



#NiUnaMenos en Argentina. Activismo digital y estrategias feministas contra la violencia hacia las mujeres

CLAUDIA NORA LAUDANO

Introducción

La manifestación simultánea de 400.000 personas en, al menos, 240 localidades argentinas¹ para cuestionar los femicidios y la violencia hacia mujeres y jóvenes el 3 de junio de 2015 bajo la consigna Ni Una Menos fue resultado de una convocatoria multimediática y multisectorial, articulada en torno a una demanda histórica del feminismo y el movimiento de mujeres del país.

¹ La cifra de 400.000 participantes es una estimación propia que surge del cálculo promedio de 230.000 concurrentes al acto en Buenos Aires, según las organizadoras, y del relevamiento personal de diversas fuentes en 239 localidades, con actividades y movilizaciones que oscilan entre 50.000 y 60 participantes.

En tiempos de activismos digitales, cabe preguntar qué papel desempeñaron las redes sociales en el proceso que generó la mayor movilización en la historia argentina relacionada con una temática feminista. Frente a la hipótesis simplista de corte tecnodeterminista, según la cual “un tuit encendió la llama”, en este trabajo se desarrollan las líneas de análisis elaboradas en un texto previo (LAUDANO, Claudia, 2015), en torno a las dinámicas generadas desde las dos plataformas digitales más utilizadas en el proceso: Twitter y Facebook, y las apropiaciones diferenciales desde el activismo feminista. Antes, una síntesis de las principales acciones feministas en cuanto a violencia hacia las mujeres desde una perspectiva histórica y el contexto que se vivía al lanzar la convocatoria del 2015.

Trazos del activismo feminista respecto de la violencia hacia las mujeres y de cómo “llegamos organizadas” a la movida Ni Una Menos

Entre los hitos significativos del vasto campo de prácticas feministas vinculadas con la problemática específica se destacan las iniciativas de crítica al maltrato y la violencia contra las mujeres desde grupos de la segunda ola feminista en Buenos Aires en los años 1970, las denuncias callejeras pioneras desde 1983, en el marco de la conformación del “movimiento antiviolencia” (FONTENLA, Marta y BELLOTI, Magui, 1993; CHEJTER, Silvia, 1995), la conmemoración del 25 de noviembre como fecha clave del calendario feminista² con acciones públicas desde mediados de los '80; la discusión de la problemática en numerosos espacios regionales y nacionales, como los multitudinarios Encuentros Nacionales de Mujeres (ENM) – que sumaban 29 ediciones en 2015 –, y la conformación de articulaciones específicas de acción – en los '90, a nivel nacional, la Red Argentina contra la Violencia Doméstica y Sexual y, en lo regional, la Red Feminista Latinoamericana Contra la Violencia Doméstica

2 El 25 de noviembre fue instituido como día de lucha contra la violencia social, sexual y política sobre las mujeres durante el I Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe realizado en Colombia en 1981. En 1999 fue declarada conmemoración internacional por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). (Nações Unidas. 1999. Disponible en: <https://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/mujer/noticias/noticias/6/41756/P41756.xml&xsl=/mujer/tpl/p1f.xsl>) . Acceso en: 14 enero 2018.

y Sexual;³ mientras que, en 2012, se gesta en varias localidades la Campaña Nacional Contra las Violencias hacia las Mujeres.

En el transcurso de estas décadas, diferentes grupos y espacios feministas heterogéneos contribuyeron a la visibilidad pública de prácticas históricamente consideradas privadas (politizando lo personal), la modificación de creencias arcaicas instituidas en el imaginario social, la elaboración de un vocabulario específico sobre la base de las necesidades de las mujeres y la ampliación de dichos discursos hacia nuevos públicos. Respecto de la problemática de violencia contra las mujeres, se puede afirmar entonces que los grupos feministas y el movimiento de mujeres se constituyeron de modo paulatino como un contrapúblico de carácter dual (FRASER, Nancy, 1993) con autoridad discursiva en la escena pública, alimentado por la producción feminista académica⁴ y acompañado por la difusión de periodistas sensibles a temas de género. (LAUDANO, Claudia, 2010)

En cuanto a normativa legal, Argentina dispone desde 2009 de una ley que contempla una noción extendida de violencia hacia las mujeres, en tanto distingue cinco tipos: física, psicológica, sexual, económica y patrimonial y simbólica⁵, a la vez que reconoce diferentes ámbitos donde se puede manifestar: doméstico, institucional, laboral, contra la libertad reproductiva, obstétrica y mediática. Si bien la elaboración de estadísticas respecto de las situaciones de violencia figura por ley dentro de las responsabilidades del Consejo Nacional de las Mujeres, en 2015 el país no disponía de datos oficiales de femicidios ni de denuncias por diferentes tipos de violencia. Ante esta carencia, desde 2007, como práctica emergente desde distintas iniciativas feministas, se generaron cifras extraoficiales sobre la base de noticias publicadas en diferentes medios de comunicación con operaciones de lectura “a contrapelo”, las que constituyeron una referencia ineludible para una estimación de la problemática, a la vez

3 Conformada durante el V Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe en Argentina en 1990, la Red Latinoamericana contó con un boletín editado por Isis Internacional, con 35 números entre 1993 y 2002. (ENCUENTRO FEMINISTA LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE, 1990)

4 Interesa destacar en particular la creación en 1989 de la Carrera de Especialización en Violencia Familiar como Posgrado de la Universidad de Buenos Aires, con formación profesional interdisciplinaria. (BUENOS AIRES, 1989)

5 Ley n° 26.485 de Protección Integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollan sus relaciones interpersonales y el decreto reglamentario 1011/2010. (ARGENTINA, 2009)

que documentos privilegiados de crítica a los poderes del Estado por no garantizar derechos ni vida digna a las mujeres. (LAUDANO, Claudia, 2010)

A principios de 2015, desde un ciberactivismo feminista tenaz se comparían posteos en redes sociales y listas electrónicas que estallaban de ira ante cada noticia de femicidio anunciado por los medios así como se ensayaban expresiones de crítica urgente⁶ y se canalizaban convocatorias espontáneas de protesta, como la realizada frente al obelisco porteño con la consigna “El machismo mata”, en febrero. Poco antes, la convocatoria feminista del 25 de noviembre de 2014 había insistido en sus acciones públicas sobre el aumento del número de femicidios, con una mujer asesinada cada 30 horas y datos extraoficiales de 1.808 asesinatos en siete años,⁷ bajo la consigna “El Estado es responsable”.

En ocasión de conmemorar el 8 de marzo en 2015, distintas articulaciones de mujeres del país destacaron la violencia femicida entre sus reclamos centrales al grito de “No es un caso aislado, se llama patriarcado” y denunciaron de manera contundente la retórica mediática que insistía en culpabilizar a las víctimas por su vestimenta o estilos de vida, cuestión que redoblabla la furia en los posteos de las plataformas digitales.⁸ Producto de esta indignación y de femicidios que no cesaban, en diferentes ciudades continuaron las protestas. Entre ellas, un grupo de jóvenes feministas convocó desde la red social Facebook al primer “siluetazo”⁹ en la ciudad de Buenos Aires, para generar marcas urbanas donde hubo femicidios el 21 de marzo de 2015, acción replicada en otras

6 Entre ellas, en marzo de 2015 una Campaña Fotográfica contra los Femicidios y la Violencia de Género propuso cambiar la foto de perfil de Facebook por una del rostro personal, con un texto de protesta y etiquetar amigas para viralizarla; mientras, un meme feminista con la foto de una niña enojada haciendo el gesto de fuck you! que decía “Las mujeres del barrio estamos hartas de la violencia machista” no cesaba de compartirse en los muros a principios de abril.

7 Según datos del Observatorio de Femicidios Adriana Marisel Zambrano, de la asociación La Casa del Encuentro, sobre la base de información de diarios nacionales y regionales. (LA CASA DEL ENCUENTRO, 2009)

8 SANTORO, Sonia. #NiUnaMenos. [Entrevista cedida a] Claudia Laudano. Es un punto de encuentro, pero esto no termina allí. España, p. 12, 2 junio 2015. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-273989-2015-06-02.html>. Acceso en: 14 enero 2018.

9 Se llama siluetazo a un tipo de intervención artístico-política que consiste en delinear, con tinta sobre papel o con pintura o tiza sobre el asfalto, siluetas humanas que representan a las personas víctimas de violencias de diversos tipos.

ciudades del país.¹⁰ Al mismo tiempo, en distintas instancias de microdebate feminista se comentaban con desconcierto las noticias de femicidios ocurridos impunemente a la luz del día ya la vista de otras personas en plena esfera pública, que entre abril y mayo de 2015 contabilizaron tres en distintos escenarios. Esta característica perturbadora desestabilizaba los marcos de inteligibilidad de ciertos mapas significantes en torno a la violencia femicida, según los cuales, éstos ocurrían puertas adentro, al resguardo de la mirada pública.

En ese ínterin, mientras un grupo de periodistas lanzó desde las redacciones la campaña “Hartos y hartas de contar femicidios”¹¹ ante la situación que los medios titulaban como “seguidilla interminable” de asesinatos, otro grupo de periodistas y escritoras realizaron una maratón de lectura en una plaza de Buenos Aires, con presencia de familiares de jóvenes asesinadas, bajo la consigna Ni Una Menos.¹² A principios de abril, un video casero subido a YouTube por una joven de 20 años en el que denunciaba acoso callejero y el temor de ser abusada por parte de trabajadores de una empresa eléctrica frente a su casa se viralizó, con 420.000 vistas en un mes y amplia repercusión en circuitos mediáticos, con entrevistas a la joven y organizaciones que abordaban la temática.

De modo tal que la convocatoria a la movilización lanzada en Buenos Aires y apropiada al menos en 240 localidades ocurrió en el marco de una serie de acciones públicas heterogéneas de protesta en línea y en la calle frente a los femicidios que venían de larga data en el movimiento de mujeres y el feminismo, y contó con el apoyo de gran parte del arco periodístico-mediático, junto a partidos políticos, estudiantes, docentes, organizaciones barriales, de derechos humanos, culturales y artísticas, bibliotecas y ningún sector social organizado como opositor. (LAUDANO, Claudia, 2015)

10 En los registros de una participante del siluetazo en CABA en el evento de Facebook el mismo 21 de marzo de 2015 se observa la presencia de la consigna Ni Una Menos: “PEQUEÑA CONTRIBUCIÓN, HOY NOSOTRXS FUIMOS LOSMEDIOS DE COMUNICACIÓN!! NI UNA MENOS, SI TOCAN A UNA NOS TOCAN A TODAS!!!! ♥”. Los siluetazos continuaron mes a mes en distintos lugares e incluyeron denuncias de travesticidios. (FACEBOOK, 2015)

11 “Hartos y hartas de contar femicidios”. En *Cosecha Roja*, 20 marzo 2015. Disponible en: <http://cosecharoja.org/hartos-y-hartas-de-contar-femicidios/>. Acceso en: 14 enero 2018.

12 Monfort, Flor y Mariasch, Marina. “Hay cadáveres”. En *Las 12*, 2 de abril 2015. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-9614-2015-04-02.html>. Acceso en: 14 enero 2018.

Redes sociales y viralización de fotos con el cartel #NiUnaMenos

Lejos de haber sido un fenómeno de movilización espontánea que inundó las calles del país, la convocatoria se concretó a largo de 23 días (del 11 de mayo al 3 de junio de 2015), un tiempo que, en principio, puede considerarse extenso y disonante respecto de la lógica de instantaneidad con que suele llamarse a las movilizaciones desde el activismo digital, pero adecuado desde la proyección de una concurrencia masiva, con la proximidad de la conmemoración oficial del 25 de mayo, día del primer gobierno patrio.

Una difundida versión de matiz tecnodeterminista sugiere que un tuit de tono indignado encendió la llama de la concentración y las movilizaciones multitudinarias en todo el país. Ante tal afirmación, cabe preguntar: respecto del feminismo y el movimiento de mujeres, ¿qué papel le reconoce al activismo feminista durante décadas en la lucha contra la violencia hacia las mujeres en el país? Luego, en cuanto a las posibilidades técnicas, ¿hasta qué punto un tuit aislado puede generar tamaña convocatoria?

Reconstruyendo el proceso, el tuit iniciático de una periodista radial ante la noticia del 11 de mayo de 2015, destacada en tapa de diarios, de una chica embarazada de 14 años, Chiara Páez, asesinada por su novio de 16 años y enterrada en el patio de su casa en Santa Fe decía: “Actrices, políticas, artistas, empresarias, referentes sociales...mujeres, todas, bah, ¿no vamos a levantar la voz? NOS ESTAN MATANDO”. (NI UMA MENOS, 2015) La emotiva interpelación, dirigida a destinatarias potenciales de muy distintos ámbitos, pero englobadas bajo el colectivo “mujeres”, generó respuesta inmediata en colegas seguidoras de la cuenta en Twitter quienes, tras arrobar a otras, generaron intercambios entre 10 tuiters. Allí definieron lanzar una acción de protesta contra los femicidios en la ciudad de Buenos Aires con fecha y lugar precisos: el 3 de junio, a las 17h, en la plaza frente al Congreso de la Nación, símbolo de uno de los tres poderes republicanos y sitio emblemático de numerosas concentraciones históricas.

Según la cronología del diálogo tuitero de aquel día, la consigna “NiUnaMenos” fue elegida ante otra esbozada, “Estamos de luto”, por su carácter propositivo y porque ya había sido utilizada en la sesión de lectura organizada en una plaza. Por ese entonces, las organizadoras desconocían el

origen y la resonancia pública de la expresión para el feminismo latinoamericano. La frase “Ni una mujer menos, ni una muerta más” fue utilizada por la poetisa y activista mexicana Susana Chávez Castillo en 1995, como protesta por los crímenes sistemáticos de mujeres, enmarcados en el femicidio de Ciudad Juárez. Desde ese momento, acotada a “Ni Una Menos”, comenzó a circular y se esparció como consigna por distintos espacios feministas en Latinoamérica, hasta convertirse en emblema de lucha tras el femicidio de la propia poetisa, ocurrido en México en 2011.

Con la ubicuidad y la fluidez de las redes, el mismo 11 de mayo de 2015 la convocatoria, convertida en *hashtag*, #NiUnaMenos, saltó y comenzó a propagarse de modo reticular por Facebook – la red social más utilizada en el país, por entonces con 24 millones de usuarios/as mensuales, más del 80% de quienes tenían acceso a internet –, al principio, con las características de un rumor – “¿De dónde viene?”; “¿Qué grupos convocan?”. Al mismo tiempo, la noticia se publicó en primer término en la versión digital de un diario capitalino y los días siguientes siguió un derrotero nómada, difícil de especificar en las modulaciones de sus “rebotes” e incidencias, desde las versiones en papel y digital de diferentes diarios, múltiples espacios radiales y televisivos – algunos con audiencias masivas –, agencias informativas y publicaciones periódicas.

Al día siguiente de acordada la convocatoria, el 12 de mayo de 2015, se reactivó la cuenta de Facebook Ni Una Menos abierta dos meses antes, desde la cual periodistas y escritoras convocaron a la maratón de lectura en la plaza porteña. Entre ambos grupos, que respecto del uso predominante de redes sociales podrían denominarse como el grupo de Twitter y el de Facebook, se conformó un colectivo organizador con 23 integrantes (incluido un varón), la mayoría periodistas, con distintas trayectorias en medios muy disímiles, opositores y oficialistas respecto del entonces gobierno de Cristina Fernández. Aún con sus diferencias, lograron llevar adelante la organización de la convocatoria, superando “la grieta” política, como se simplifica en la jerga cotidiana la confrontación conflictiva entre quienes se identificaban con el gobierno vigente y a sus opositores. No obstante, cada grupo continuó a cargo de la administración de la cuenta Ni Una Menos en la red social que venía utilizando, por momentos, con estrategias comunicacionales discordantes, respecto del color identificatorio en los *flyers*, con variaciones entre el magenta y el violeta, y entre las fotos de perfil y fondo de ambas cuentas.

En tiempos de exacerbada circulación y consumo de imágenes en la cultura contemporánea y, en especial, con las disponibilidades técnicas para fotografiar como la de construir determinadas visibilidades de sí en espacios digitales (Van HOUSE, Nancy, 2009; LASÉN, Amparo, 2012; ZAFRA, Remedios, 2013), no fue casual que la principal modalidad de adhesión promovida por el grupo organizador se centrara en la producción de fotos y selfies con el cartel #NiUnaMenos. Una intervención sencilla y de baja intensidad de compromiso que, desde el inicio, apeló sobre todo a personalidades conocidas, en particular del espectáculo y el deporte, en calidad de “influyentes”, según la jerga tuitera, para llegar a sus seguidores. Difundidas por las principales redes sociales y medios de comunicación, dichas fotos resultaron de alta eficacia simbólica para extender los márgenes de visibilidad de la propuesta, considerando que “ser, es ser visto(a)”, según la máxima de Bourdieu vigente desde el predominio de las pantallas televisivas.

Acorde a la significativa proliferación de teléfonos celulares y redes sociales, a dicha caracterización habría que añadir el meme viralizado hace ya un tiempo donde, ironía mediante, se aggiornaba el célebre cogito cartesiano, con una secuencia de cuatro cuadros que incluía ilustraciones de René Descartes (1633) diciendo: “Pienso/Me hago una selfie/La subo al face.../ Luego existo”. Aún en su acierto, me permitiría intervenir el meme e intercalar un cuadro más, con una práctica definitoria del proceso actual de existencia en las redes: “Pienso/Me hago una selfie/La subo al face/Es *megustada*/ Luego existo”. (MEME...)

Sin embargo, los procesos de viralización suelen acarrear imprevistos. En este caso, apenas iniciada la propagación de la convocatoria mediante la estrategia de adhesión vía foto, ésta presentó dificultades y generó malestares al ser apropiada sin escrúpulos por empresarios y personajes mediáticos cuestionados por sexistas desde el movimiento de mujeres y el feminismo, tanto como funcionarios/as en ejercicio y diferentes candidatos/as partidarios.¹³ Como respuesta política, en las redes sociales circularon fotos remixadas ridiculizando a ciertos personajes y funcionarios.

13 Como estrategia para contrarrestar el uso oportunista en tiempos electorales, el colectivo Ni Una Menos de Buenos Aires propuso la firma del compromiso #DeLaFotoALaFirma a representantes de partidos políticos, con puntos a cumplir respecto de políticas de género, a la que accedió un grupo reducido.

Características del activismo digital por Ni Una Menos en Twitter y Facebook

A modo de pantallazo general, se pueden identificar algunas experiencias colectivas exitosas de ciberfeminismo social (MIGUEL, Ana; BOIX, Montserrat, 2013) o, como prefiero denominarlo, del activismo digital feminista en Argentina. En tal sentido, respecto de la apropiación (BENITEZ LARGHI, 2009)¹⁴ de dispositivos comunicacionales, luego de una primer etapa de incursionar en la difusión mediante portales en la *web* 1.0 (ROSALES, María Belén; RIMARO, Ana, 2009) y la conformación de las primeras listas de debate, destacan por su significatividad en la construcción y la consolidación de espacios feministas, en primer lugar, la lista de discusión Red Informativa de Mujeres de Argentina (RIMA), vigente desde el 2000 hasta la actualidad. (OCAMPO, Irene; De CICCO, Gabriela, 2003; FRIEDMAN, Elisabeth, 2017) Luego, la aparición de una blogósfera intensa y vibrante urdida por un conjunto de “colectivas” de jóvenes feministas desde mediados hasta el fin de la primera década, quienes tensionaron agenda y prácticas feministas desde una perspectiva generacional desafiante, (LAUDANO, Claudia, 2016) al tiempo que entró en escena Facebook y de modo paulatino se fue instalando como principal dispositivo para el ciberactivismo feminista.

En cuanto a la convocatoria a la movilización nacional Ni Una Menos en 2015, si bien Twitter y Facebook constituyen las plataformas comerciales más utilizadas en el proceso, éstas presentaban características diferenciales de uso por parte de las organizadoras en el proceso de la concentración en Buenos Aires, como de apropiación por el ciberactivismo feminista. En primer lugar, la cuenta oficial de Twitter @NiUnaMenos_ abierta el 17 de mayo de 2015, a seis días de lanzada la convocatoria, para descargar las cuentas personales de las diez organizadoras encargadas y centralizar la difusión, contó con alrededor de 8.000 seguidores y generó 760 tuits hasta el 4 de junio de 2015. Al comienzo se registraron respuestas a inquietudes de seguidoras/es referidas a cuestiones organizativas en otras localidades, pero dado

14 A apropiación en tanto procesos materiales y simbólicos de dotación de sentido para un determinado grupo o sector social, según las necesidades que el propio grupo define y las competencias disponibles.

el volumen de las solicitudes, éstas fueron derivadas a la cuenta de correo electrónico del colectivo.

De tal modo, la cuenta pronto adquirió un carácter unidireccional, en mayor medida, para difundir la convocatoria y las resoluciones del grupo organizador, mostrar adhesiones de personas e instituciones variadas, solicitar ayuda para la firma del compromiso político, recopilar información de 120 lugares con convocatorias, difundir la canción oficial, spots, ilustraciones, diseños y publicitar la asistencia de las organizadoras a entrevistas en medios. Con estilos variados, donde se intersectan arengas con peticiones, predominó un tono optimista y esperanzador. El día posterior a la concentración, la cuenta se autopropuso como instancia recolectora de información de las actividades realizadas en las distintas localidades, con escasos resultados.

Mediante etnografía virtual de la cuenta desde su apertura hasta el 4 de junio de 2015, en los tuits y retuits no se localizaron menciones al movimiento de mujeres ni a los grupos feministas del país, ni referencias a fechas clave del calendario feminista donde, desde hace décadas, se denuncian las prácticas de violencia hacia las mujeres en general, como el 8 de marzo y el específico 25 de noviembre, o el 28 de mayo, día de la salud de las mujeres, que ocurrió durante el proceso de organización de la convocatoria. Idéntica invisibilidad se registró para los 29 ENM y para la genealogía de la consigna convocante como parte del acervo feminista latinoamericano y caribeño. Los días posteriores, el *hashtag* #ElFeminismoLoHizo aglutinó cierto malestar feminista en las narrativas de las plataformas digitales, al tiempo que operó como instancia de disputa de sentidos ante la desconsideración de la trayectoria y las múltiples implicancias del feminismo en la posibilidad de concretar la gesta histórica Ni Una Menos a nivel nacional.

Si bien la plataforma Twitter contaba por ese entonces aproximadamente con 4 millones de usuarios/as en Argentina respecto de una población de 42 millones y se registraban experiencias exitosas de campañas con *hashtags* feministas en otras lenguas y regiones ciberespaciales. (LOZA, Susana, 2014; LOKEN, Meredith, 2014; AKYEL, Esmá, 2014; RODINO-COLOCINO, Michelle, 2014) Las colectivas feministas y los grupos de mujeres del país no utilizaban dicha plataforma como red social preferente para el activismo digital, a diferencia de grupos y personas de sectores de nivel socioeconómico medio/alto, o bien, desde usos o trabajos profesionalizados, como ciertas ONGs con

financiamiento para actividades de difusión, periodistas y mujeres de partidos políticos, entre otras. A modo complementario, se puede afirmar que se ubicaron solo dos cuentas NiUnaMenos+ nombres de ciudades capitales para difundir convocatorias locales – Ni Una Menos Córdoba @niunamenosCBA, vigente hasta la actualidad, y Ni Una Menos La Rioj @niunamenoslr, de escasa actividad –, a diferencia del centenar de cuentas en Facebook abiertas para fines similares, como se desarrollará más adelante.

Tuiteando #NiUnaMenos hasta convertir un hashtag feminista en TT nacional y global

“Mañana tuiteamos #NiUnaMenos para que sea *trending topic*”. El llamado se diseminó velozmente por las redes sociales convocando a una modalidad de ciberacción que, tiempo después, se reapropiaría desde el activismo feminista como “tuitazo”. Con la euforia reinante del momento, el 3 de junio de 2015 se produjo un hecho inédito en la historia de Twitter en español: una temática de la agenda del movimiento de mujeres y el feminismo logró liderar las tendencias de la conversación nacional y, luego, la global.

Un salto cualitativo se produjo entonces respecto de la apropiación de la plataforma digital, cuando una comunidad activa, sensibilizada con la problemática de la violencia hacia las mujeres, consiguió instalar a fuerza de tuits el *hashtag* #NiUnaMenos en el primer puesto del *ranking* de las tendencias en Argentina desde la mañana hasta el anochecer; a la vez que lideró la tendencia global luego del mediodía.

Al respecto, distintos informes de agencias de medición de tendencias aportaron datos para analizar la magnitud del fenómeno. En cuanto al alcance de la conversación, la consultora de comunicación política Becom1 (2015) “informó que 7,3 millones de personas vieron la información de manera directa en redes sociales e indirecta en portales de noticia, mientras que de 1,3 millones participantes, el 25% intervino de forma activa”, tuiteando, compartiendo, dando “fav” o *likes*.¹⁵ Mientras tanto, la propia plataforma comercial Twitter facilitó, a través de un tuit del representante en Argentina, un

15 BECOM1. *Convocatoria #NiUnaMenos*. Reporte preliminar para medios. Argentina, 4 de junio 2015.

pantallazo general del volumen total de la conversación, según el cual entre el 11 de mayo y el 3 de junio se generaron más de 958.000 menciones con el *hashtag* #NiUnaMenos y más de la mitad, esto es 516.000, el mismo día de la manifestación multitudinaria en las plazas del país.

Tras las movilizaciones, en la sección Tecnología de la versión en línea de un diario nacional se publicó un recurso sugerente. Una geovisualización de una muestra arbitraria de 100.000 menciones centelleantes del *hashtag* #NiUnaMenos, que se reconfiguran en segundos a escala planetaria, destaca densificación y desertización de zonas geográficas.¹⁶ (TOMOYOSE, 2015) En ese sentido, Argentina y ciertas zonas de países del norte figuran recargadas en las geolocalizaciones del mapa mundi, junto a escasos destellos en amplias regiones de África y casi nulos en Asia, acorde a la participación en la “tuitósfera” el día anterior. Desde una renovada fascinación tecnológica, este aporte pretendería capturar y anclar en una instancia espacial, la evanescencia de una práctica ciberespacial, mediante una visualización dinámica construida a posteriori. El recurso procuraría otorgar inteligibilidad a un fenómeno invisible y difícil de imaginar desde los meros datos, para un público lector ávido de inventos técnicos, aunque no experto.

A diferencia de otras campañas argentinas en Twitter, como la del caso #Nisman, ocurrida cuatro meses antes tras la muerte del fiscal de la Nación Alberto Nisman, que cristalizó en dos comunidades altamente polarizadas, (CALVO, 2015) al desglosar el volumen total de tuits con el *hashtag* #NiUnaMenos, se observa que el 96% se mostró a favor de la marcha y contra la violencia hacia las mujeres, según datos de Becom1. El porcentaje se reparte entre un 47% de mensajes de apoyo a la marcha, hacia la igualdad entre mujeres y varones, con críticas a las conductas machistas y misóginas, con los *hashtags* #bastadefemicidios y #bastadeimpunidad acompañando al principal, y marcadas críticas al accionar de la justicia, y un 49% referido a notas periodísticas y reportajes por casos de violencia y sobre la movilización. Sólo un 4% de los tuits registrados recurrió a menciones negativas, con chistes e ironías referidas a victimizaciones de las mujeres y quejas para que

16 TOMOYOSE, Guillermo. Del mundo *on-line* a la marcha: el mapa con las repercusiones de #NiUnaMenos. Twitter: @niumamenos. junio 2015. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1798516-del-mundo-on-line-a-la-marcha-el-mapa-con-las-repercusiones-de-niunamenos-en-twitter>. Acceso en: 21 marzo 2016.

se incluyera a todos en los reclamos, petición condensada bajo el *hashtag* *#NadieMenos*.

En síntesis, en la opinión publicada en las conversaciones de la “tuitósfera” se perfiló una tendencia definida para terminar con la violencia hacia las mujeres y transformar las inequidades de género, con un escaso margen de expresiones opositoras, más a título personal que desde un grupo organizado o una comunidad consistente.

El activismo digital feminista se apropió de la plataforma Facebook

La cuenta de Facebook reactivada por el colectivo Ni Una Menos de Buenos Aires superaba los 130.000 “me gusta” hacia principios de junio de 2015, una cifra nada desdeñable para la plataforma y, comparativamente, muy superior a la de seguidores de la cuenta de Twitter. En líneas generales, en los posteos del muro, similares a los de Twitter, se encuentran críticas frecuentes a los abordajes mediáticos de la violencia hacia las mujeres y entre las adhesiones aparece solo una ONG defensora de derechos de las mujeres. Dada las posibilidades que facilita la arquitectura de la plataforma, con frecuencia, se generaron intercambios entre comentaristas y se añadieron posteos de artículos periodísticos, videos, denuncias de situaciones de mujeres bajo violencia y reclamos por resoluciones de casos, sin intervención de las administradoras. Por momentos, la actividad de la página registró alta intensidad, con posteos que promovieron numerosos debates, reproducciones y “megusteos”.

Un hecho significativo, destacable respecto de la plataforma en cuestión, se generó con la apertura de más de un centenar de espacios en Facebook con la denominación Ni Una Menos por localidades (Ni Una Menos Tandil, Bahía Blanca, La Plata, Mendoza, Jujuy, Rosario, Santa Fe, Paraná, Córdoba, Neuquén, Salta, entre otras) bajo modalidades de páginas, grupos de organización (públicos y cerrados) y eventos para convocar a las movilizaciones. Incluso, varios eventos simultáneos disputaron convocatorias en la misma localidad, impulsados por grupos y articulaciones feministas, agrupaciones partidarias, municipios o bien, particulares, a realizarse en lugares en general coincidentes y horarios diferenciados. Este podría ser uno de los “efectos Facebook”, donde con frecuencia no se visualiza con claridad quién convoca

o, por los bajos requerimientos para confeccionar un evento, se desplaza a segundo plano la autoría de la convocatoria.

Al analizar las fechas de creación de los 110 espacios relevados en Facebook surge que cerca de la mitad se abrió entre los primeros 5 días (del 12 al 16 de mayo de 2015), lo cual las posiciona como convocatorias “tempranas”, e indicaría que los procesos locales de organización se desarrollaron con debido tiempo. Un segundo grupo de convocatorias intermedias se conformó entre el 17 y el 22 de mayo, tras lo cual se observa un parate cerca del 25 de mayo, debido a la celebración organizada para la semana patria y, luego, un reflujó final hacia el 30 de mayo y 1 de junio, en tanto convocatorias tardías, donde por un efecto de imitación primaria el deseo de no quedarse afuera una vez que la convocatoria está esparcida y “en boca de todo el mundo”. Por último, solo unos pocos espacios se abrieron en la plataforma con posterioridad al 3 de junio, como instancias de archivo y memoria donde compartir diferentes materiales sobre la jornada y la temática. Sin embargo, es probable que hayan quedado espacios sin identificar en la plataforma, debido a las formas artesanales con las que se confeccionan las denominaciones de los sitios.¹⁷

Ahora bien, el lugar específico que desempeñó la administración de estos sitios en el proceso de convocatoria y organización local difiere, según dos casos contemplados. En primer lugar, en las IV Jornadas de Estudios de Género y Feminismos de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) en 2016, una de las expositoras del trabajo “NiUnaMenos Olavarría” (ITURRALDE, M. Eugenia; PÉREZ, Patricia, 2016) relató que el 12 de mayo, tras postear en su muro de Facebook: “¿Qué hacemos el 3/6 Olavarría?”, etiquetó unas 15 cuentas amigas en el espacio de comentarios, donde incluyó docentes y estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro (Unicen), Provincia de Buenos Aires, que abordan cuestiones de género, integrantes del Instituto Nacional contra la Discriminación, de la Asociación Permanente por los Derechos Humanos (APDH), del concejo deliberante, de grupos dedicados a abuso sexual infantil y violencia hacia mujeres, entre otras, y, más tarde, invitaron a periodistas y referentes políticos.

17 Para identificar los espacios se siguió un protocolo de búsqueda donde, en principio, se utilizó la expresión Ni Una Menos. Tras el primer listado arrojado, se utilizaron las variantes NiUnaMenos y #NiUnaMenos. Luego, se incluyeron datos de la fecha, 3/6, 3J, + nombres de localidades, y combinaciones variadas.

Según registros personales de aquella intervención, la autora sostuvo: “Nos reunimos primero por Facebook y luego nos juntamos en Sindicato Unificado de Trabajadores de la Educación de Buenos Aires (SUTEBA) y desde Facebook hicimos del proceso organizativo para la movilización, mientras que en sus definiciones finales planteó que fue una “convocatoria vehiculizada por las redes sociales”. El detalle de incluir un conjunto de etiquetas en el primer posteo en Facebook resultó estimulante para pensar que lo que se nombraba como una acción vehiculizada desde la plataforma digital, se aproximaba más a una convocatoria a personas e instituciones conocidas, con trayectorias previas en temáticas vinculadas con problemáticas de las mujeres, derechos humanos y discriminación, así como a estudiantes y docentes conocidos/as. Es decir, existía una trama previa, con intensidades, duraciones y distancias variables, y un reconocimiento explícito hacia dichas personas, al invocarlas mediante el dispositivo técnico de las etiquetas facilitado por la plataforma y apropiado para agrupar y enredar voluntades a los fines activistas.

Tiempo después, tras el contacto con la expositora vía Facebook, quien me etiquetó en el posteo inicial de su muro y facilitó la ponencia en cuestión, observé en la cronología del intercambio en la plataforma de aquella noche que las 15 primeras etiquetas correspondían a cuentas individuales, no institucionales, y que la pregunta de la autora encontró eco inmediato entre quienes fueron interpeladas/os, ya que aportaron sugerencias y nuevas etiquetas de contactos que ampliaron la red y nutrieron la conversación. En menos de una hora de posteos, con la convocatoria para el 3 de junio local en marcha, una de las participantes iniciales abrió un grupo público en la misma plataforma bajo la denominación #NiUnaMenos 3/6 en Olavarría, como sitio público diferenciado del espacio de la biografía personal donde deliberaban, en la que compartió una síntesis de lo intercambiado.

Desde el grupo en línea, acordaron tres reuniones presenciales en diferentes instituciones sociales – un sindicato docente, un club deportivo y un espacio vinculado a derechos humanos –, abiertas a quienes quisieran asistir, como ampliación de la convocatoria hacia diferentes sectores de la sociedad, para definir y coordinar el repertorio de acciones. De tal modo, entre las actividades previas a la movilización se registra una conjunción fértil de prácticas de coordinación en línea y presenciales, donde “se trabajó la temática en

escuelas secundarias, se realizó un taller para intervenir remeras, se confeccionaron estenciles para pintar las calles, se mantuvo contacto con la Asociación de Periodistas de Olavarría (APO) con el objetivo de sostener el tema en la agenda de los medios de comunicación, se grabaron spots radiales, se distribuyeron afiches informativos en los locales comerciales y se sostuvo el contacto en la red social Facebook” (ITURRALDE, M. Eugenia; PÉREZ, Patricia, 2016) incluidos contactos con la página Ni Una Menos de Buenos Aires.

Este proceso articulador de intercambios en línea e instancias copresenciales, sintetizado desde sus diferencias como encontrarse en la red digital y juntarse en presencia en instituciones sociales, captó a diario el apoyo de un arco amplio de instituciones locales, superior a las 60, mediante adhesiones e imágenes del clásico cartel con la consigna #NiUnaMenos, procedentes de sectores sociales variados, tales como sindicales, culturales, mutualistas, organizaciones estatales, grupos de investigación y extensión universitarios, centros de estudiantes, agrupaciones estudiantiles, organismos de Derechos Humanos, instituciones educativas, partidos políticos, ONGs, asociaciones deportivas, de guías y *scouts*, agrupaciones políticas, medios de comunicación, colectivos de diversidad sexual y organizaciones de pueblos originarios, según detallan las autoras. De la concentración en torno a la plaza central y el despliegue de la movilización por instituciones claves para reclamar y generar marcas urbanas en la ciudad, como la Comisaría de la Mujer, el Juzgado de Familia y la Municipalidad, participaron cerca de 8000 personas, un éxito sin igual en la historia de la ciudad para una reivindicación de derechos de las mujeres. Como en numerosas localidades del país, en el cierre se leyó un documento propio,¹⁸ (AA.VV., 2015) acorde a los requerimientos y la trayectoria organizativa específica, con intervenciones artísticas.

En el segundo caso analizado, en el video de corta duración subido a YouTube por el canal televisivo local de la ciudad de General Deheza, Córdoba, dos amigas de 19 años relatan a la cronista sorprendida por la inusual respuesta a la marcha del 3 de junio, que la iniciativa surgió de “una idea simple”.¹⁹ Tras una conversación entre ellas donde se preguntaban si en “Deheza”,

18 Al respecto, AA.VV. #NiUnaMenos VivxsNosQueremos, Buenos Aires: Milena Caserola, 2015.

19 DEHEZA, General. “Ni una menos”, la campaña nacional que convocó a miles en todo el país. 4 junio 2015. 1 vídeo (2 min 49). Publicado pelo canal: CADENA SER.

una pequeña localidad agrícola de 11.000 habitantes, se realizaría convocatoria para el 3 de junio, de inmediato, una de las chicas consultó desde el estado de su muro en Facebook si se estaba organizando alguna actividad. Avanzado el mes de mayo, al no recibir respuestas decidieron confeccionar un evento en la misma plataforma. “La gente se empezó a sumar y acá estamos (...) superó nuestras expectativas”, comenta una de las jóvenes en la entrevista televisiva, acompañada con imágenes de la marcha por la localidad durante la noche, donde se observan participantes de diferentes edades, en mayor medida mujeres, portando distintos carteles confeccionados de manera artesanal. Hasta el momento, no existían grupos específicos de mujeres para abordar la problemática de violencia, de la cual se relatan casos en diferentes pasajes de la entrevista.

Entre quienes se acercaron la tarde previa a la marcha, surgió la iniciativa de recolectar firmas para entregar en dependencias gubernamentales, a fin de garantizar la aplicación de la ley nacional contra las distintas formas de violencia. La movilización finalizó en la plaza central con la lectura de un documento propio y la cobertura del canal local, que enmarcó la acción de la convocatoria con el graph “NiUnaMenos”, la campaña nacional que convocó a miles en todo el país. Colecciones de fotos dispersas en varias biografías de Facebook permiten identificar etiquetas mediante distintos momentos de la movilización.²⁰

No obstante, googleando, se localiza información adicional referida a las acciones en la localidad. Según el portal digital de una de las radios FM,²¹ se realizaron dos marchas ese día, convocadas en la misma plaza con tres horas de diferencia. De la primera, organizada a las 17h por un partido opositor al intendente, el medio publicó una foto. De esta información podría deducirse

Argentina: [s. n.]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=lipzOEgaJ-DE&t=60s>. Acceso en: 14 enero 2016.

20 En diciembre de 2016, tras haber participado del Paro Nacional de Mujeres del 19 de octubre en su localidad, las jóvenes integrarían el grupo autoconvocado “Por todas”, para difundir y abordar la problemática de violencia hacia las mujeres. En las fotos del grupo en Facebook se observa que realizan actividades en espacios públicos donde reparten lazos violetas, el color símbolo del feminismo, con cobertura periodística local.

21 NI UNA MENOS. Portal informativo Grupo Franca Show, General Deheza, Córdoba, 3 de junio 2015. Disponible en: <http://www.lashow.net/index.php?seccion=2&subseccion=5&item=2542>. Acceso en: 14 enero 2016.

que, ante el avance de la convocatoria impulsada por las jóvenes antes narrada de manera autónoma desde la plataforma digital disponible, la segunda convocatoria se gestó con posterioridad, tras identificar la oportunidad ante la resonancia adquirida por la movilización bajo la consigna NiUnaMenos en todo el país a las 17h. En este caso, contaron al menos con difusión previa en la emisora radial y su página digital.

Ahora bien, las experiencias analizadas corresponden a localidades diferentes, en cuanto a densidad demográfica, instituciones sociales interesadas en la problemática de violencia hacia mujeres y, presumiblemente, dinámicas y trayectorias organizativas en acciones colectivas. A la vez, cuentan con medios de comunicación a disposición y competencias comunicativas y digitales diferentes entre quienes impulsaron las acciones en cada caso. Respecto de los usos y las modalidades de apropiación de la plataforma en cuestión, presentan asimismo ciertas distinciones.

En tal sentido, si en el primer caso, Facebook resultó en principio una instancia facilitadora de contacto y reunión de personas conocidas, con interés en la problemática, que tras enredar a otras e intercambiar definieron concretar la convocatoria para la fecha definida a nivel nacional, rápidamente el uso de la plataforma mutó hacia un espacio convocante más abierto, para interpelar a distintos sectores de la comunidad. De reunión inicial de contactos “amigos” de 15 participantes hacia un espacio de convocatoria pública, junto a medios de comunicación. Tras definir la primera reunión presencial, la plataforma operó como sitio de intercambios organizativos y coordinación, en el marco de un repertorio de acciones mixto, entre lo ciberespacial y lo presencial.

A la vez, el carácter público del grupo permitió la circulación fluida de información sobre la problemática específica e intercambios, mientras que distintos sectores sociales locales se enteraron del pulso de la organización, adhirieron y/o participaron de diferentes modos en la convocatoria. Por otro lado, aportó una vía para comunicarse con el grupo organizador del evento en Buenos Aires y difundir la planificación local. Luego de la movilización, la plataforma se transformó en archivo documental.²²

22 A menos de dos semanas del 3 de junio de 2015, desde la plataforma se convocó a una reunión presencial, de la que participaron diez organizaciones y personas a título individual y resolvieron conformar el Frente Ni Una Menos Olavarría, para

Por su parte, el segundo caso si bien partió de una instancia similar de consulta personal sobre una posible convocatoria local desde un dispositivo comunicacional a disposición, motorizada por dos jóvenes amigas, ésta no estuvo dirigida hacia personas determinadas. Más bien, constituyó un tanteo rutinario entre contactos que conforman las socialidades conectadas contemporáneas (VAN DIJCK, Jose, 2016) en cuyo entretejido, Facebook ostentaría un reconocimiento privilegiado. Luego, por iniciativa de las jóvenes, la plataforma se transformó en un sitio de convocatoria pública desde otra de sus secciones. Difusión mediante, el evento sumó adhesiones y cristalizó a la vez en acciones fuera de línea de incidencia sociopolítica, como la recolección de firmas para elevar a autoridades gubernamentales, y luego en una movilización inédita desde lo cuantitativo, donde la comunidad se sintió interpelada a formar parte del grito colectivo contra la violencia hacia las mujeres. Aun con conocimiento de la movilización nacional, no se registraron conexiones con otros grupos locales ni con el de Buenos Aires.

Para seguir reflexionando

Sin duda, el femicidio de la adolescente en Santa Fe generó conmoción y motivó el primer tuit que desembocó en la convocatoria desde la red social. No obstante, el proceso desencadenado a partir de entonces precisa ser interpretado en el marco de un hartazgo acumulado durante décadas ante los femicidios y distintos tipos de violencia hacia las mujeres y jóvenes que, en gran medida, no encontraban respuestas estatales adecuadas ni parecían detenerse en su escalada de crueldad e impunidad. De hecho, los femicidios continuaron en el transcurso de la convocatoria. De allí que indignación e ira fraguaron entre los principales sentimientos de las movilizaciones simultáneas en localidades tan disímiles del país pero conectadas como nunca antes por dosis de esperanza en las posibilidades de transformar las dinámicas que perpetúan múltiples desigualdades de género en la vida cotidiana, hasta llegar a femicidios.

continuar las acciones respecto de la violencia hacia las mujeres. (ITURRALDE; PÉREZ, 2016) Abrieron un sitio en Facebook con la nueva denominación, bajo la modalidad comunidad.

La movilización nacional Ni Una Menos de 2015 constituye la experiencia fundante de una serie de movilizaciones masivas impulsadas por problemáticas del movimiento de mujeres y el feminismo en Argentina, donde se vislumbran articulaciones fructíferas y potenciadoras entre manifestaciones públicas en la calle, con distintos grados de organización previa, junto a los multitudinarios ENM y las acciones en espacios digitales, con modos singulares de esparcirse y enredar. Desde un punto de vista comparativo, el activismo digital feminista, lejos de un mero clicktivismo, desempeñó un papel activo y de intenso compromiso en la difusión desde la plataforma Facebook, más que en Twitter, mediante las opciones disponibles y apropiadas desde muros personales, páginas y grupos – entre ellas, de compartir, enredar etiquetando, crear posteos con información vinculante y discutir argumentos mediáticos falaces –, así como en la co-organización de eventos locales. En menor medida, se utilizaron otros dispositivos que corresponden a diferentes etapas del ecosistema de medios vigentes, como listas electrónicas de discusión temática, páginas *webs*, grupos de WhatsApp, *blogs* (en Tumblr), y plataformas audiovisuales como YouTube, Pinterest e Instagram, en cuyas dinámicas resta indagar la participación de las más jóvenes que se sintieron convocadas y convocantes.

Tanto entusiasmo y convicción generados en el extenso proceso de diseminación y armado de la convocatoria trascendió las fronteras territoriales y, en términos de la lógica viral, “contagió” a mujeres activistas de países vecinos, en particular de Uruguay y Chile, donde se movilizaron el mismo 3 de junio con idéntica consigna. Meses después, organizarían el #7N en España y las manifestaciones en Latinoamérica por el 25 de noviembre. En 2016, entre las movilizaciones masivas de mujeres en Latinoamérica destacan el 1° de abril en Brasil contra la cultura de la violación, el 24 de abril en México contra los femicidios, el 3 de junio desde Argentina con #VivasNosQueremos, junto a países de la región, y en agosto en Perú el #13A. Luego, el primer paro de mujeres en Polonia el 3 de octubre contra las restricciones que se pretendían imponer al aborto no punible, el 19 de octubre el paro en Argentina contra los femicidios y travesticidios, la segunda manifestación de las mujeres en Polonia el 23 de octubre contra la violencia y la ignorancia de sus problemáticas por parte del Estado, las movilizaciones latinoamericanas por el 25 de noviembre, junto a las de mujeres en Italia el 26 de noviembre, entre las

principales. Para ese entonces, ya estaba en marcha la organización del primer paro internacional de mujeres para el 8 de marzo de 2017, que las movilizaría en 57 países, con la estimulante manifestación previa de las mujeres que protestaron en EE.UU el 21 de enero contra el presidente Donald Trump. No obstante, para evitar un entusiasmo desmedido respecto de las potencialidades del ciberactivismo digital, resultan insoslayables ciertas advertencias respecto de sus limitaciones, vinculadas con el acceso a las TICs, la conectividad y las competencias digitales y comunicativas, englobadas como distintas dimensiones de las brechas digitales, así como a la imperiosa discusión en torno a la democratización del acceso a la información y el uso de la palabra (CASTELLS et. al, 2007; CASTAÑO, Cecilia, 2008; TILLY; WOOD, Lesley, 2010) ya que pueden destacar las voces de ciertos grupos o sectores con mayores habilidades y capital social, al tiempo que opacan las acciones colectivas y las trayectorias vitales de sectores del movimiento de mujeres y el feminismo. Para una discusión más amplia vinculada con principios de autonomía tecnológica, no es ocioso recordar que tanto Facebook como Twitter son plataformas corporativas y que, dentro de los retos pendientes del activismo digital feminista en el país, aún espera el debate acerca de estrategias con *software* libre.

Referencias

Argentina. Ley n. 26.485, Marzo 11 de 2009. Ley de Protección Integral A Las Mujeres. Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Argentina, 2009. Disponible en: https://www.oas.org/dil/esp/ley_de_proteccion_integral_de_mujeres_argentina.pdf. Acceso en: 14 enero 2018.

AA.VV. *#NiUnaMenos Vivxs nos queremos*. 1 ed. Buenos Aires: Milena Caserola, 2015.

Buenos Aires. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria. *Resolución CONEAU n. 442/04, 28 de agosto de 2007*. La Carrera de Especialización en Violencia Familiar como Posgrado de la Universidad de Buenos Aires, con formación profesional interdisciplinaria. Buenos Aires: CONEAU, 1989. Disponible en: <http://www.coneau.gob.ar/archivos/resoluciones/Res502-07C2880.pdf>. Acceso en: 14 enero 2018.

AKYEL, Esma. #Diremkahkaha (Resist Laughter): "Laughter is a Revolutionary Action". *Feminist Media Studies*, Londres, año 14, n. 6, p. 1093-1094, 2014. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2014.975437>. Acceso en: 4 enero 2018.

BECOM1. *Convocatoria #NiUnaMenos*. Reporte preliminar para medios, Argentina. 2015. Twitter: @niunamenos. Disponible en: https://twitter.com/niunamenos_. Acceso em: 4 de junio 2015.

BENITEZ LARGHI, Sebastián. La lucha desigual por la apropiación de las TIC en las Organizaciones de Trabajadores Desocupados. 2009. Tesis (Doctorado en Ciencias Sociales), Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2009.

CALVO, E. *Anatomía política de Twitter en Argentina*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2015.

CASTAÑO, Cecilia. *La segunda brecha digital*. Madrid: Cátedra, 2008.

CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, Mireia; LINCHUAN QUI, Jack; SEY, Araba. *Comunicación móvil y sociedad*. Una perspectiva global. Barcelona: Ariel/Fundación Telefónica, 2007.

CHEJTER, Silvia. Movimiento antiviolencia. Aspectos históricos. *Informes de Investigación*, n. 4, Buenos Aires: Ed. Centro de Encuentros Cultura y Mujer, 1995.

DESCARTES, René. O Mundo ou Tratado da Luz. [S. l.: s. n.], 1633.

ENCUENTRO FEMINISTA LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE, 5., 1990, Argentina. Argentina: Red Latinoamericana, 1990.

FACEBOOK. Del siluetazo en CABA se observa la presencia de la consigna Ni Una Menos, 21 de marzo de 2015. Buenos, Aires, ARG, marzo 2015.

FONTENLA, Marta; BELLOTI, Magui. La resistencia tiene múltiples voces. *Travesías*, Mexico, año 1, n. 1, p. 31-42.

FRASER, Nancy. Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente. *Debate feminista*, [s. l.], Año 4, v. 7, marzo 1993, p. 23-58.

FRIEDMAN, Elisabeth. *Interpreting the Internet: Feminist and Queer Counterpublics in Latin America*. California: University of California Press, 2017.

ITURRALDE, María Eugenia; PEREZ, Patricia. #Ni Una Menos en Olavarría. *In: JORNADAS DE ESTUDIOS DE GÉNERO Y FEMINISMOS*, 4., 2016; CONGRESO INTERNACIONAL DE IDENTIDADES, 2., 2016, Ensenada. *Anais [...]*. La Plata, ARG: UNLP, 13-15 de abril de 2016. Siglas dos eventos: CINIG e IDIHCS.

LA CASA DEL ENCUENTRO. [Datos del] Observatorio de Femicidios Adriana Marisel Zambrano, sobre la base de información de diarios nacionales y regionales. Buenos Aires, ARG, 2009. Disponible en: <http://www.lacasadelencuentro.org/femicidios02.html>. Acceso en: 14 enero 2018.

LASEN, Amparo. Autofotos: subjetividades y medios sociales. *In: CANCLINI, N.; CRUCES, F.; CASTRO POZO, M. (coord.). Jóvenes, Culturas urbanas y redes digitales*. Buenos Aires: Ariel, 2012, p. 253-272.

LAUDANO, Claudia. Visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres en Argentina (1983-2009). *Revista Derecho y Ciencias Sociales*, La Plata, ARG., n. 3, octubre 2010, p. 88-110. Disponible en: https://revista.dcs.jursoc.unlp.edu.ar/images/r3_5_laudano.pdf. Acceso en: 4 enero 2018.

LAUDANO, Claudia. Entre las redes sociales y el #FeminismoLoHizo. *In: AA.VV. #NiUnaMenos Vivxs nos queremos*. 1 ed. Buenos Aires: Milena Caserola, 2015, p. 252-258.

LAUDANO, Claudia. Feministas en 'la red'. Reflexiones en torno a las potencialidades y restricciones de la participación en el ciberespacio. *In: ROVETTO, Florencia; FABBRI, L. (comp.). Sin feminismo no hay democracia: género y ciencias sociales*. Rosario: Último Recurso, 2016, p. 31-54.

LOKEN, Meredith. #BringBackOurGirls and the Invisibility of Imperialism. *Feminist Media Studies*, [s. l.], año 14, n. 6, p. 1100-1101, 2014. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2014.975442>. Acceso en: 4 enero 2018.

LOZA, Susana. Hashtag feminism, #SolidarityIsForWhiteWomen, and the other #FemFuture. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, [s. l.], n. 5, 2014. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.7264/n337770v>. Acceso en: 4 enero 2018.

MEME Pienso/Me hago una selfie/La subo al face/Es megusteadá/ Luego existo". ago. 2015. Twitter: @niunamenos. Disponible en: <https://twitter.com/niunamenos>. Acceso em: 20 marzo 2019.

MIGUEL, Ana de; BOIX, Montserrat. Los géneros de la red: los ciberfeminismos. In: NATANSOHN, Graciela (coord.). *Internet en código femenino*. Buenos Aires: La Crujía, 2013, p. 37-73.

NI UNA MENOS. NUMArgentina, ago. 2015. Twitter: @niunamenos. Disponible en: https://twitter.com/niunamenos_. Acceso em: 20 marzo 2019.

OCAMPO, Irene; De CICCIO, Gabriela. Rima. Una experiencia de comunicación feminista alternativa. In: GERBER, Elisabet (comp.). *Género y Comunicación*. Las mujeres en los medios masivos y en la agenda política. Argentina: Friedrich Ebert, 2003, p. 29-33.

NACIONES UNIDAS. *Resolución 50/134, el 17 de diciembre de 1999*. Celebra anualmente cada 25 de noviembre, en memoria de Patria, Minerva y María Teresa Mirabal, asesinadas durante la dictadura de Trujillo. En 1981 se celebró en Bogotá, Colombia, el Primer Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe, donde se decidió marcar el 25 de noviembre como el Día Internacional de No Violencia contra las Mujeres, recordando el asesinato de las hermanas Mirabal. [S. l.]: CEPAL, 1999. Disponible en: <https://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/mujer/noticias/noticias/6/41756/P41756.xml&xsl=/mujer/tpl/p1f.xsl>. Acceso en: 14 enero 2018.

RODINO-COLOCINO, Michelle. #YESALLWOMEN: Intersectional mobilization against sexual assault is radical (again). *Feminist Media Studies*, [s. l.], año 14, n. 6, p. 1113-1115, 2014. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2014.975475>. Acceso en: 4 enero 2018.

ROSALES, María Belén; RIMARO, Ana. Activismo feminista en la red. Usos y apropiaciones del espacio virtual. Tesis (Licenciatura en Comunicación Social) – Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2009.

TILLY, Ch.; WOOD, Lesley. *Los movimientos sociales, 1768-2008*. Desde sus orígenes a Facebook. Barcelona: Crítica, 2010.

TOMOYOSE, Guillermo. Del mundo on line a la marcha: el mapa con las repercusiones de #NiUnaMenos. Twitter: @niunamenos. junio 2015. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1798516-del-mundo-on-line-a-la-marcha-el-mapa-con-las-repercusiones-de-niunamenos-en-twitter>. Acceso en: 21 marzo 2016.

VAN DIJCK, Jose. *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2016.

VAN HOUSE, Nancy. Collocated photo sharing, story-telling, and the performance of self. *International Journal of Human-Computer Studies*, [s. l.], año 67, p. 1073-1086, 2009.

ZAFRA, Remedios. *(h)adas: Mujeres que crean, programan, prosumen, teclean*. Madrid: Páginas de Espuma, 2013.