabajo, las TIC representan, efectivamente, un cambio importante como práctica social generadora de cultura participativa que canalizan emociones.

Es cierto que la comunicación es un fenómeno que transversaliza a todas las esferas de la vida: pública, privada, económica, política, social, institucional etc., pero la comprensión del alcance de los efectos que se producen a través de las TIC será el resultado de un proceso cuyas huellas serán producto del tiempo, la acción humana y la lógica de las plataformas. Es importante aclarar, también, que para entender este circuito hay que tener en cuenta el influjo de la convergencia mediática, tal como la define Scolari (2008).

Este último elemento de coincidencia es imprescindible para que una problemática expuesta mediante una acción social, solidaria e interactiva tome forma de debate en las redes y adquiera una relevancia significativa. Es decir, para generar una movilización



comunitaria en el espacio físico e incentivar a las personas a que comprendan de qué se trata la temática debe haber convergencia mediática.

Esta última deberá tener en cuenta el impacto de los medios masivos tradicionales en el tratamiento y el seguimiento de las temáticas que surgen en las redes y viceversa. Es decir, las tecnologías de la información y, en este caso, Facebook y Twitter, no pueden, crear sólo por su cuenta, un ambiente revolucionario (de profundo cambio) y de movilización tanto en el debate de la esfera pública, como en la movilización en el espacio público). Su potencialidad se centra en la capacidad de poder instalar un tema en la agenda de discusión; en darle visibilidad a determinada situación de la realidad que se vive. En el caso de las TIC, que se puedan convertir en **Agenda Setting**.

Sin embargo, creo que “la gran revolución” del fenómeno *Ni Una Menos*; “ese cambio revolucionario” se originó a partir de la capacidad creadora de propagabilidad de las redes. Esta consistió en poner visibilidad a una narrativa social generadora de cultura disruptiva. Por consiguiente, la producción de significaciones fue resultado del diálogo social entre los participantes de interacciones en las redes, que incentivaron a la acción colectiva.

Estas relaciones interactivas crearon y compartieron significaciones que circularon con una fuerte carga de simbolismos. Estos se plasmaron en imágenes y opiniones que se compartían, referidos a experiencias humanas, en especial, sobre violencia contra las mujeres. Gracias a la combinación de estas interacciones y símbolos, se fue delineando el contorno de esa acción colectiva, producto de un impulso común y cambiante, a través del cual las personas construyen su conciencia. “Gracias a que el hombre vive en sociedad, su experiencia no es un producto individual, sino el resultado de la interacción entre los hombres. La conciencia, entonces, se crea y recrea al contacto con los demás, al momento en que cada quien recibe un mensaje de los otros, mediante gestos, palabras o cualquier símbolo” (Cisneros Sosa, 1999: 4).

En conclusión, la conducta colectiva del *Ni Una Menos* fue una vía de expresión para ciertas representaciones simbólicas, ideas, juicios y sentimientos que se relacionaron con esa realidad que atravesaban las mujeres que viven expuestas a situaciones de violencia. Todas estas narrativas de expresión ocurrieron gracias a esta propagabilidad, en términos de Jenkins et al (2015), que considero que es el aspecto revolucionario fundamental de estos procesos.

Difuminándose entre los grandes filtros de los medios masivos tradicionales, las personas involucradas en la interacción social transformaron el sentimiento de indignación ante la violencia contra las mujeres en un intercambio interesante y participativo en las redes. Debates, información, imágenes, videos que se compartieron entre los usuarios e instauraron un rumor sobre esta situación, que luego tomó forma en el espacio público Según López (2015), “hay algo que se dijo el 3 de junio que ya estaba muy hecho carne en la experiencia de mucha gente” (Rodríguez, 2015:43).

El sentido que adquiere un movimiento social depende de las formas en las que se materializa la acción que lo constituye. En el caso del *Ni Una Menos*, estuvo mediado por las nuevas tecnologías. Como consecuencia de este contexto tecnológico, se generaron nuevas narrativas con las que las personas expresaron sus emociones, valoraciones y percepciones acerca de algún aspecto de la realidad.

Como señala Castells (2012), el significado de un movimiento radica en la productividad social e histórica de su acción y en el efecto en sus participantes y en la sociedad, que intentó transformar. En conclusión, para el autor a “la herencia de un movimiento social la constituye el cambio cultural que ha producido mediante su acción” (Castells; 2012: 231). En otras palabras, la acción social generada por un movimiento colectivo supone, tal como explica De Miguel Álvarez (2003), que se subviertan los códigos culturales dominantes.

En línea con este pensamiento, coincido en que la narrativa visual que se propagó a través de las imágenes que se compartieron en las redes sociales, antes y durante la convocatoria del Ni Una Menos, junto con los datos sobre el número creciente de femicidios y situaciones de violencia contra la mujer en Argentina, trastocaron la manera en que se asignaba visibilidad a esta problemática.

En primer lugar, la difusión de la convocatoria, principalmente, a través de las redes sociales de forma espontánea, se visibilizó en los medios masivos de comunicación de una manera diferente a la que se daba hasta ese momento. En segundo lugar, y tal como explicábamos, esta visibilidad implicó la conformación de lo que podríamos denominar como una nueva narrativa visual, a través de la construcción de una estética y un discurso de protesta. Ambas, interconectadas y en constante reciprocidad. Esta construcción provocó la concreción de distintas prácticas sociales de carácter disruptivo: las imágenes, los comentarios, los contenidos compartidos y viralizados generaron un

mundo de significados subjetivos que vinieron a contradecir la violenta monotonía de los estereotipos de masculinidad y feminidad.

En este sentido “las practicas de producción, apropiación y circulación de estas narrativas visuales en la red irrumpen transformando los imaginarios y modelos de contagio que invitan a subvertir los clásicos estereotipos de género” (Rovetto, 2015: 32). De esta manera, y como manifiesta la autora, esta situación permite que se ejercite el extrañamiento de la mirada y, como consecuencia, que se produzcan estrategias intersubjetivas de intervención política. Con esto quiero decir que la apuesta de esta convocatoria radicaba en la generación de conocimiento para poder producir una conciencia colectiva sobre situaciones de violencia ejercida hacia las mujeres, como género. En definitiva, buscaba un efecto de empoderamiento basado en la exposición, es decir, en la visibilidad del problema.

Como explica Iglesias Skulj, “la producción de conocimiento es una práctica política y discursiva que crea espacios de visibilización e invisibilización” (Rovetto-Fabbri, 2016: 161). Ante todo, se utilizaron las redes sociales como una caja de resonancia que sirvió para amplificar la diversidad de voces que, sobre la marcha, opinaban y expresaban sus experiencias. Para Laudano (2016), el uso de la Web permite confrontar con otros discursos que circulan en línea sobre determinadas problemáticas y le dan visibilidad al movimiento. Se debe a que son herramientas que ofrecen una fuerte capacidad subjetivizante y socializadora.

En definitiva, no existe una revolución sin un proceso de apropiación y circulación social de contenidos con una fuerte carga afectiva, de significado para la sociedad. Esta revolución, este cambio, sólo resulta posible si está intervenido por una convergencia mediática y si se da por medio de una gran conversación social que admite un debate. El potencial de las TIC “estará en la circulación de códigos simbólicos diferentes de los hegemónicos, con capacidad de ampliar los márgenes de discusión pública y rearticulación con las experiencias de la vida cotidiana; así como el lugar que estas producciones pueden tener en la constitución de las identidades” (Rovetto-Fabbri, 2016:42).

### ***3.4-Entre el rumor y la propagabilidad: Dimensión simbólica y ciudadanía. Iconografía del Ni Una Menos. El papel de la redes.***

Tal como se explicó en el comienzo de este trabajo, el objetivo es reflexionar sobre los acontecimientos del movimiento *Ni Una Menos* que tuvo lugar en 2015. El análisis será sobre la potencialidad de la Web a través de su capacidad de **propagabilidad**, en términos de Jenkins et al (2015). Para estos autores, la propagabilidad abarca las distintas formas de circulación mediática que refieren “al potencial, tanto técnico, como cultural del público a la hora de compartir contenido con sus propios propósitos, ya sea con el permiso de los titulares de los derechos o en contra de sus deseos” (Jenkins et al, 2015: 25).

En primer lugar, quienes participaron del *Ni Una Menos* utilizaron las redes Facebook y Twitter para divulgar información e imágenes. Es importante resaltar, como lo hace Jenkins et al (2015), que la propagabilidad reconoce la importancia de las conexiones sociales que se producen entre las personas. Estas, además, se visibilizan y amplifican a través de las plataformas en las que se desarrollan. Asimismo, este fenómeno de expansión revela su naturaleza en la forma en las que los públicos absorben los textos mediáticos y en la manera a través de la cual circulan gracias a las interacciones que posibilitan esta acción social.

Esta cultura de propagación, basada en los usuarios que “comparten” en las redes, describe, a la perfección, la lógica que dio forma al fenómeno del *Ni Una Menos*. Esta constitución del movimiento se produjo a través de lo que podríamos llamar lógica colaborativa informacional entre los usuarios de Facebook y Twitter. Está cimentada en el rumor, los debates y la actividad de compartir información en la Web que permitieron que se propagaran ciertos mensajes y así presentar una posible acción colectiva para delinear las formas del movimiento.

#### **3.4-a Por que se propagó el movimiento**

Las redes sociales significan un espacio de deliberación en el que los usuarios activan su calidad de ciudadanos a través de opiniones sobre una noticia, en el que comparten información sobre la actualidad, la política y hechos que conmocionan a la opinión pública.

El ciudadano actual utiliza la Web como instrumento de actividad política, entre otras. Funciona como un espacio en el que se generan redes entre individuos y opera a través del desarrollo de sus capacidades organizativas y de influencia. Para estos usuarios, las redes sociales son una herramienta que desborda de potencialidad como espacios de deliberación: participan de la gran conversación que es Internet, organizan debates; comentan, publican, comparten información y así fortalecen sus lazos por medio de estas interacciones

Aunque el concepto de ciudadanía siempre estuvo ligado a la cuestión de derechos y deberes, es importante aclarar, en esta instancia, los términos y el contexto en que se da en tiempos digitales y de Internet. Entiendo que la Web estimula la formación de un nuevo tipo de ciudadanía y, por lo tanto, de ciudadano. Para definir esta clasificación, coincido con la definición que aporta Gascó Hernández, y su término de *ciberciudadanía*:

Ciberciudadanía o ciudadanía digital, que ha sido definido como el ejercicio de derechos y obligaciones constitucionales, así como de libertades políticas a través de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (Internet, televisión, radios, teléfonos móviles...) Esta definición nos permite afirmar que el ciberciudadano es aquel que no sólo puede acceder a los medios técnicos y comunicaciones, sino que, además, suele interactuar a través de los mismos. La ciberciudadanía, al igual que la ciudadanía, es el resumen de los esfuerzos de muchas personas individuales encaminados a la "reconstrucción", "mejora" o "mantenimiento" de las libertades cívicas que sostienen a la comunidad social. Y aunque estos "esfuerzos" se puedan realizar de forma autónoma, son más efectivos y más comúnmente llevados a cabo en el propio seno de la comunidad, esto es, junto con otras personas que en ese momento actúan bajo el rol de ciudadanos (o ciberciudadanos). En este caso, suele hablarse de una cibercomunidad o comunidad virtual (Gascó Hernández, 2011: 15-16).

Una vez aclarado este concepto, podemos entender que los actores del *Ni Una Menos* se comportaron como ciberciudadanos, ya que interactuaron a través de las redes sociales. En un principio, lo hicieron de manera espontánea, pero luego el mismo impulso de la convocatoria produjo que las redes se convirtieran en canales que permitieron concretar formas de organización de convocatorias en distintas ciudades del país. Por ejemplo, a través de distintos perfiles o páginas de Facebook que se crearon exclusivamente para acordar puntos de encuentro y compartir información sobre la convocatoria.

Las redes funcionaron como canales de expresión de reclamos tendientes a erradicar la violencia hacia la mujer, en todas sus formas (física, económica, psicológica, etc.); a fortalecer libertades individuales con el fin romper con estereotipos de género, con prejuicios y valoraciones morales sobre el rol femenino en la sociedad. También, a terminar con la cosificación de la mujer y la estigmatización de sus actitudes personales en función de un juicio ya sea por la forma de vestir, por su elección sexual, etc.; y a reclamar por mejores políticas públicas que efectivamente protejan la vida de las víctimas y les aseguren un acompañamiento efectivo en esta problemática.

Como expliqué anteriormente, estos reclamos ciudadanos iniciaron su desarrollo antes y continuaron durante la convocatoria, gracias a las interacciones con otras personas en el uso de las redes sociales. Apelaron a “postear”, a compartir información, a crear contenido o comentar publicaciones para así generar una empatía emocional entre los involucrados en estos procesos comunicacionales. Las plataformas Facebook y Twitter cumplieron su papel al aplicar su potencial técnico y cultural de manera simultánea. Por un lado, permitieron compartir en tiempo real la información relacionada y por otro lado, crearon una cultura disruptiva con fuerte contenido simbólico. Estos representaban la idea del cuerpo de la mujer como territorio oprimido por una violencia machista, a través de imágenes de hombres que representaban los modelos de virilidad estereotipada, pero dejaremos esta cuestión para más adelante.

En definitiva, el movimiento *Ni Una Menos*, lejos de ser uno de tipo espontáneo, representó una apuesta política impulsada por el hastío de mucha gente, por un hecho que reveló una necesidad por expresar algo, por significar algo a nivel social. Pero, por sobre todo, se dio como forma de desarrollar una política de identidad, según lo entiende Segato, durante la entrevista que le realizó Karina Bidaseca (2015), para el libro *#NiunaMenos-Vivxs nos queremos*. Para la autora, la crítica política se centra en la existencia de identidades formateadas y globales y el proyecto político contemporáneo pasa a ser territorial, y la red de sus miembros su territorio.

El territorio de la palabra, de las imágenes privadas, de las imágenes creativas que convocó a la marcha; los carteles y las intervenciones artísticas durante la reunión física, el uso de las redes Facebook y Twitter formaron parte del ámbito político del movimiento en cuestión. Un espacio significativo y de empoderamiento, en contrapartida con aquellos de control político sobre la vida pública y privada, sobre el cuerpo de las mujeres como expresión de dominación.

Para Laudano (2016), tomar la palabra a través de la utilización de las redes sociales constituye una apuesta en donde “lo personal es político”. De esta manera, la exposición de la vida íntima politiza las áreas cotidianas que tienen que ver con la sexualidad, con las prácticas violentas hacia las mujeres etc., e incorporan estos temas en la discusión pública. Expresarse en el espacio cibernético se convirtió, definitivamente, en una apuesta política de los ciudadanos, sobre todo, por ser un momento en el que los canales clásicos de manifestación (partidos y representación políticos, medios tradicionales de comunicación) pierden credibilidad y se muestran distantes de la situación de aquellos que reclaman y en cuyas experiencias cotidianas encuentran la fuente de indignación.

En un sentido central, los usuarios se convirtieron en ciberciudadanos, porque se constituyeron como consumidores y productores de información; es decir, desarrollaron su capacidad para crear material en la redes sociales antes y durante la convocatoria. Por ejemplo, imágenes, textos, información, foto-adhesión con carteles con el lema #NiUnaMenos. Además, se dieron conversaciones en grupos, en los perfiles personales y entre amigos, y así generaron debates e intercambios de opiniones. A través de las plataformas en línea, también se coordinaron y organizaron los distintos encuentros físicos para el tres de junio. No sólo en Capital Federal, sino también, y gracias a la creación de páginas en Facebook, las mujeres de distintas ciudades del interior del país coordinaron acciones conjuntas para manifestarse en sus localidades.

Estas actividades se constituyeron como otra forma de participación. No sólo tuvieron que ver con la creación de material, sino que también permitieron evaluar, valorar e, incluso, criticar y redistribuir ese contenido. Este circuló en la Web y creó publicaciones de valor, de una fuerte significación para la sociedad. Permitió, además, difundir valoraciones sobre la mujer como todo un universo social ilegitimado, marginalizado y desamparado de muchos derechos y libertades civiles. Jenkins, Ford y Green manifiestan:

“El material que se propaga es productible, porque posibilita la participación del público, proporciona recursos para la expresión compartida y motiva intercambios a través de contenido sorprendente o intrigante. La gente quiere compartir aquellos textos que se convertirán en un recurso relevante en sus conversaciones en curso o que les aportarán una nueva fuente de placer o de interés. Quieren intercambiar o discutir contenido mediático si el material contiene activadores culturales, si ofrece actividades en las cuales participar (...) con respecto a los rumores, este contenido a

menudo se propaga cuando se expresa, conscientemente o no, pensamientos que les compelen pero que son incapaces (...) los participantes valoran el contenido para ver si es valioso y significativo de cara a los grupos con los cuales dialogan permanentemente” (Jenkins et al, 2015: 240).

En efecto, tanto los textos, como las imágenes digitales tuvieron un rol fundamental a la hora de que la gente tomara decisiones como ciudadanos. En parte, fue gracias a que dicha información, ese murmullo, ese rumor, ese ruido que ya no era silencio, sino reclamo vehiculado y metamorfoseado en una gran conversación social y digital, determinara el cómo y el por qué cada persona tomara posiciones y accionara. Los ciberciudadanos generaron material propenso a la propagación. ¿Por qué lo hizo de manera tan intensa? Porque estos contenidos mediáticos vehiculizaron una expresión social y personal de indignación.

Como explica Jenkins et al (2015), el material propagable en la Web genera, a través de su potencialidad, aquello que es producible, y transforma los contenidos que circulan en productos culturales. Los textos de este tipo son aquellos más propensos a producir nuevos significados, porque están abiertos a la producción popular y de nueva información con nuevos significados. Como explicábamos anteriormente, esta propagación se produce porque se da en medio de un proceso de valoración social. En definitiva, el objetivo es reforzar los lazos sociales con temáticas de valor y significado para aquellos que interactúan: “El contenido se propaga, pues, cuando es carne de discusiones que el público ya está manteniendo” (Jenkins et al, 2015: 214). Existía, sin duda, esta gran necesidad de decir, verbalizar y compartir sensaciones y experiencias. Algo que permanecía callado eclosionó, se hizo masivo y se convirtió en un hecho histórico.

Por otro lado, el movimiento *Ni Una Menos* construyó su identidad de acuerdo a una necesidad de construir una diferencia, alteridad, sobre ciertas miradas sociales acerca hechos cotidianos. El recurso para la concreción fueron, sin dudas, las redes sociales a través de sus textos e imágenes propagables.

El movimiento *Ni Una Menos* quedó plasmado en el registro de las redes, en las noticias que trataban la convocatoria de ese año a través de imágenes, de esa iconografía que acompañó la invitación y la cual detallaremos más adelante. Esa cultura iconográfica que simboliza el reclamo, la incorporación al lenguaje cotidiano de términos como femicidio, violencia de género que pasaron a formar parte de la agenda de debate social.



En este sentido, la cultura mediática que nació en Facebook y Twitter motivó la circulación y el intercambio de material (imágenes, información, etc.), que representaba un valor significativo para los usuarios que interactuaban. Asimismo, la propagación de estos contenidos significó la posibilidad de cambiar la mirada sobre ese otro. En este caso, sobre las mujeres sometidas a violencia, muchas veces intrafamiliar, otras, callejeras; todas experiencias de una gravedad menor o dentro del ámbito privado.

Como explica Jenkins et al (2015), las redes sociales facilitan la relación entre individuos y la construcción de comunidades. Una persona preferirá una plataforma sobre otra si esta le permite realizar las prácticas culturales que más le interesan. La gente comparte noticias a través en la Web porque existe un fuerte deseo de participar en diálogos con familiares o conocidos sobre ese tema. En este “compartir”, el público posee un rol activo porque elige e invierte su tiempo en reproducir aquel material que le resulta valioso.

Hoy en día, resulta más frecuente que las personas se eduquen más, tanto de forma colectiva, como individual por medio de las redes sociales, porque le permiten estar más en contacto con amigos, familiares y con diferentes contenidos y porque “la gente cada vez interactúa más mediante la difusión de bits de contenido significativo (...) Estas prácticas culturales y sociales constituyen lo que llamamos una cultura en red” (Jenkins et al, 2015: 33).

En resumidas cuentas, el movimiento *Ni Una Menos*, en 2015, reflejó una realidad cuyo significado se atribuye a la producción de subjetividades de redes sociales. Una manifestación que se transformó en una gran conversación digital que aunque comenzó como un ruido, como un rumor, se sostuvo gracias al diálogo emocional, incentivado como efecto del silencio y esa necesidad de experimentar una movilización masiva, cargada de testimonios, imágenes y adhesiones.

#### 3.4-b Como se propagó: El rumor social Ni Una Menos

*Había un rumor social. Un rumor en el sentido de algo que se viene diciendo a media voz, pero que está presente todo el tiempo y que de pronto toma un estado público mayor.*

*Algo que se venía construyendo desde hace muchos años, y que podía no haber llegado a una manifestación masiva. Para mí se construyó por múltiples canales: las luchas que vienen hace muchísimos años del movimiento feminista, una conciencia cada vez mayor respecto a que estos asesinatos son **femicidios** y no crímenes pasionales, una cuestión generacional. Los pibes tienen*

*otros vínculos y están viendo que las cosas son de otra manera; no te digo que mañana todos se despierten y nadie le dice algo horrible a su compañera de clase, que sigue pasando, pero hay algo de generacional que está. También está la repercusión de los medios masivos, las redes de comunicación y de conexión de otro tipo... lo nuevo y lo tradicional. Ese rumor se expresó en una demanda, que lo primero que hace es mostrar que lo que parece privado o una cuestión de la intimidad, no lo es. Y que no es natural esa violencia que atraviesa todos los sectores sociales.*

**Ximena Espeche**

Sin perder de vista la cuestión de la convergencia mediática, es importante destacar que, gracias a las características propias de Facebook y Twitter, la acción colectiva, primeramente, se tradujo en un rumor sobre algo que estaba sucediendo, en un murmullo que comenzó a circular y a generar contenidos y conversaciones en red.

En el caso de Facebook, es el espacio privilegiado en la Web en el que se tejen relaciones de familiaridad y se expresa una identidad personal a través del *Yo* que comunica, que escribe, comparte y comenta con otros. Es considerado el espacio con mayor alcance y fue el que facilitó que ese rumor adquiriera un estatus de debate social.

Previo a describir de qué manera se propagó el material que impulsó la conformación del movimiento *Ni Una Menos*, resulta necesario explicar la estructura de ambas plataformas para entender las posibilidades que ofrecen de acción e interacción, las oportunidades que brindan ambas redes a través de sus recursos y funcionalidades.

Una de las que propone Facebook es Facebook Connect. Se trata de una aplicación que permite utilizar la identidad de la red en otros espacios de la Web e incluso compartir información para que aparezca en el muro de la plataforma.

También, existe la función "Me gusta" a través de la cual cada persona puede expresar el agrado ante determinada publicación. Por otro lado, está el *chat* que es una aplicación de mensajería que permite que los usuarios puedan interactuar entre sí, puedan realizar incluso video llamadas o llamadas de voz. Facebook fue una de las redes sociales que actuaron como disparador para compartir noticias e información sobre *Ni Una Menos*. Esta función propagadora, llamada NewsFeed, es de importancia central, ya que consiste en ese espacio en el convergen y se muestran videos, estados, fotografías que publican los contactos en la red.

Anteriormente, ciertos contenidos se fijaban de manera cronológica. Actualmente, esta red filtra la información según su relevancia o interés para el usuario. Este tamiz se basa

en criterios como la cercanía o el grado de familiaridad con el contacto que publica en el NewsFeed; el tipo de datos que se comparten con mayor frecuencia, ya sean videos, imágenes etc.; la cantidad de interacciones que recibe una publicación y la información, las noticias y demás *posteos* que la plataforma considere aptos según las preferencias del usuarios.

En suma, permite un flujo constante e incesante de material subjetivo y propenso a movilizar la sensibilidad de quienes lo ven e interactúan en consecuencia con esta información que, por la lógica del sistema, busca trazar relaciones familiares.

Las publicaciones en tiempo real permiten que los usuarios dejen un registro de su actividad y así habilitan a que otros interactúen al instante y al mismo tiempo dejen el registro de sus acciones. Para López y Ciuffoli (2012), a través de la plataforma de Facebook, la conversación se escribe y se actúa: “podemos escribir hablando y no podemos hablar escribiendo”. Asimismo, los autores describen otras posibilidades como la interacción y el cambio de opiniones a través de los comentarios y de las publicaciones que, como comentábamos, aparecen en el NewsFeed o en el muro propio de manera simultánea y llegan automáticamente a todos los usuarios y generan una dinámica conversacional más activa. Esta se convierte en un diálogo de ida y vuelta en el que se desdibujan los límites entre autor y lector. En la cuestión del consumo de los usuarios, sucede lo mismo, ya que pueden suscribirse a distintos canales de información en línea (sitios de noticias, etc.), compartir y recomendar contenidos para convertirse en medio y agentes de distribución. Un claro ejemplo es la función de etiquetas.

Hay varias cuestiones importantes para resaltar. Primeramente, la simplicidad de la plataforma hace que la puedan utilizar usuarios de distintas edades, estén o no alfabetizados digitalmente. Nos permite compartir contenidos, imágenes, etc.; insertar información de otros sitios a través de enlaces de manera muy sencilla. La plataforma no se presenta como una barrera de acceso compleja y, a su vez, por estar atada a un ritmo vertiginoso y fluctuante, configura una gran conversación en donde “la respuesta (el comentario), son la base de participación en Facebook, y el ‘yo’ siempre está en las publicaciones de los otros invitados a participar” (López - Ciuffoli, 2012: 104).

En resumidas cuentas, cuanta más interacción haya, más relevancia adquiere aquello que circula en la plataforma: a más murmullo, más ruido habrá y esto significa que en el eco de lo virtual, algo está sucediendo... “En Facebook, la escritura es breve, pero esto no se debe a un impedimento de la plataforma (...) La brevedad de Facebook es propia

de la oralidad: la plataforma se vuelve, así, un espacio donde se dejan pequeñas notas en una conversación continuada” (López - Ciuffoli, 2012: 79).

Esta sensación de oralidad le da una sensación de humanidad, de cercanía inacabada porque en cada interacción se amplían los límites de participación y de difusión de contenidos. El murmullo y el rumor de los cuales las redes sociales se hicieron eco, junto con las características orales que adopta la conversación en Facebook, le dieron fuerza de propagación al contenido. Esto se debe a que permitían expresar los deseos y sentimientos de las personas de manera más adecuada, que antes no habían podido verbalizar pero que, sin embargo, representa un tema de interés social.

El rumor es fundamental para que el contenido se propague. Esta propagación revela la importancia del cómo y el por qué se difunde el contenido: “en concreto, qué o qué más repercute no es normalmente lo que es de mejor calidad, sino lo que más conecta con los deseos y los miedos de la comunidad que participa” (Jenkins et al, 2015: 232). Además, esta cercanía y familiaridad con aquellos que comparten información, las fuentes de las que nos informamos y lo que elegimos por y mediante la plataforma (al filtrar la información según los gustos, los intereses y las relaciones afines), refuerza esta familiaridad. Por lo tanto, es más fuerte la difusión por el peso significativo de lo que allí circula y mayor será la influencia del contenido en esta red social para la toma de decisiones y adopción de una postura con respecto a determinada temática.

Piscitelli sintetiza muy bien esta idea, cuando comenta que “el valor de una información en Facebook está directamente relacionado con la referencia (...) En Facebook, las referencias son los amigos de nuestra red de contactos (...) El valor de un contenido está dado por las referencias” (Piscitelli, 2009: 123). En efecto, esta referencialidad hizo que toda la información que se compartiera antes, durante y después de la concreción de la convocatoria del *Ni Una Menos* adquiriera un peso relevante por la relevancia de su contenido del orden de lo familiar y lo emocional para gran parte de la sociedad.

La connotación que adquirió el movimiento estuvo reforzada por el acompañamiento de los medios tradicionales y por la misma convergencia de Facebook. Esta última, además, actuó como una red que permitió, por su naturaleza conectiva, interactuar y compartir información con otros medios, como por ejemplo, Twitter, a través de enlaces entre ambas cuentas y de información compartida de manera simultánea.

Por su parte, Twitter, al igual que Facebook, también ofrece simplicidad para el usuario. A saber, la brevedad de la escritura que permite publicar sólo 140 caracteres a través de

su *microblogging* la convierten en una plataforma cuya fuente de flujos es instantánea y sucede en tiempo real. Estos Tweets o tuits pueden ser vehículos para compartir noticias o generar conversaciones.

Sin embargo, entiendo que una de las particularidades más destacables tiene que ver con la posibilidad de generar tendencias a través de los *hashtag*. Se trata de etiquetas que se utilizan para unificar y catalogar información; se forma con una o varias palabras precedidas por el símbolo numeral (#).

Lo interesante es que a través de esta herramienta se pueden generar términos o frases que resultan clave para visualizar los temas que se instalan en la agenda de interacción y debate de la red social. Son los llamados *Trending Topics*, es decir, aquello de lo que más se habla y que, consecuentemente, se vuelve tendencia.

Aunque en la actualidad, existen sitios como Google, Instagram e, incluso, Facebook utilizan los *hashtags*, Twitter fue el pionero en la utilización de esta herramienta y sigue siendo una de sus características más propias.

A diferencia de Facebook, en esta plataforma no hay amigos, sino “seguidores” o “seguidos”. Esto significa que no es necesario que haya reciprocidad en las relaciones, porque alguien puede seguir a otro y viceversa. La referencialidad, entonces, no está dada por la familiaridad, sino que amplía la dinámica conversacional a aquello de lo que más se habla, más allá de las correspondencias en las cercanías de relaciones de contacto a contacto.

En efecto, la importancia de Twitter para el movimiento *Ni Una Menos* fue, justamente, la de darle impulso al tema como tendencia en esa red. Fue la punta del iceberg, el primer ingrediente que encendió la tendencia global del debate sobre la convocatoria. No es menor el hecho de que toda la estética de la movilización estuviera constituida por la frase **Ni Una Menos**, precedida por el numeral (#NiUnaMenos), haciendo una clara alusión a esta modalidad de escritura y etiqueta.

Más que hablar de espontaneidad o de procesos revolucionarios, me gustaría colocar a la conformación del movimiento como la culminación de una instancia de eclosión emocional. En ella, los mismos procesos de comunicación, gestados en medio de las redes sociales Facebook y Twitter y, acompañado por una convergencia mediática; lograron canalizar acciones políticas por vías no tradicionales, motivados por la familiaridad de las circunstancias, en el caso de la primera, y el diálogo social convertido en tendencia, en el caso de la segunda.

En este caso, la preferencia es no hablar de espontaneidad, ya que hubo más dos meses de planificación y organización de la convocatoria física. Surge a partir de un tuit de la periodista, Marcela Ojeda, en el que instaba a la acción luego de la muerte de Chiara Páez, sumado al hecho de que ya se venía gestando un clima social de descontento en base al tema de violencia de género.

Los ciberciudadanos manifestaron, en una gran conversación, ese sentimiento de indignación por medio del NewsFeed de Facebook, en las biografías donde compartían opiniones, videos y otra información; y, también, en los microblogging de Twitter.

Como destacábamos anteriormente, ambas redes se convirtieron en el vehículo necesario para que los usuarios se expresaran y, a su vez, que otros opinaran, a medida que esta gran conversación virtual se desarrollaba. Las manifestaciones sucedían a medida que la experiencia colectiva, que desde un comienzo fue colaborativa y experimental, interactuaba en y a través de los usuarios.

Resulta necesario aclarar que no existió un liderazgo de una persona particular, más allá de que el colectivo de mujeres que impulsó la convocatoria a través de los tuits; tanto periodistas, artistas, activistas, como feministas etc., que creó aparte una cuenta de Facebook y una de Twitter oficial desde donde se difundía información y se recepcionaban consultas o comentarios sobre experiencias personales. Por el contrario, fue un movimiento que adoptó la gente, sobre el que se comentaba en las redes, cuyo flujo reticular se daba de muchos a muchos, y no de uno a muchos. Tal es el caso de Soledad Vallejos, periodista y editora de *Página/12*, integrante del colectivo, que se manifestó en una entrevista para el libro *#NiUnaMenos: Vivxs nos queremos*:

“Ninguna tenía un rol preciso, nos fuimos acomodando. Es un grupo muy diverso formado al calor de lo que iba sucediendo, no había un programa, una estructura, un plan. Pasó lo que pasó, hicimos lo que teníamos que hacer y nos íbamos acomodando: una cubría a la otra, una sugería: Estaría bueno hacer tal cosa, y otra respondía: ‘Yo tengo el contacto’ y lo hacía. Era todo colaborativo. Era una dinámica colectiva. Y eso fue mágico”. (Rodríguez *et al*, 2015: 63).

En un primer momento, y por una cuestión operativa entre las que organizaban el evento en el espacio físico, se trabajó desde las redes sociales a través de la opción de compartir contenido: “El grupo de *Ni Una Menos* estaba dividido en dos subgrupos: las de Facebook y las tuiteras (...) Las de Facebook eran las más interesadas en dotar de

contenido feminista a la movilización, mientras que las tuiteras eran las más preocupadas en lograr que fuera un montón de gente” Daniel Riera (Rodríguez, 2015:70).

No obstante, más allá de que este grupo coordinador de las dos cuentas oficiales del colectivo *Ni Una Menos* propiciaran la circulación de contenidos, las opiniones y experiencias de otros usuarios excedieron las voluntades de sus organizadoras. A través del uso de redes sociales, las personas se apropiaron de los contenidos y le asignaron tantos matices, como interacciones realizadas.

“Toda red distribuida es una red de iguales, aunque haya nodos más conectados que otros (...) Alguien propone y se suma quien quiere. La dimensión de la acción dependerá de las simpatías y grado de acuerdo que suscite la propuesta. Este sistema se llama pluriarquía” (De Uguarte, 2007: 14).

Además, muchas cuentas de Facebook se crearon en distintas ciudades del interior del país por grupos de personas que se apropiaban de la consigna y de la convocatoria de ese tres de junio. Se dedicaban a coordinar acciones locales, a compartir información y, en algunos casos, a visibilizar casos de femicidios que habían ocurrido en su localidad.

En el movimiento *Ni Una Menos*, se produjo una acción social gracias y, tal como explica De Ugarte (2007), a una lógica de redes distribuidas en donde no existe un centro, un liderazgo; sino nodos asociativos desde los que cualquiera puede comunicarse con otro y en cuya persistencia interactiva se genera identidad, es decir, comunidad y compromisos sociales e interpersonales para elevar programas comunes.

Esta lógica distributiva permitió sincronizar los mensajes entre nodos a través de relaciones distribuidas que manifestaron distintas estrategias de comunicación. Su objetivo era darle visibilidad a los femicidios, a la violencia de género y, en resumidas cuentas, le asignaron a la información un valor productible a través de la propagación.

En el caso de Facebook, la adhesión fue una de las estrategias que ayudó a darle notoriedad, a poner en agenda del debate social. Se dio gracias a distintas prácticas como los “Me gusta”, los posteos sobre la convocatoria y las publicaciones sobre la temática convocante. A través de esta función de la plataforma, la interacción se torna visible y cuanta más cantidad de adhesiones provoca, más se refuerzan los lazos; la publicación se vuelve un tema importante, significativo, de valor.

Otras de las modalidades que adoptó el movimiento, y que tornó visible la convocatoria en Facebook, fue la foto-adhesión, que consistía en que una o varias personas se sacara

una foto o *selfie* con un cartel que dijera #NiUnaMenos. Con respecto a esta estrategia, Laudano (2015) comentó que “apelando a personas conocidas de diferentes ámbitos para llegar a sus seguidores, reales y virtuales, resultó una práctica de alta eficacia simbólica para extender los márgenes de la visibilidad de la propuesta” (Laudano, 2015:1).

La visibilidad propagable de Facebook, con un caudal de 25 millones de usuarios, incluso fue el espacio que eligieron figuras políticas de renombre para hacer eco y adoptar esta modalidad: “Entre el 11 de mayo y el 03 de junio de 2015, 687 políticos se mostraron en las redes sociales con el cartel #NiUnaMenos: 180 intendentes, 99 diputados, 34 senadores, 11 gobernadores y los por entonces precandidatos presidenciales, Daniel Scioli, Florencio Randazzo, Mauricio Macri, Sergio Massa y Margarita Stolbizer (Rodríguez, 2015: 151).

La propagación se volvió una estrategia política, más allá de que de que 2015 fue un año estatal de por sí, ya que se llevaron a cabo las elecciones presidenciales que ganó Mauricio Macri. No me refiero a una política partidaria, sino a la de comunicación propagable cuya modalidad, entre otras, fue la adhesión a través de la foto-adhesión como red de vinculación de distintos actores. Candidatos políticos, figuras del espectáculo, periodistas fueron algunos de los que, con su apoyo, representaron el fuerte impacto que la convocatoria había generado en las redes durante un poco más de un mes, antes del 3 de junio.

Los comentarios que se generaron, junto a los *posteos*, fueron otra de las acciones políticas de los usuarios en la red:

“El Facebook oficial del movimiento fue activado en el mes de marzo de ese año, en esta cuenta, en los *posts* del muro, similares en contenido a los de Twitter, se encuentran críticas a los abordajes mediáticos de la violencia hacia las mujeres y entre las adhesiones figura una ONG defensora de derechos de las mujeres. Con frecuencia, se generaron debates y en los comentarios se incluyeron *posteos* de artículos periodísticos, videos, denuncias de situaciones de mujeres bajo violencia y reclamos por resoluciones de casos, sin intervención del colectivo administrador. La actividad de la página, por momentos, registró alta intensidad, con numerosas reproducciones y los *megusteos* típicos” (Laudano, 2015: 256).

Como explicaba anteriormente, instó a la “tendencia propagable” del evento físico y de todos los contenidos que se enmarcaban en la temática de la convocatoria. En suma, a



través de los retuits, los cibernautas permitieron la circulación de contenidos potencialmente productibles, es decir, abiertos a la colaboración, resignificación, cambio y modificación.

En resumidas cuentas, tanto Facebook, como Twitter facilitaron la concreción de una estrategia de acción social caracterizada por una lógica colaborativa, a través de la propagación de contenido que transformó a los usuarios en ciberactivistas. Estos últimos utilizaron la segunda lógica de estrategia que puede utilizar cualquiera y que el autor De Ugarte (2007) denomina como un “swarming”, un gran debate social distribuido que desarrolla consecuencias imprevisibles, en donde las personas forman coaliciones temporales, a través de las redes, generan una “masa crítica suficiente de información y debate para que este debate trascienda la blogsfera y salga a la calle o se modifique de forma perceptible el comportamiento de un número amplio de personas” (De Ugarte, 2007: 43).

La influencia de la participación en estas dos redes originó una gran conversación social que asumió un papel deliberativo y culminó en una *cibertuba*. Esta es “la culminación en una movilización en la calle de un proceso de discusión social llevado a cabo por medios electrónicos de comunicación y publicación personales en el que se rompe la división entre ciberactivistas y movilizados. Es la red social en su conjunto la que practica y hace crecer el ciberactivismo, desde la periferia hacia el centro” (De Ugarte, 2007: 33).

A continuación, se exponen algunas imágenes que ayudan a entender que las conversaciones distribuidas permitieron que una masa de personas se pudiera expresar sobre los casos de violencia que más repercutieron en los medios, el caso de Lola Chomnalez, Chiara Páez, Ángeles Rawson y Melina Romero.

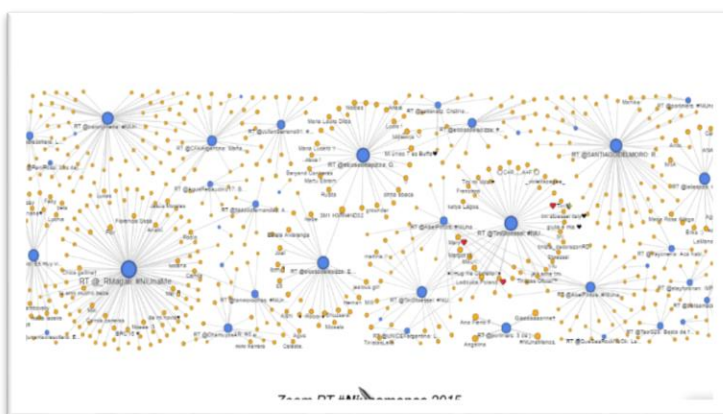
Algunas de las frases que más reiteraron los usuarios en las redes durante la convocatoria fueron “Basta de femicidios”, “basta de violencia”, “marcha en el congreso”, “violencia, no”. Claramente, denotaban una alusión evidente al sentimiento de indignación de un público heterogéneo y surgen como marcos de significación que orientan a la acción colectiva. “Un marco de significación es un esquema interpretativo que simplifica y condensa el mundo existente, seleccionando y codificando objetos, situaciones, eventos, experiencias y secuencias de acción, y relacionándolos con el medio ambiente en el que se desenvuelve el actor. La acción colectiva sólo ocurre una vez que los participantes potenciales han desarrollado un sentido de injusticia con respecto a una situación específica” (Chihu Amparán, 2000: 6).

*Ni Una Menos* en las redes contribuyó a la producción de una gran conversación entre personas que compartieron un mismo marco significativo y que operó bajo una lógica distribuida de muchos a muchos, a través de contenidos propagables que eran capaces de movilizar voluntades heterogéneas con consignas variadas. Estas permitían visibilizar un sentimiento de indignación que llevó a concretar, mediante la acción social, una *cibertuba* en términos de De Ugarte (2007).

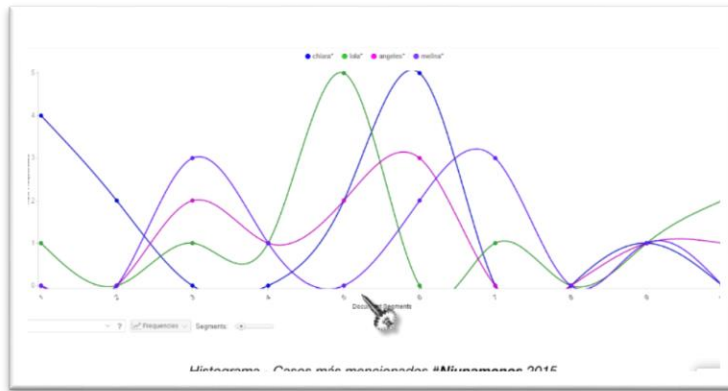
En otras palabras, la influencia de esta conversación permitió la deliberación en las redes sociales y, junto a la cobertura y a la convergencia con otros medios tradicionales, llevó a los ciberactivistas a adoptar la forma de una *ciberturba*.

A continuación, se exponen algunas imágenes sobre el movimiento en las redes. En la figura N°7, se ven como enunciados imperativos las demandas que tuvieron los usuarios: #BastadeFemicidios, #Bastadeviolencia, entre otros. También, las figuras 2 a 6, tienen que ver con temas que fueron visibilizados a través de la lógica de interacción, que operó a través de modalidad distributiva de acción y poder (Figura 1).

Como se ha mostrado, el reflejo de la imagen emotiva del movimiento, se constituyó como una imagen rizomática, heterogénea, reactiva y, sobre todas las cosas, que preparó el camino de la acción social desde el discurso en el mundo virtual hacia los espacios físicos.



**Figura 1:** Retuits con el hashtag en Twitter antes de la convocatoria del 3 de junio.



**Figura 2:** Casos de femicidios más nombrados por los usuarios en las redes durante la convocatoria al NiUnaMenos.



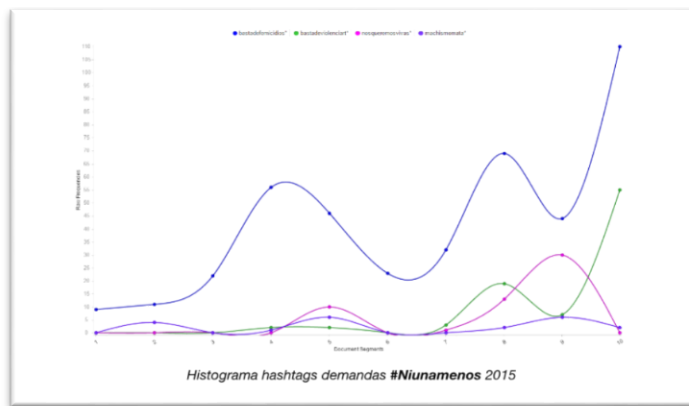
**Figura 4:** Visualización de las palabras más mencionadas a través de etiquetas en el movimiento NiUnaMenos.



**Figura 5:** Visualización de etiquetas en la Fanpage oficial NiUnaMenos durante el mes de junio de 2015.



**Figura 6:** Nube de palabras etiquetadas que convocaban al 3 de junio.



**Figura 7:** Histograma sobre las demandas sociales que fueron más frecuentes durante la convocatoria

Imágenes pertenecientes al informe de #NiUnaMenos.BigData para la comprensión de una problemática de género Disponible en: <http://linkis.com/socialmid.net/wp/LMM2X>

### 3.5-Iconografía de Ni Una Menos

Como mencionábamos anteriormente, es importante, por último, analizar en este apartado lo significativo del rol de las imágenes en el movimiento *Ni Una Menos*.

*¿Por qué la producción, recepción e intercambio de imágenes resultaron importantes en NiUnaMenos?*

Porque las imágenes abren un campo de valoración estética que permite impulsar un campo intersubjetivo de comunicación, que adopta una relación dialógica y basada en

un proceso de intercambios de significación que están en permanente estado de productividad. Aquí, la función estética adquirió, a través de las imágenes compartidas en las redes sociales, el principio organizador para la acción social. Así lo manifiesta Jauss (1981) y afirma que la función estética es un principio que permite organizar y dinamizar todas las otras en el mundo cotidiano. En este sentido, el signo estético hace transparentes las realidades opacas del mundo vivido, en donde el sentido de una obra estética resulta “tanto del acontecimiento, como de su efecto en diferentes momentos, efectos que pueden ser reconstruidos en la historia de su recepción, a partir de la primera acogida hasta la interpretación actual” (Jauss, 1981: 38).

La función estética permitió, en primer lugar, la visibilización a través de imágenes de aquello que Castoriadis (1975) denominó como imaginarios sociales que se crean cuando lo social, la sociedad, con sus instituciones instituidas e instituyentes, a través de una red simbólica imaginaria, generan sentido sobre el mundo y sus representaciones. Estas significaciones y sentidos irreductibles del espíritu y la psique social forman parte de lo que llamamos sociedad, una que es creada para a la vez ser creadora de sí misma, es decir, auto creadora.

“Las significaciones imaginarias sociales crean un mundo propio para la sociedad considerada; son, en realidad, ese mundo: conforman la psique de los individuos. Crean así una ‘representación’ del mundo, incluida la sociedad misma y su lugar en ese mundo: pero esto no es un *constructum* intelectual; va parejo con la creación del impulso de la sociedad considerada (una intención global, por así decir,) y un humor o *Stimmung* específico, un afecto o una nebulosa de afectos que embeben la totalidad de la vida social” (Castoriadis, 1997: 9).

La función estética de las imágenes que circularon en las redes dejó en evidencia, con una fuerte carga afectiva, los aspectos significantes de estos imaginarios. En este caso, la representación de las características sociales de la femineidad, la masculinidad de acuerdo con estereotipos sociales de género y las relaciones, normas y valoraciones sociales que se desprenden de estas consideraciones sobre los géneros.

De esta manera, la imagen, a través de su función estética, el movimiento lo utilizó como símbolo político y, por lo tanto, lo presentó como uno de los primeros contrastes y crítica a estos imaginarios sociales. Las imágenes funcionaron como material reflexivo a nivel identitario, ya que permitió mostrar contenido con clara alusión a la figura de una mujer violentada por normas y valoraciones sociales y también por la violencia física. El

por qué de está contraofensiva en el ciberespacio tiene que ver con una búsqueda por parte de la sociedad de encontrar respuestas a situaciones que sucedían en el ámbito de lo cotidiano y en el ojo de lo público.

Los ciberactivistas del *Ni Una Menos* tuvieron como marco de referencia a la críticas a estas significaciones imaginarias, instituidas por la sociedad y la búsqueda y auto creación de nuevos imaginarios que dotaran de sentidos más justos a la realidad cotidiana con el fin de construir identidad:

“Toda sociedad, hasta ahora, ha intentado dar respuesta a cuestiones fundamentales: ¿Quiénes somos como colectividad? ¿Qué somos los unos para los otros?, ¿dónde y en qué estamos? ¿Qué queremos, qué deseamos, qué nos hace falta? La sociedad debe definir su identidad, su articulación, el mundo, sus relaciones con él y con los objetos que contiene; sus necesidades y sus deseos (...) El papel de las significaciones imaginarias es proporcionar a estas preguntas una respuesta que ni la realidad ni la racionalidad pueden proporcionar” (Castoriadis, 1975: 255).

Los ciberactivistas del *Ni Una Menos*, movidos por la indignación generar identidad como sociedad, necesitaron mover los cimientos de los vetustos imaginarios sociales que hacían de la vida de la mujer un lugar de opacidad e injusticia.

A continuación, se analizan, brevemente, algunas de las imágenes que circularon en las redes para graficar algunas de las reflexiones que venimos realizando.

### La sociedad & el hombre

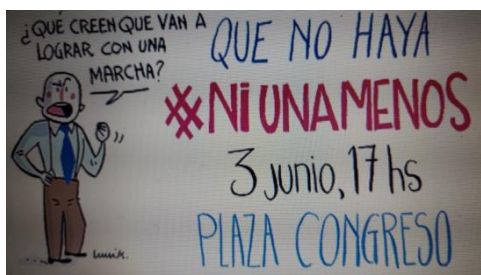


Figura I



Figura II



**Figura III**



**Figura IV**

Las figuras I, II, III y IV pertenecen al Facebook oficial de *Ni Una Menos*. En todas, las imágenes materializan el discurso dominante en el que la mujer es blanco de críticas (Figuras I y III) y el imaginario social que configura la imagen social de la mujer en la que se convierte en objeto sexual y de consumo (Figura IV) por parte de los hombres.

*En todas las figuras, la representación de los hombres se da de la siguiente manera: en el joven, el trabajador-profesional y el policía quieren significar una “sordera y una ceguera” ante los reclamos de las mujeres. Ninguno se hace cargo de lo que le sucede a ellas: una actitud opresora (hombre en Figura I), una actitud negligente (policía en Figura II), contradictoriamente agresiva (joven en Figura III) y una actitud de sometimiento (Figura IV).*

*En esta última figura, las imágenes son contundentes y recrean el universo cultural de una sociedad marcada por mensajes mediáticos denigrantes. Los actores sociales son seleccionados por su representatividad: el policía que debería ser un actor de contralor y seguridad no lo es (violencia y negligencia institucional), el hombre “de traje”, el típico “conservador”, aquel que podría ser el jefe, “el autorizado” y, hasta incluso, un profesional y, por último, el joven que, sentado desde la computadora, reproduce estereotipos sociales de antaño.*

*En la figura III, vemos un fuerte componente discursivo en donde las palabras actúan por un lado como una invitación a la convocatoria, pero, por otro lado, y a manera de contraste y visibilización, las palabras del joven en la imagen representan una opinión social estereotipada sobre la protesta femenina.*

*En definitiva, el hombre sentado quiere significar una crítica a un imaginario machista y culturalmente opresivo, ya que, como comenta Berluti (2017), “la palabra ‘puta’ es una forma de poder y, sobre todo, una noción sobre la opinión social acerca del*

comportamiento de una mujer (...) Se esgrime la palabra como un arma, un tipo de censura, pero también una forma de estigma. Una mujer que es 'puta' se despersonaliza, se discrimina y se menosprecia. Su opinión y comportamiento se infravalora por el mero hecho de contradecir la norma. En cuanto al color rojo de las palabras Ni Una Menos hay una referencia a la sangre, en este caso, de las víctimas de violencia y de femicidios.

**La mujer como blanco de violencia**



Figura V



Figura VI



Figura VII



Figura VIII



Figura IX



Figura X



*Las figuras VI, VII, VIII, IX y X pertenecen al Facebook oficial Ni Una Menos, mientras que la figura V circuló en Twitter. En todas está presente un fuerte mensaje visual en el que el contenido quiere significar la violencia a la que las mujeres están sometidas.*

*En las figuras V, VI, VIII y IX, la alusión a la sangre es clara. La mano roja, representa una mano ensangrentada; la figura VI representa la silueta de Chiara Páez, uno de los casos con más resonancia del Ni Una Menos, con un fondo rojo muy saturado. En la Figura VIII, una gota de sangre cae sobre el rostro de una mujer con rostro infantil.*

*En la figura VII, una mujer y una niña reflejan la condición de vulnerabilidad de ambas. Además, el rostro de la mujer simula tener un golpe que es simbolizado con una cruz en uno de sus ojos.*

*En la figura IX, la invitación a la marcha va acompañada por el símbolo de Venus que, culturalmente, es conocido por representar lo femenino, y a su vez simula ser una mancha de sangre.*

*La mujer de la figura X refleja a una melancólica y etérea, rodeada de cruces que simbolizan la tristeza de la muerte y la desolación.*

*Podemos inferir el fuerte simbolismo de las imágenes que quieren representar la opacidad de la violencia: el cuerpo de la mujer se transforma en un territorio de batallas violentas que luchan entre la vida y la muerte. Este cuerpo femenino se presenta como un territorio dominado, devastado y violentado por las relaciones sociales.*

*En estas imágenes, existe una voluntad explícita de los autores de provocar la mirada y la reflexión del espectador pero, sobre todo, generar impacto. “Las imágenes no solo comunican más rápidamente, sino también más elocuentemente y forzosamente exigen la atención y despiertan sentimientos y ambigüedades” (Schmitdt, 2008: 4).*

@Las combativas



Figura XI



Figura XII



Figura XIII

*Las figuras XI y XII circularon en Twitter y la Figura XIII pertenece al Facebook oficial del Ni Una Menos. Las tres figuras representan la necesidad de mostrar a la mujer desde un lugar combativo y no pasivo. La impronta de cada uno de los dibujantes refleja esta necesidad de colocar a la mujer en una posición de acción, reactiva. Hay, además, un importante anclaje emocional en el que la indignación se “exuda” en cada uno de los gestos de los dibujos.*

*“Hice a Nelly con la motosierra. Lo hice a propósito, así, rabioso. Es una mujer que se planta y resiste”. Sergio Langer, dibujante (Rodríguez, 2015: 65).*

*“Con el dibujo, me dio ganas de que fuera una chica joven, guerrera, alguien que quiera defenderse. Transmitir la idea de que se quiere defender y tiene con qué. Que puede, que*

no está pidiendo por favor, que está diciendo: basta, basta de verdad". **Maitena Burundarena, dibujante (Rodríguez, 2015:67).**

**Propagables y simbólicas: Las representativas del Ni Una Menos**



**Figura XIV**



**Figura XV**



**Figura XVI**



**Figura XVII**

*Estas últimas son las imágenes más representativas del movimiento, aquellas que se viralizaron con fuerza en la redes y que tuvieron una importante réplica en los medios masivos. Aunque, lo más destacable es que, por su difusión, se convirtieron en signos icónicos del movimiento.(Figuras XIV,XV,XVI,XVII)*

*“Estaba de gira en Barcelona con Kevin Johansen. Me puse a pensar cómo ilustrar el tema, porque es complejo. Y elegí a Enriqueta, que es un personaje que tiene mucha ternura. Hubo una crítica al dibujo, por Twitter. Decía que yo dibujaba a las mujeres añidadas con ositos, como si fueran todas chicas, como si las infantilizara. Pero yo creo que en general se entendió que era un mensaje de apoyo, con un personaje mío que ya existía”. Ricardo Siri Liniers, dibujante (Ni Una Menos, Paula Rodríguez, 2015:64).*

En las figuras de la *Sociedad & el hombre*, en términos de Barthes (1964), el mensaje lingüístico está presente en las palabras que acompañan a las imágenes. En las figuras del policía, el hombre de traje, el joven junto a la computadora, se articula una función de anclaje ya que sostienen, apoyan y permiten darle sentido a la imagen.

Además, a través del mensaje que anuncia, la convocatoria del *Ni Una Menos* apela, de forma imperativa, a que los hombres, que se ven en las imágenes, actúen de determinada manera: “Vení para que no haya #NiUnaMenos (Figura III); “Trabaje para que no haya #NiUnaMenos” (Figura II). Junto a los comentarios de cada uno de los hombres, interpelan al receptor a visibilizar prejuicios de género a través de personajes que al autor/caricaturista considera que son claves para representar la opinión de algunos sectores de la sociedad.

No es casual que muchas de las imágenes que se crearon o circularon en las redes sociales durante la convocatoria y la formación del movimiento *Ni Una Menos* hayan sido caricaturas: *¿Por qué fueron estas imágenes las más representativas del movimiento, en otras palabras, las más compartidas?*

Uno de los principales motivos es la fuerza con la que se compartieron, casi como “un huracán”, porque a través de ellas se expresaron ideas sobre una situación común. En definitiva, el movimiento se nutrió desde y durante su convocatoria de una importante cantidad imágenes con una fuerte carga simbólica que evidenciaba un determinado momento social y cultural.

Como explica Jácome Gutiérrez (2013), mediante la caricatura, se explotan distintas posibilidades formales que, junto con la simbología, tienen como objetivo generar significantes en la conciencia social:

“El hombre tuvo la necesidad de representarse a sí mismo para lograr conciencia de su existencia (...) Al igual que el arte, la caricatura subsiste como medio expresivo, como recurso que –con la metamorfosis, la fealdad, la risa, el tiempo, los tropos y el análisis crítico de la cultura de masas– construye la representación de una idea (intangible) en una obra artística escultórica (tangible)” (Jácome Gutierrez, 2013:11).

Además, es necesario remarcar que el sentido en estas imágenes se ve complementado por la presencia del mensaje lingüístico, en términos de Barthes (1964, 6); ya que “toda imagen es polisémica; implica, subyacente a sus significantes, una ‘cadena flotante’ de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar los otros. La

polisemia da lugar a una interrogación sobre el sentido”, motivo de esta interrogación, de esta incertidumbre es que se utiliza esta técnica.

De esta manera, los mensajes que interpelan a los actores a sumarse a la convocatoria refuerzan el sentido de la imagen y la presencia de las figuras de los hombres que en ella se representan.

En las Figuras XI, XII, XIII, pertenecientes al ítem *@Las combativas*, existe un fuerte anclaje de lo emocional en las tres caricaturas representadas: el grito de la mujer con el puño en alto en actitud combativa, la mujer joven, caracterizada por Maitena, que, con su actitud corporal, recrea actitudes clásicas del uso del cuerpo desnudo como forma de protesta en la militancia feminista; y la caricatura del personaje “La Nelly”, de Langer, con una moto-sierra manifiesta una actitud desafiante y de combate.

En resumidas cuentas, el anclaje emocional está representado en las caricaturas por distintos sentimientos: ira, enojo e indignación.

Ante todo y, luego de realizar una lectura visual de los rasgos de los personajes de estas imágenes, entiendo que existe un importante componente de reclamo social. Para graficar conceptualmente esta situación, y según la clasificación que realiza Jácome Guitierrez (2013), podemos ver que se componen como un tipo de **caricatura social**, ya que tratan sobre situaciones sociales como la educación, las luchas colectivas, etc., y en este caso puntual, sobre reivindicaciones del rol de la mujer.

Por otra parte, y como explicábamos anteriormente, en las imágenes del ítem *La sociedad & el hombre* existe un posicionamiento crítico manifiesto a través de ciertas opiniones sociales comunes. Sin embargo, al continuar con el análisis, resulta necesario destacar, también, que algunas de las imágenes que seleccionamos adquieren carácter de metáfora. Se trata de un recurso del lenguaje a través del cual un significado común adquiere un sentido figurado. En este caso, existen distintas metáforas visuales que se evidencian a través de las gráficas.

Primero, resulta necesario aclarar el concepto de *metáfora visual*, para eso voy a utilizar la descripción conceptual de Aguilar Leyva (2012: “La metáfora visual será, entonces, aquella imagen o secuencia en la que percibimos o intuimos alguna semejanza entre dos elementos (presentes o no en el plano, *imágenes a y b*, en *presentia/ausentia*) que pueden incluso sustituirse” (Aguilar Leyva, 2012:3). Asimismo, el autor plantea a la metáfora como una herramienta cognitiva que evoca lugares comunes entre los participantes, que permite aprehender y organizar el conocimiento de lo que nos rodea.

Expresa la visión de los creadores sobre el mundo a través de modelos culturales que se comparten y nos permiten interpretar y asignar valor.

En este caso, las **Figuras V, VI, VII, VIII, IX, X, XV, XVI, XIII**, reflejan distintas alusiones metafóricas:

En las figuras XIV y XIII, el puño en alto funciona como un significante que evoca un gesto de lucha que cultural e históricamente se utilizó como símbolo de resistencia y lucha política y social por distintos movimientos de izquierda. De esta manera, tanto la imagen de Liniers (Figura XIV), como la de la mujer de la Figura XIII, que simula un grito de lucha, recrean una actitud de resistencia ante la violencia de género. Ambas grafican la metáfora de la lucha feminista para evitar más femicidios, para exigir “Ni Una Menos”.



Figura XVI



Figura XIII

Otra de las imágenes que apela a la metáfora es la Figura VI en la que se recrea la figura de una mujer, en este caso, la silueta de una de las fotografías que más se difundieron de Chiara Páez (Figura XVIII), la adolescente asesinada en Rufino. El fondo y la parte de atrás de la silueta es rojo intenso y evoca el color de la sangre, la idea de muerte y asesinato. En este caso, se da a través de una “*homoespacialidad*”, definida como la “coexistencia, en un mismo espacio o plano, de los dos elementos que componen la metáfora” (Aguilar Leyva, 2012:4)



Figura VI



Figura XVIII

De manera análoga, el mensaje lingüístico refuerza la idea de la identidad (colectivo #Ni Una Menos) y de la convocatoria (AL CONGRESO -3 de junio-19 hs).

También, la figura X, expuesta a continuación, nos muestra el recurso de *homoespacialidad* e imágenes en donde la metáfora visual es “una yuxtaposición de elementos *familiares* de una forma poco *familiar*, que *conecta ideas* que no lo estaban con anterioridad” (Aguilar Leyva, 2012: 9).



**(Figura X)**

Existe una evocación a la muerte a través de la representación de las cruces, cuyo número expresa el nivel de cuantificación de la muerte y los asesinatos de mujeres. No es casual el paisaje de la imagen, que parece un cementerio desolado: hay una referencia al caso de Chiara Páez que fue encontrada enterrada en la casa de los abuelos de su novio. Igualmente, la imagen de una niña representa la inocencia y la juventud. Esta concatenación de ideas yuxtapuestas se conecta a través de distintos elementos que, juntos en ese contexto, resignifican la relación general de todos sus componentes y generan un sentido diferente a los objetos involucrados en la imagen. Aquí lo ilógico de lo literal genera una interpretación figurativa por parte del receptor.

En palabras Aguilar Leyva:

“La significación gira en torno a la dicotomía ‘literal vs. Metafórico’. Esta dicotomía resulta peculiar, pues con frecuencia ha orientado la atención hacia el problema de la *recepción de la metáfora*, donde además suele apelar al concepto de ‘incongruencia’: un espectador identifica una metáfora por su desviación o *ilogicidad* en torno al resto del discurso donde la expresión metafórica aparece, reconocimiento que desata una *interpretación figurativa* (Aguilar Leyva, 2012: 6).


En las figuras V y XV, hay un paralelismo: dos manos con un corazón en el centro, evocando la idea de una que intenta significar un alto, una que dice basta. Un corazón que nos habla de sentimientos, de vida. La alusión a la sangre en el color rojo de la mano contrastada con el color blanco de fondo genera un fuerte contraste con la idea de sangre a la que alude la figura V.



Figura V



Figura XV

En la figura IX el mensaje lingüístico de la convocatoria está acompañado por el denominado símbolo de Venus, o símbolo femenino  , que, por lo general, se utiliza como un símbolo que suele representar todo lo relacionado con la mujer. “El símbolo se conecta con su objeto en virtud de la idea de la mente que usa símbolos, sin la que no existiría ninguna conexión” (Peirce, 2005: 11).

Este símbolo está anclado en lo figurativo a través de una metáfora que yuxtapone la forma de una gota de sangre, y busca relacionar lo femenino con una situación sangrienta, de violencia.



Figura IX



La figura XVI nos muestra *mamushkas* o *matrioskas*. Se trata de muñecas de material que forman parte de la cultura rusa y nacieron como representación de sus mujeres con las vestimentas típicas. Nuevamente, lo femenino está plasmado en estas típicas figuras que se caracterizan por ser frágiles y evocan, así, la rotura de una de ellas.



Figura XVI

Por último las figuras VII y VIII nos muestran, por un lado, a una mujer golpeada, tomada de la mano con una niña, que refleja un momento de desprotección y vulnerabilidad y, por otro lado, a una mujer con rostro infantil, golpeada y ensangrentada.



Figura VII



Figura VIII

La figura XIV (Enriqueta, de Liniers) y la figura XV, un dibujo de Romina Moi, inspirado en un cuadro de la artista Romina Lerda, junto con las figuras VIII y VII, representan un estereotipo de mujer infantilizada, vulnerable y frágil dando lugar a lo que Camusso y Rovetto (2015) conceptualizan como una cultura de lo naif. Forman parte de un imaginario social que se manifiesta como un modo de represión hegemónica en donde las mujeres son confinadas a tener roles dentro de las casa y a ser pensadas como doncellas indefensas.



"Enriqueta"



Dibujo de Romina Roi



Figura VII



Figura VIII

Aquí, y a través de la circulación en las redes sociales, el sentido común de las imágenes “se cuele en las cotidaneidades y pasa desapercibido”.

Luego de haber realizado un recorrido por algunas de las imágenes más representativas del movimiento y por su iconografía, podemos concluir que representan un tipo de enunciación visual en donde las cuestiones políticas, entendidas como aquello que afecta a una sociedad, se manifiestan como herramientas de uso social y actúan como punta de lanza para generar una cultura disruptiva. Ocurre a través de interacciones mediáticas en red y quiebra imaginarios sociales estereotipados y arcaicos, para dar lugar, a través de su visibilización, una opinión crítica y la institución de otros nuevos.

En palabras de Camuso Rovetto:

“Las prácticas de producción, apropiación y circulación de estas narrativas visuales en la red irrumpen, transformando los imaginarios y modelos de contagio que invitan a subvertir los clásicos estereotipos de género, desplazarlos y ejercitar el extrañamiento de la mirada, produciendo estrategias intersubjetivas de construcción política con la tecnología y a través de esta” (Camuso Rovetto, 2015: 32-33).

Estos intercambios generaron un estilo visual, iconográfico y simbólico que significó el punto de encuentro y reconocimiento de ese murmullo social que comenzó en las redes y que catalizó una experiencia compartida.

El éxito de la visibilización de estos contenidos se dio gracias a la convergencia de estilos individuales. Entiendo que este concepto se ajusta al que propone Cingolani:

“El estilo individual es la combinatoria en un individuo de sus costumbres de actividad mediática (en *broadcasting* y en *networking*), sus prácticas genérico estilísticas y el conjunto de sus sistemas de presuposiciones que le permite el intercambio, al menos parcialmente exitoso, con otros individuos, con sus parecidos y sus diferencias” (Cingolani, 2015: 23-24)

Las condiciones de intercambio, a través de este conjunto de interacciones, permitió configurar una dimensión ético-estética de la vida social que incluyó la acción política, virtual y en el espacio físico; en resumidas cuentas, la constitución de una cibertuba.

## **PARTE IV: REFLEXIONES FINALES**

A largo del análisis, hemos visto cómo esta manera de operar las redes sociales funcionó como una herramienta de participación ciudadana y de acción socio-política.

En un contexto tecnológico como el actual, se puede cuestionar una tarea de vigilancia empresarial en donde las organizaciones relacionadas a la tecnología desarrollan una industria basada en el valor que generan los datos de las interacciones sociales en distintas plataformas virtuales como Twitter, Facebook, Google, etc. Sin embargo, las prácticas propulsoras de acciones sociales concretas se originan a partir de los usos y apropiaciones.

A partir de 2015, se incluyeron en el discurso cotidiano, institucional, mediático y político nuevas consideraciones conceptuales. Por ejemplo, adquirieron peso y dimensiones palabras como femicidio y violencia machista, que excedieron los ámbitos puramente académicos.

Varios efectos tuvo sobre la sociedad. Algunos ejemplos son la iniciativa de la Corte Suprema de Justicia para confeccionar el denominado Registro de Femicidios de la Justicia Argentina, la oficialización de la Unidad de Registro de Femicidios, dependiente de la Secretaría de Derechos Humanos de la Nación, la creación de un protocolo contra la violencia de género confeccionada por la UBA.

En ciudades como Mendoza, se impulsó la herramienta de patrocinio jurídico gratuito para víctimas de violencia de género; en Capital Federal, la Legislatura Porteña aprobó un proyecto para que las Unidades Fiscales especializadas en Violencia Doméstica funcionaran con rango de ley. Además, Alejandra Gils Carbó, en ese entonces, Procuradora General de la Nación, creó la UFEM (Unidad Especializada en Violencia contra las Mujeres).

Todas estas acciones fueron el comienzo de un largo camino que forma parte de un proceso cultural que se manifestó en la conformación del movimiento *Ni Una Menos* y que se extendió a todo el país, cuya culminatoria física fue el 3 de junio, en donde las calles se convirtieron, junto a más de 120 puntos del país y 250.000 personas concentradas en la Plaza de los Congresos en CABA.

Familiares de las víctimas, un escenario con dos actores y una dibujante (Juan Minujín, Érica Ribas y Maitena), carteles, pasacalles, siluetazos y *performances* callejeros, todos formaron parte de la puesta de representación simbólica en las calles. Participaron de la enunciación socio-política, disparada por el sentimiento de indignación, y que

culminaron en el espacio físico que se transformó en uno de significación y de simbolismo.

Lo importante es que gracias a la apropiación social de las redes a través de las cuales se formó este movimiento, se hicieron visibles experiencias y discursos, imágenes tendientes a producir alteridad.

En cuanto a las imágenes estas funcionaron como una caja de resonancia instituyente de nuevos sentidos. Como manifiestan Camusso y Rovetto:

“Al interpelar al poder político y sus instituciones, observamos cómo las modalidades enunciativas hacen visibles las disputas político-culturales que se despliegan tanto en la emergencia de ciertos enunciadores, como en los modos de construcción, reproducción y circulación de las imágenes analizadas. En cuanto a la enunciación política como tópico de análisis, interesa observar cómo dichas construcciones contribuyen, o no, a delinear formas de identidad colectiva; configurar –o no- adversarios y disputas políticas; y confrontar o no-con otros sujetos discursivos” (Camusso y Rovetto, 2015: 9).

Sin embargo hay que destacar que, a través de las redes sociales, y sin olvidar la convergencia mediática, se logró una gran masividad en la convocatoria. Aún así, lo más importantes es rescatar que el funcionamiento de la Web y la potencialidad del compartir esta "propagabilidad" en términos de Jenkins et al (2015) del *Ni Una Menos*, fue un agente de cambio que, como proceso cultural, demandó del compromiso ante una situación latente en la sociedad.

Por su parte, y gracias a esta propagabilidad, las redes permitieron organizar y producir conocimiento disruptivo y en torno a esto, generar nuevos sentidos a la realidad, en términos de Castoriadis (1975), instituir cambios a través de nuevas redes simbólicas.

Para graficar esta idea, es interesante lo que comenta Hine: “El agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella” (Hine, 2004: 13).

Para concluir, me pregunto ¿qué nos queda luego de este primer Ni Una Menos? Nos queda el grito indignado, el grito que fue propagable desde lo virtual hasta transformarse en lo físico.

Una línea de fuga que confluyó en un hecho histórico y lleno de significación. Lo que sucedió, y lo que sucede desde el *Ni Una Menos*, fue y es un punto de partida para repensar el papel de las redes sociales y su contundente impacto sobre nuestras vidas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- **Bauman, Z.** (1999) *Modernidad Líquida*, Buenos Aires, Argentina, Fondo de Cultura Económica.
- **Berardi Bifo, F.** (2007), *Generación Post-Alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*, Ciudad de Buenos Aires, Argentina, Tinta Limón Ediciones.
- **Cabero, J.** (1998) *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*. En **Lorenzo, M.** y otros (coords): *Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales*, Grupo Editorial Universitario, 1998, Granada – ESPAÑA.
- **Carlón, M. y Fausto Neto, A.** (2012) *Las políticas de los Internautas. Nuevas formas de participación*, Buenos Aires, Argentina, La Crujía ediciones.
- **Castells, M.** (2009) *Comunicación y Poder*, ciudad, España, Editorial Alianza.
- **Castells, M.** (1996) *La era de información: economía, sociedad y cultura*, Madrid, España, Editorial La Sociedad Red.
- **Castells, M.** (2012) *Redes de indignación y esperanza*, Madrid, España, Editorial Paidós.
- **Castoriadis, C.** (1975), *La Institución Imaginaria de la Sociedad – Vol. 1*, Barcelona, España, Tusquets Editores.
- **Cingolani, G.** (2016) *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en red*, Rosario, Argentina, Editor literario. Sznajder, B. E.; Cingolani, G. – 1°ed., UNR Editora, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. **Barbero, J.** (1987) *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, España, Gustavo Gili S.A.
- **Dabas E.; Perrone, N.** (1999) *Redes en Salud*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Paidós.
- **Deleuze, G. – Parnet, C.** (1977), *Diálogos*, París, Francia, Editorial Flammarion.
- **De Kerckhove, D.** (1999) *Inteligencias en Conexión: Hacia una sociedad de la Web*, Barcelona, España, Editorial Gedisa.
- **Deleuze, G. – Guattari, F.** (1976) *Mil Mesetas, Capitalismo y Esquizofrenia, Rizoma*, París, Francia, De Minuit.
- **De Ugarte, D.** (2007) *El Poder de las redes*, Madrid, España, Grupo Cooperativo de indias, Biblioteca de las Indias.
- **De Ugarte, D.** (2009) *Filés: de las naciones a las redes*, Madrid, España, Ediciones El Cobre.

- **Guattari, F.** (1989/2000), *Cartografías Esquizo-analíticas*, Buenos Aires, Argentina, Mananantial.
- **Guiomar Rovira, S.** (2016), *Activismo en red y multitudes conectadas: comunicación y acción en la era de Internet*, Ciudad de México, México, Icaria.
- **Grau, E. – Ibarra, P.** (2000) *Anuario de Movimientos sociales. Una mirada sobre la red*, Barcelona, España, Icaria Editorial y Getiko Fundazioa.
- **Hine, C.** (2004) *Etnografía Cultural*, Barcelona, España, Editorial UOC.
- **Jenkins, H.; Ford, S.; Green, J.** (2015) *Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*, España, Barcelona, Gedisa
- **Jenkins, H.** (2008) *La cultura de la convergencia de los medios*, París, Francia, Editorial Paidós Ibérica.
- **Landaw, G.** (1997) *Hipertexto: La convergencia de la Teoría Crítica Contemporánea y la Tecnología*, Barcelona, España, Editorial Paidós.
- **Laudano, C.** (2016) *Sin Feminismo no hay Democracia .Género y Ciencias Sociales*, Rosario, Santa Fe, Editorial Último Recurso.
- **Levy, P.** (1990) *Las tecnologías de la inteligencia*, París, Francia, La Découverte.
- **López, G. - Ciuffoli, C.** (2012) *Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después...*, Buenos Aires, Argentina, Editorial La Crujía.
- **Manovich, L.** (2006) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Massachussets, Estados Unidos, Editorial Paidós.
- **Mcluhan M.**, (1962) *La galaxia de Gutteberg*, (Título original: *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, traducción de Juan Novella, Barcelona, España, editor digital: lestroke ePub baser1.1.
- **Pisani, F. – Piotet, D.** (2008) *La alquimia de las multitudes*, México, Editorial Paidós.
- **Piscitelli, A.** (2010) *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, Madrid, España, Editorial Planeta.
- **Rodríguez, P.** (2015) *#Ni Una Menos*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Planeta.
- **Rovetto, F. - Fabbri, L.** (2016), *Sin Feminismo no hay democracia*, Rosario, Argentina, Último Recurso.
- **Scolari, C.** (2008) *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Barcelona, España, Editorial Gedisa.

- **Barrera Avellaneda, L. C.** (2002) Lectura y nuevas tecnologías: Una relación constructiva y dinámica. *Revista Palabra Clave*, (6) julio, pp. 1-13, Universidad de La Sabana Bogotá, Colombia.
- **Bermello Navarrete, R.** (2016) El impacto negativo de las tecnologías en los adolescentes y jóvenes. *MediMay revista de Ciencias Médicas de Mayabeque*, vol. 23° (2), pp. 1-10, Universidad Virtual de Salud de Cuba, Cuba.
- **Calderón Rivera, E.** (2014), Universos Emocionales y Subjetividad, Nueva antropología, *Nueva antropología.*, vol. 27° (81), jul/dic, Edición ISSN 0185 – 0636, México.
- **Camusso M. – Rovetto, F.** (2015) #Ni Una (imagen) menos. Imágenes apropiaciones y circulación en las redes sociales, *Contratexto*, (24), julio-diciembre, ISSN 1025-9945, pp. 13-34. Recuperado de:  
[http://www.academia.edu/36414507/\\_Ni\\_una\\_imagen\\_menos.\\_Im%C3%A1genes\\_apropiaciones\\_y\\_circulaci%C3%B3n\\_en\\_las\\_redes\\_sociales](http://www.academia.edu/36414507/_Ni_una_imagen_menos._Im%C3%A1genes_apropiaciones_y_circulaci%C3%B3n_en_las_redes_sociales)
- **Castillo Gómez, A.** (2004) Leer y escribir en la era de Internet: problemas y desafíos de la cultura escrita, *Revista Educación y Realidad*, vol. 29° (2), pp.41-52.
- **Castoriadis, C.** (1997) El Imaginario Social Instituyente, *Zona Erógena*, (35). Recuperado de: <http://www.educ.ar>
- **Chihu Amparán A. - López Gallegos, A.** (2007) *La construcción de la identidad colectiva en Alberto Melucci; Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, México, Distrito Federal, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Polis-on line-(1), Vol. 3°, (1) pp. 125-159.
- **Chihu Amparán, A.** (2000) El análisis cultural de los movimientos sociales, *Sociológica, Redalyc*, vol. 15° (42), enero-abril 2000, pp. 209-230, Universidad Autónoma Metropolitana Distrito Federal, México. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=305026734005>
- **Cisneros Sosa, A.** (1999), Interaccionismo simbólico, un pragmatismo acrítico en el terreno de los movimientos sociales Sociológica, *Redalyc*, vol. 14° (41), septiembre-diciembre, pp. 104-126 - Universidad Autónoma Metropolitana Distrito Federal, México. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=305026706001>
- **De Miguel Alvarez, A.** (2003) El Movimiento Feminista y la Construcción de Marcos de Interpretación. El caso de la violencia contra las mujeres. Universidad



- de A. Coruña, España. *Revista Internacional de Sociología (RIS) Tercera Época*, (35), mayo-agosto, pp. 127-150.
- **Díaz Martínez, Á. M.** (2011) La imagen metafórica publicitaria, *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (18), julio-diciembre; pp. 27-42
  - **Fernández Prados, J. S.** (2014) *Ciberactivismo: Conceptualización hipótesis y media*, *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, Vol. 188° (756), pp. 631-639.
  - **Fernández Torres, J.; Paniagua Rojano, F. J.** (2012) *El poder de las redes sociales y la política y en los movimientos sociales*, *Málaga, España, Dialnet*, Vol. 18° (8) pp.130-150.
  - **Ferreiro, E.** (2006) Nuevas tecnologías y escritura, *Revista Docencia del Colegio de Profesores de Chile*, Vol. 10°, (30), pp.46-53.
  - **Jauss, H. R.** (1981) Estética de la recepción y comunicación literaria, *En Punto de vista*, vol. Octubre, pp. 34-40, Buenos Aires, Argentina.
  - **Lago, S.; Marotias, A.** (2007) Los Movimientos Sociales en la Era de Internet, *Razón y Palabra*, vol 20 (54) pp. 1-10
  - **Luque, P.** (2014), Angiu: entre los usos y apropiaciones de las nuevas tecnologías. Una lectura posible de la publicidad de telecentro S. A., *Razón y Palabra*, vol. 18°, (86), pp. 1-14 - Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, México.
  - **Martín-Barbero, J.** (2002) Transformaciones del saber y del hacer en la sociedad contemporánea, *Revista Electrónica Sinéctica*, vol 10 (21), pp. 59-66.
  - **Martos García, A. E.** (2009), Tecnologías de la palabra en la era digital: de la cultura letrada a la cibercultura, *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa RELATEC*, Departamento de Didáctica de las Ciencias Sociales, Facultad de Educación, vol. 8° (2), pp.15-37.
  - **Núñez Urbina, A. A. – Ledezma Peralta, A. I.** (2013), Cultura y apropiación social de las TIC's, *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, ISSN 2007 – 2619, publicación 10°, enero – junio, RIDE - Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica (CIIDET), México.
  - **Oquitzin Aguilar, L.** (2012) Enfocando la metáfora visual: ópticas cognitivas I, versión en línea, ISSN 2448-539X; versión impresa ISSN 1870-1191, *Culturales*, vol. 8° (16), Mexicali julio-diciembre, Universidad de Guadalajara. Recuperado de:

www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=s1870-11912012000200002

- **Ramírez Grajeda, B. - Anzaldúa Arce, R. E.** (2014) Subjetividad y socialización en la era digital, *Argumentos, Vol. 27°*, (no. 76), pp. 10-15.
- **Rizo García, M.** (2011) Reseña de "Teoría de la comunicación humana" de Paul Watzlawick, *Razón y Palabra, vol. 16°* (75), pp.3-4.
- **Schmidt, M.** (2008) Imágenes y símbolos del 68. Una aproximación intermedial acerca del movimiento estudiantil, *Revista, La Casa del Tiempo*, vol. 11°, (12) pp. 1-14.
- **Valadés García, B.** (2011) Conceptualizar el papel de las redes sociales en Internet en movimientos sociales y acciones colectivas. Propuesta aplicada a lo digital, *Razón y Palabra, Vol 16* (77), pp. 1-16
- **Barthes, R.** (1964) *Retórica de la imagen*, París, Francia. Recuperado de: [fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb\\_dl=711](http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=711)
- **Belloch Ortí, C.** (2016) *Las tecnologías de la información y comunicación (TIC)*, Unidad de Tecnología Educativa, Material docente *on line* de la Universidad de Valencia, Valencia, España.  
Recuperado de: <file:///E:/tesina/libros/BELLOCH%20ORTI%20pwctic2.pdf>
- **Berlutti, A.** (2017) *El poder del símbolo: el desnudo como forma de protesta*. Recuperado de: <http://www.contrapunto.com/noticia/el-poder-del-simbolo-el-desnudo-como-forma-de-protesta-135688/>
- **Bretones, M. T.** (2008) *Los Medios de Comunicación de Masas: Desarrollo y Tipos*, Barcelona, Universidad de Barcelona, España, Península. Documento del Campus Virtual de la Universidad de Barcelona.
- **Castells, M.** (2002) *La Dimensión Cultural de Internet*, Portal de la universidad Oberta de Catalunya, España. Recuperado de: <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html>
- **De La Rosa, A.** (2016) *Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos*, Universidad Femenina del Sagrado Corazón, Perú.
- **Díaz, F.** (2017) El activismo social. Revista *La Silla Rota*. Recuperado de: <https://lasillarota.com/opinion/columnas/el-activismo-social/64350>
- **Esparza, J.** (2015), *Los Colectivos Sociales, un tejido social diferente*. Recuperado de: <https://www.sabersinfin.com/articulos/educacion/11009-los-colectivos-sociales-un-tejido-social-diferente>

- **Fernández Izquierdo, F.** (2000) *La Historia Moderna y Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*, Universidad de Castilla.
- **Gascó Hernandez, M.** (2014) *El Rol de las Tecnologías en la construcción de la nueva ciudadanía*. En Ponencia VIII llevada a cabo en la Escuela Internacional de Verano UGT, Asturias, España.
- **Gil Rodríguez, E. P.** (2000) *Identidad y nuevas tecnologías: repensando las posibilidades de intervención para la transformación social*. Recuperado de: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/gil0902/gil0902.html>.
- **Jácome Gutiérrez, D. R.** (2013) *La caricatura como crítica social*. Universidad Central del Ecuador, Facultad de Artes, Carrera de Artes Plásticas, Quito, Ecuador.  
Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1135/1/T-UCE-0002-21.pdf>
- **Lamarca Lapuente, M. J.** (2013) *Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Recuperado de: <http://www.hipertexto.info/documentos/nodos.htm>
- **Llopis Llabrés, I. - Bartomeu Mulet, T.** (2014-2015) Consecuencias de las Nuevas Tecnologías de las relaciones familiares del hogar. Memoria del Trabajo de Fin de Grado. Estudios de Grado de Trabajo Social. Curso Académico 2014-2015, Universidad de las Islas Baleares, Ibiza, España.
- **Lobeto, C.** (2008) *Producción y circulación de imágenes en los Movimientos Socioculturales*, V Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata. Recuperado de: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.6191/ev.6191.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.6191/ev.6191.pdf)
- **Núñez Carvonel, G.** (2010) *Nodo, Trabajo Investigativo*. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Nodo>.
- **Pierce, S. C.** (2005) *El icono, el índice y el símbolo. Traducción castellana de Sara Barrena*. Recuperado de: <http://www.unav.es/gep/IconoIndiceSimbolo.html>
- **Rovetto, F.** (2015). "Violencia contra las mujeres: comunicación visual y acción política en "Ni Una Menos" y "Vivas Nos Queremos", revista *Contratexto*, Lima; vol. 1°, pp. 13 - 34. Recuperado de: <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/585>
- **Vignale, S.** (2014) *Foucault, actitud crítica y subjetivación*, Universidad Nacional del Cuyo – CONICET, Argentina.

- **Villalba, E.**, sitio Web *Cholavista*. Fotografía y movimientos sociales. Recuperado de: <https://chulavista.mx/sobre-fotografia-y-movimientos-sociales-segunda-parte-63069/>
- Definición de activismo (sin fecha). En Wikipedia. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Activismo>