

Ni Una Menos: el grito en común

Universidad Nacional de La Plata

Facultad de Periodismo y Comunicación Social



Trabajo Integrador Final de Investigación

Ni Una Menos: el grito en común

La estrategia comunicacional de la movilización que marcó un hito en la lucha por los derechos de las mujeres en la Argentina

Directora: Lic. María Laura Ferrandi – Asesora: Lic. Antonela Fric

Estudiantes: Noelia Belén Díaz (legajo 17448/2) y Alejandro Hernán López (legajo 19100/3)

Sede: Néstor Carlos Kirchner, La Plata – Fecha de presentación: octubre de 2016

Resumen del TIF: La primera edición de la movilización contra la violencia de género Ni Una Menos reunió alrededor de 250 mil personas en la ciudad de Buenos Aires, el 3 de junio de 2015. Se multiplicó en más de 120 puntos del país. Hubo manifestaciones con decenas de miles de asistentes y otras con cien, en ciudades y pueblos. Este trabajo analiza las estrategias para la coordinación, comunicación y visibilización de esta convocatoria.

Para todas las mujeres que luchan.

“Que nada nos limite. Que nada nos defina. Que nada nos sujete.

Que la libertad sea nuestra propia sustancia.”

Simone de Beauvoir

Gracias a nuestra directora María Laura Ferrandi, nuestra asesora Antonela Fric, la secretaria de Género de nuestra facultad Flavia Delmas, la Biblioteca de la Legislatura de la Provincia de Buenos Aires, la Biblioteca Pública de nuestra universidad, nuestra facultad en su conjunto y las organizadoras de Ni Una Menos, en especial aquellas a quienes entrevistamos: Cecilia Palmeiro, Florencia Abbate, Gabriela Comte, Luciana Peker, María Pía López, Mercedes Funes, Sabrina Cartabia y Soledad Vallejos.

Gracias a todxs lxs que formaron parte de esta etapa.

A mis amigxs, que siempre están aguantando el corazón.

A mi familia, por confiar en mí y ayudarme en este sueño.

A Simón, por ser mi fiel compañero.

A mis ángeles.

Gracias, Cielo.

Noe

Gracias a Rocío.

Ale

Índice

❖ Título	1
➤ Subtítulo	1
❖ Breve descripción del proyecto	1
➤ Tema	1
➤ Problema	1
➤ Preguntas	1
➤ Contextos	1
➤ Referente empírico	3
❖ Palabras clave	3
❖ Área temática	3
❖ Objetivos generales y específicos	4
➤ Objetivo general	4
➤ Objetivos específicos	4
▪ Objetivos cognitivos	4
▪ Objetivos procedimentales	5
❖ Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales	5
❖ Metodología	6
❖ Análisis e interpretaciones	7
➤ Introducción	7
➤ Lógica de redes	11
➤ Sociedad global, lucha en red	14
➤ Comunidad de conocimientos	16
➤ De las masas a las multitudes	20
➤ Realidad transmediática	23
➤ Convocatorias anónimas, identidades múltiples	26
➤ Movimientos sociales e intervención política	30

➤ Nuevos modos de organización y acción colectiva	34
➤ Subjetividad y ciudadanía en los nuevos movimientos sociales	38
➤ Estrategias y tácticas	40
➤ Nuevas subjetividades espacio-temporales	45
➤ Diversificación de las estrategias de acción colectiva y la estética de la protesta	48
➤ Retórica	51
➤ Documento difundido por Ni Una Menos el 3 de junio de 2015	56
➤ Utopías digitales	59
➤ Intelecto colectivo	62
➤ Incidencia política	65
➤ Escenario de la comunicación como ámbito de incidencia	69
➤ Estrategias de comunicación para la incidencia	72
➤ Segundo documento difundido por Ni Una Menos	75
▪ El llamado	75
▪ Multitudes	75
▪ La hospitalidad	76
▪ El sentido	76
▪ Efectos y deudas	77
❖ Reflexiones finales	79
❖ Bibliografía	81

Trabajo Integrador Final de Investigación

1) Título: Ni Una Menos: el grito en común

Subtítulo: La estrategia comunicacional de la movilización que marcó un hito en la lucha por los derechos de las mujeres en la Argentina

2) Breve descripción del proyecto

Tema: Las estrategias para la coordinación, comunicación y visibilización de la convocatoria contra la violencia de género Ni Una Menos.

Problema: ¿Cuáles fueron las estrategias para la coordinación, comunicación y visibilización de la convocatoria contra la violencia de género Ni Una Menos?

Preguntas:

- ¿Qué es Ni Una Menos?
- ¿Cómo surgió la convocatoria Ni Una Menos?
- ¿Cuáles son los objetivos comunicacionales y políticos de Ni Una Menos? ¿Se alcanzaron o el efecto es diferente?
- ¿Cuáles son los destinatarios del mensaje de Ni Una Menos?
- ¿Qué lenguaje emplea Ni Una Menos para comunicar sus mensajes?
- ¿Qué canales de comunicación emplea Ni Una Menos? ¿Por qué esos y no otros?
- ¿Cómo coordinan sus tareas las organizadoras?
- ¿Cómo gestionan las redes sociales de Ni Una Menos? ¿Qué influencia tienen las redes sociales en la masividad de la convocatoria?
- ¿Cómo lograron la transversalidad y masividad de la convocatoria?
- ¿Cómo se financia Ni Una Menos?
- ¿Cómo planificaron la convocatoria para el 3 de junio de 2015?
- ¿Cómo se encargaron de la logística que requirió el acto del 3 de junio de 2015?
- ¿Qué postura adoptaron ante el apoyo de celebridades polémicas?
- ¿Cómo acordaron el contenido de los cinco puntos del compromiso de políticas públicas y los documentos que presentaron el 3 de junio de 2015 y un mes después?
- ¿Cómo eligieron a las personalidades que leyeron el documento de Ni Una Menos en la Plaza del Congreso el 3 de junio de 2015?
- ¿Cómo se vinculan con organizaciones que promueven la defensa de los derechos de las mujeres, organismos del Estado, políticos, la prensa y víctimas de la violencia de género?
- ¿Cómo se pronuncian con respecto a la despenalización del aborto?
- ¿Cómo sigue Ni Una Menos? ¿Cuáles son los proyectos?

Contextos

En primera instancia, la relevancia de esta investigación se encuentra en el hecho de que “en la Argentina, cada 30 horas asesinan a una mujer sólo por ser mujer. En ocho años

suman 2.094 femicidios. Sólo en 2015 fueron asesinadas 286 mujeres por odio de género. De ellas, 23 tenían entre 13 y 18 años; 92, entre 31 y 50. 74 murieron en sus casas y 69 en viviendas compartidas. 21 estaban embarazadas, 39 habían denunciado malos tratos, cuatro habían obtenido orden de exclusión del hogar o de restricción de acercamiento para su agresor. Ocho de cada 10 conocía a su agresor, en el 34 por ciento de los casos era su esposo, pareja o novio; en el 22 por ciento era su ex. De los homicidas registrados, 10 pertenecían o eran exmiembros de fuerzas de seguridad. 200 chicos quedaron sin mamá, 330 si se cuenta a los hijos que no son menores de edad. En cantidad de femicidios cada mil habitantes, Tierra del Fuego tiene 2,36; Salta, 1,73; Santiago del Estero, 1,48; y Misiones, 1,45” (Observatorio de Femicidios en la Argentina Adriana Marisel Zambrano, 2015: 1).

“De 60 mil casos que recibió la Oficina de Violencia Doméstica de la Corte Suprema de Justicia de la Nación en siete años, sólo en uno se comprobó judicialmente que la denunciante mintió. Un tercio de las 2.725 consultas que recibió durante 2014 la Defensoría General de la Nación –que brinda patrocinio jurídico en causas no penales, en la ciudad de Buenos Aires– fueron por la violencia de género. La Ley 26.485 dispone que se haga un informe interdisciplinario que evalúe daños y riesgos, pero según el relevamiento de la DGN sólo en uno de cada cinco casos se hace. En casi dos tercios de los expedientes, el juez no hace audiencias con las dos partes por separado luego de adoptar medidas de protección –botón antipánico, cerco perimetral, exclusión del hogar–. Si las hace, no respeta la modalidad que fija la Ley 26.485: que sean por separado. Tres de cada 10 mujeres patrocinadas denuncian incumplimiento de las medidas de protección. En una cuarta parte de los casos hubo nuevas agresiones. El 86,23 por ciento de las denunciadas no convivía con el agresor. El 80 por ciento había convivido. Dos de cada tres mujeres manifestaron que luego de separarse aumentó la violencia” (Rodríguez, 2015: 291-292).

“En el Informe Nacional Beijing+20 de 2014 se menciona la existencia de casas-refugio en 12 de las 24 jurisdicciones nacionales, incluida la ciudad de Buenos Aires. En septiembre de 2012 se anunció la firma de un convenio entre el Consejo Nacional de las Mujeres y el INDEC, a través del cual ambos organismos se comprometían a llevar adelante la elaboración de un registro único de casos de violencia contra las mujeres en todo el territorio nacional. A la fecha, continúa en proceso de elaboración. El presupuesto que se destina al Consejo Nacional de las Mujeres para llevar adelante las responsabilidades que la Ley 26.485 le asigna es insuficiente. En 2014 representó tan sólo el 0,0018 por ciento del total del presupuesto nacional. El Estado nacional invirtió ese año tan sólo 0,80 pesos por mujer para erradicar la violencia de género” (Instituto de Investigación Social, Económica y Política Ciudadana, 2015: 3).

Por otra parte, cabe mencionar que la temática ya está instalada en la agenda social y mediática. De hecho, en los meses previos a la primera movilización Ni Una Menos los medios masivos de comunicación se hicieron eco de una notable seguidilla de femicidios. Entre ellos figuran el asesinato de Melina Romero –17 años, San Martín–, Lola Chomnalez –15 años, Uruguay–, Daiana García –19 años, Lavallol–, Laura Vásquez Provoste –23 años, San Martín

de los Andes–, Agustina Salinas –26 años, Puerto Madero–, María Eugenia Lanzetti –45 años, Córdoba–, Gabriela Parra –49 años, Caballito–, Chiara Páez –14 años, Santa Fe–.

La primera edición de la convocatoria Ni Una Menos reunió alrededor de 250 mil personas en la ciudad de Buenos Aires. Se multiplicó en más de 120 puntos del país. Hubo manifestaciones con decenas de miles de asistentes y otras con cien, en ciudades y pueblos (Rodríguez, 2015).

Referente empírico

El 3 de junio de 2015, cientos de miles de personas salieron a la calle en distintos puntos de la Argentina, movilizadas con la consigna “ni una menos”. 23 días antes, un grupo de periodistas, artistas, investigadoras y activistas había difundido por Twitter la convocatoria. “Basta de femicidios”, fue el llamado: “sólo por ser mujer cada 30 horas una mujer es asesinada en nuestro país” (Observatorio de Femicidios en la Argentina Adriana Marisel Zambrano, 2015: 1). El reclamo común amparaba sentidos plurales e incluso disidentes.

Las organizadoras se trazaron como meta trascender el debate ideológico que suele tener la causa y poder llegar con una proclama feminista puntual a la agenda pública. La manera de hacerlo era a través de una estrategia comunicacional de alcance y con lógicas de producción del sentido masivas. Por eso, trabajaron en la simplificación del mensaje.

En este trabajo se abordan las estrategias para la coordinación, comunicación y visibilización llevadas adelante en esta convocatoria. El mismo está orientado al estudio de la campaña, en lo que respecta a sus mecanismos de producción de mensajes, comunicación y organización, para distribuir masiva y rápidamente información, mantenerse en contacto, debatir, coordinar estrategias de reflexión y de acción y visibilizar las problemáticas de género, particularmente las referidas a la violencia hacia las mujeres.

El análisis se concentra desde el 11 de mayo hasta el 3 de junio de 2015. La primera fecha corresponde al día en que se inició la campaña vía Twitter y la última es cuando se concretó la primera movilización en distintos puntos del país. La finalidad de este escrito no es una acción práctica, sino que su prioridad es generar algún tipo de conocimiento nuevo.

Las organizadoras de la convocatoria Ni Una Menos residen en la ciudad de Buenos Aires, pero su cobertura de acción es en principio nacional, y alcanza también a otros países. Cabe mencionar que el acercamiento que se realiza respecto de este grupo, que cuenta con una veintena de miembros, no abarca a la totalidad de sus participantes. Para esta investigación se han efectuado entrevistas con algunas de las integrantes más representativas.

3) Palabras clave: Comunicación/cultura - Incidencia política - Internet - Movimiento social - Violencia de género

4) Área temática

Este trabajo se enmarca dentro del programa de investigación denominado “Comunicación, Prácticas Socioculturales y Subjetividad”.

“Abordar la comunicación desde las prácticas socioculturales implica asumir como punto de vista la relación comunicación/cultura. En esta relación, es la barra la que habla de la imposibilidad de un tratamiento por separado de la comunicación y la cultura, pero entendiéndose a la cultura no sólo desde sus implicancias simbólicas sino como campo donde se libran distintas luchas por el significado de la experiencia, de la vida y del mundo. Unas luchas que no son sólo de sentido, sino también materialmente sociopolíticas, que conectan los estudios culturales de la comunicación con los procesos de contestación, de impugnación y de movilización social” (Archenti, 2004: 1).

Este escrito comulga con “una mirada propia de la comunicación desde una perspectiva sociocultural, siendo capaz de: desnaturalizar discursos e imaginarios hegemónicos, reconociendo la producción de sujetos en ellos, interpelados por ellos en esa construcción de hegemonía; des-inocentar el lenguaje de los estudios culturales, situándolos en el contexto material e histórico de las culturas populares latinoamericanas y asumiendo las tradiciones latinoamericanas en ese sentido; articular los desarrollos teóricos con una perspectiva crítica, lo que implica retomar una mirada sobre el poder, la ideología y la hegemonía; y finalmente, articular las biografías particulares con la historia y las pequeñas tácticas del hábitat con las grandes estrategias sociopolíticas” (Archenti, 2004: 1).

Específicamente la comunicación con perspectiva de género es crucial, ya que se trata de una opción política para develar la posición de desigualdad y subordinación de las mujeres en relación a los varones. Esta investigación intenta aportar un nuevo conocimiento en el campo de los estudios de género, a partir del abordaje de las estrategias para la coordinación, comunicación y visibilización que la convocatoria contra la violencia de género Ni Una Menos desarrolló para el logro de sus objetivos.

5) Objetivos generales y específicos

Objetivo general

- Analizar las estrategias para la coordinación, comunicación y visibilización de la convocatoria contra la violencia de género Ni Una Menos, que se desarrolló entre el 11 de mayo y el 3 de junio de 2015.

Objetivos específicos

Objetivos cognitivos

- Observar los elementos que componen la estrategia comunicacional de la convocatoria: el mensaje, los canales, el público, entre otros.
- Analizar qué representaciones atraviesan el accionar de las organizadoras de esta campaña, en relación a las problemáticas de género.
- Explorar los modos de comunicación y de intercambio dentro de la comisión organizadora y hacia afuera.
- Indagar cómo se apropian de las tecnologías de la información y de la comunicación las organizadoras, en pos de colaborar en la lucha contra la violencia de género.

- Investigar con qué recursos materiales llevan adelante la difusión de las demandas y reivindicaciones de género.

Objetivos procedimentales

- Hacer un relevamiento documental, tanto de bibliografía alusiva a la temática como de la cobertura mediática que recibió la convocatoria Ni Una Menos.
- Planificar y realizar entrevistas con organizadoras de la campaña.

6) Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales

Desde los comienzos de la década del 80 se produjo en América Latina un movimiento de ruptura en la investigación de la comunicación que puede resumirse en el propósito de recuperar las prácticas de la comunicación al articular el análisis de los modos de hacer comunicación con los de producción de la vida y la cultura. En este sentido, se enmarca el trabajo a partir de la perspectiva comunicación/cultura (Schmucler, 1984).

Este trabajo es guiado a partir de la teoría o los ejes de los estudios culturales en América Latina, al retomar el aporte de autores como Jesús Martín-Barbero. Él afirma que “lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías –las etnias y las razas, las mujeres, los jóvenes o los homosexuales– demandan no es tanto ser representados, sino reconocidos: hacerse visibles socialmente, en su diferencia” (2001: 22).

Rossana Reguillo aborda el tema de la visibilidad como uno de los debates fundamentales para los movimientos sociales contemporáneos. Es “un problema clave para el sostenimiento de identidades, proyectos y conflictos en el ámbito de lo que ha dado en llamarse ‘opinión pública’, la que suele reducirse a la anónima y generalmente inasible percepción ciudadana de los acontecimientos locales, nacionales o internacionales” (2000: 76).

“Se han modificado las formas de hacer política, se transforman los modos de participación en la sociedad y hay nuevas metodologías para la incidencia en lo público. [...] La comunicación, entendida como la compleja trama de estrategias, medios y productos, es uno de los escenarios donde se dirime la lucha política y dentro del cual todos los actores buscan desarrollar acciones que aporten a sus propósitos posicionándose como protagonistas de la lucha por el poder” (Uranga, 2014: 2).

Por otra parte, en el nuevo tejido social que se constituye a través de la red, adquiere centralidad el momento de abordar el estudio de Internet como medio masivo. Para Néstor García Canclini: “Lo que hace la eficacia del espacio virtual no es el poder de las tecnologías de la información, sino su capacidad de recrear, acelerar, amplificar y profundizar tendencias o estructuras de la sociedad” (1989: 14).

Con respecto al género como categoría social, es una de las contribuciones teóricas más significativas del feminismo contemporáneo. Las elaboraciones históricas de los géneros son sistemas de poder, con un discurso hegemónico, y pueden dar cuenta de la existencia de los conflictos sociales (Gamba, 2008). La Ley 26.485 define la violencia contra las mujeres como: “Toda conducta, acción u omisión que de manera directa o indirecta, en el ámbito público y/o en el privado, basada en una relación desigual de poder, afecte su vida, libertad,

dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, así como también su seguridad personal" (2009: 3).

En esta investigación se emplea siempre el término "femicidio" y no "feminicidio", para no ingresar en "el debate sobre estas dos expresiones, que se ha extendido llegando incluso a los argumentos lingüísticos a favor y en contra de una u otra. Si bien se observa una coexistencia relativamente pacífica de las voces 'femicidio' y 'feminicidio' en Latinoamérica, considerando al elemento impunidad –y por tanto, responsabilidad estatal– como principal diferenciador entre ambas, el cuestionamiento a la validez de una u otra expresión por parte de ciertas autoras dificultan actualmente la posibilidad de acercarse a un consenso en el plano teórico y político" (Toledo Vásquez, 2009: 28).

Finalmente, cabe aclarar que en este escrito tampoco se habla de "femigenocidio" porque esta categoría se reserva para "los crímenes que, por su cualidad de sistemáticos e impersonales, tienen por objetivo específico la destrucción de las mujeres –y los hombres feminizados– solamente por ser mujeres y sin posibilidad de personalizar o individualizar el móvil de la autoría ni la relación entre perpetrador y víctima" (Segato, 2012: 24).

7) Metodología

Este trabajo aborda el campo empírico utilizando el método cualitativo de investigación. Sintéticamente la autora Gloria Pérez Serrano lo describe: "El método cualitativo se interesa en comprender la conducta humana desde el propio marco de regencia de quien actúa; es subjetivo, próximo a los datos, con una perspectiva interna, fundamentada en la realidad; exploratorio, expansionista, descriptivo e inductivo, orientado al proceso, con datos reales, ricos y profundos; y asume una realidad dinámica" (1994: 165).

La principal herramienta metodológica utilizada en el presente escrito es el análisis de la información recabada a través de entrevistas. Se realiza un tipo particular de reportaje: el que Miguel Valles denomina "entrevista basada en un guión" (1997: 24). Se caracteriza por la preparación de un guión de tópicos a tratar, pero con libertad por parte de quienes entrevistan para ordenar, formular y reformular las preguntas a lo largo del encuentro. Esto propicia que en los reportajes se complementen y retroalimenten las inquietudes que le surge a cada entrevistador, de acuerdo a su particular recorrido relativo a las temáticas que involucra este trabajo.

Otra herramienta metodológica que se emplea es el relevamiento documental, tanto de bibliografía alusiva al tema como de la cobertura mediática que recibió la campaña Ni Una Menos. Los medios de comunicación que se relevan son las ediciones impresas de los periódicos *Clarín* y *Página/12*, publicadas entre el 11 de mayo y el 12 de junio de 2015.

Además, se analizan los factores que dan cuenta de las repercusiones de la convocatoria con posterioridad a la movilización del 3 de junio de 2015. Para ello se hace hincapié en las políticas públicas surgidas a partir de Ni Una Menos y en los cambios acontecidos en la cobertura mediática.

Este escrito se presenta bajo la forma de un relato coral que intercala las reflexiones de los autores de la teoría referida al tema con los testimonios de las organizadoras de Ni Una Menos que fueron obtenidos en los reportajes realizados para esta investigación en junio de este año. Esto está inspirado en una idea de Walter Benjamin, cuya “máxima ambición era producir un trabajo que se compusiera enteramente de citas” (Benjamin, 2007: 10). Además, este recurso narrativo posibilita la concreción de un diálogo que articula la teoría y la práctica acerca de los distintos tópicos.

Cabe mencionar que a lo largo del análisis se incurre en ciertas reiteraciones conceptuales con el fin de clarificar y reforzar ideas, sin caer en redundancias. Esto se debe a que todo el escrito procura estar en consonancia y ser coherente con el espíritu de Ni Una Menos, en su búsqueda de transversalidad y de ser accesible para todos y todas.

8) Análisis e interpretaciones

Introducción

En esta investigación se estudia la movilización Ni Una Menos. Para ello se describe su origen y desarrollo, y su impacto mediático y político. Se parte de reconocer la comunicación como escenario, como estrategia y como planificación de medios y productos.

“Para definir los medios, puede recurrirse a la historiadora Lisa Gitelman, que ofrece un modelo de medios que funciona en dos niveles: en el primero, un medio es una tecnología que posibilita la comunicación; en el segundo, un medio es un conjunto de ‘protocolos’ asociados o prácticas sociales y culturales que se han desarrollado en torno a dicha tecnología. Los sistemas de distribución son única y exclusivamente tecnologías; los medios son también sistemas culturales” (Jenkins, 2008: 24).

“Ni Una Menos salió del gueto de grupos feministas minúsculos a la agenda pública, las tapas de los diarios, los medios. Probablemente las mujeres dentro de los medios hegemónicos empezaron a ver que ese tratamiento estigmatizador y que culpabiliza a las víctimas era una cosa contra ellas mismas. Hubo una toma de conciencia. Quedó claro que lo personal es político, no es individual. La violencia no es un fenómeno individual, entonces no puede ser tratada como un crimen pasional o crímenes individuales” (Sabrina Cartabia, organizadora).

“Una vez que un medio se establece satisfaciendo alguna exigencia humana fundamental, continúa funcionando dentro de un sistema más vasto de opciones comunicativas. [...] Cada viejo medio se vio forzado a coexistir con los medios emergentes. [...] Los viejos medios no están siendo desplazados. Antes bien, sus funciones y estatus varían con la introducción de las nuevas tecnologías” (Jenkins, 2008: 25).

“En la Argentina pasa algo que no pasa en otros países: hay mucho periodista en las redes sociales, hinchando todo el tiempo. A veces eso tiene algo malísimo y es que un montón de colegas directamente afanan de ahí, lo toman como propio, no chequean, usan las fotos en los medios. Pero, a la vez, es como si fuera una gran redacción ampliada. Tengo mucho contacto fluido con colegas que no veo nunca, que conocía de nombre o que nunca me hubiera cruzado. Eso genera una circulación de información muy interesante. Creo que no pasa en otro

país, no es tan así. Entonces es un lugar clave para que algo se amplifique en algunos ámbitos. Creo que funcionó mucho para esto. Por supuesto que se prendió gente que no era colega. Esa circulación permitió sostenerlo, que otros colegas lo tomaran, que les resultara fácil acceder a información. Creo que aceptó bastante. No digo que Twitter lo haya provocado exclusivamente. Había condiciones, como en química. Había algo. Si no, no hubiera prendido tan así” (Soledad Vallejos, organizadora).

“La convergencia mediática es más que un mero cambio tecnológico. [...] Altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público. Se altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información [...]. La convergencia implica un cambio tanto en el modo de producción como en el modo de consumo de los medios” (Jenkins, 2008: 26-27).

“Ni Una Menos implica la posibilidad de muchas mujeres de darse cuenta de que no están solas. Ese momento en que la lucha contra la violencia toma un estado público mucho mayor en redes sociales y en medios de comunicación, genera un antes y un después” (Luciana Peker, organizadora).

El presente trabajo tiene por objetivo observar las transformaciones en las prácticas sociales y en la práctica política que promueve el movimiento social Ni Una Menos. Este se apropia de las tecnologías de la información y la comunicación –TIC– en su lucha por los derechos de las mujeres.

“En los últimos tiempos, se ha producido la emergencia de un gran número de protestas sociales que parecieran estar alterando el mapa geopolítico, las estructuras de poder y de expresión de la opinión pública de un lado al otro del planeta. Estos movimientos, diferentes entre sí en origen, contexto político y social, desarrollo, objetivos, integrantes y resultados, guardan una similitud: se expresan con la toma del espacio público por parte de multitudes autoconvocadas y autoorganizadas, fundamentalmente a través de las tecnologías de la información y la comunicación –TIC–” (Haro Barba, 2011: 1).

“El día que el novio mata a Chiara Páez, que era una chica embarazada de 14 años, de Rufino –Santa Fe–, Marcela Ojeda dijo en Twitter: ‘Basta. Mujeres, periodistas, artistas, nos tenemos que unir. Nos están matando. ¿No vamos a hacer nada?’. Entonces 10 mujeres, la mayoría periodistas, reaccionamos inmediatamente a ese tuit –mensaje que se envía a través de Twitter–. Nos pusimos a hablar y una dijo: ‘Me imagino una marcha con referentes de todos los ámbitos’. ‘Sí, armémosla’. ‘¿En cuánto tiempo?’. ‘Necesitamos un par de semanas para poder organizarnos’. ‘¿Qué día?’. ‘Necesitamos que sea un día que no tengamos cierre en las revistas’. Así surge eso. De ahí pasamos a un chat privado donde decidimos el *hashtag* #NiUnaMenos. Nos apoyamos en que tres de las chicas, Hinde Pomeraniec, Ingrid Beck y Soledad Vallejos, habían participado en marzo del año pasado de una maratón de lecturas donde habían convocado a algunos familiares y se había leído contra los femicidios, bajo la consigna ‘ni una menos’, que es una consigna tomada de una poetiza latinoamericana a quien terminaron asesinando” (Mercedes Funes, organizadora).

“A principios de la década del 90, Diana Russell y Jane Caputi incluyen en el concepto de ‘femicidio’ las muertes violentas de mujeres que se ubican en el extremo de un *continuum* de violencia, que incorpora muchas más formas que la que se da en el ámbito privado o íntimo. En efecto, ya desde esta primera formulación, ‘femicidio’ surge como expresión para evidenciar que la mayoría de los asesinatos de mujeres por parte de sus maridos, novios, padres, conocidos y también los cometidos por desconocidos, poseen un sustrato común en la misoginia. Son crímenes que constituyen, a juicio de las autoras, ‘la forma más extrema de terrorismo sexista, motivada por odio, desprecio, placer o sentimiento de propiedad sobre las mujeres’. Es, por tanto, un concepto que surge con una intención política: develar el sustrato sexista o misógino de estos crímenes que permanece oculto cuando se hace referencia a ellos a través de palabras neutras como homicidio o asesinato” (Toledo Vásquez, 2009: 24).

Por otra parte, un *hashtag* es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por un numeral. Se usa en redes sociales como Twitter, Facebook o Instagram para señalar un tema sobre el que gira cierta conversación.

“Las tecnologías de la comunicación son sociales por los valores que imprimen a sus productos, por los procesos de consumo que desatan, por las concatenaciones que establecen con otras tecnologías dentro de lo que Pierre Lévy denomina ‘la red sociotécnica’. [...] Las tecnologías de la comunicación son cognitivas, por cómo transforman nuestra percepción del mundo, por la capacidad de reprogramarnos como usuarios, por lo que nos dejan –y no nos dejan– hacer. Una de las frases célebres de Marshall McLuhan asegura: ‘Primero modelamos nuestros instrumentos, después ellos nos modelan a nosotros’” (Scolari, 2008:14).

“Lo que también tiene Ni Una Menos es que nos llevó a repensar nuestras prácticas, las nuestras como periodistas. Muchas del equipo empezaron trabajando en periodismo en crónica policial, donde se decía ‘crimen pasional’. Todas esas cosas han ido cambiando y nosotras nos damos cuenta todavía hoy cuando un medio trata mal un tema. Igual es diferente, de a poco la sociedad está haciendo sus distintas lecturas y empezando a entender las cosas de otra manera. Cuando hay un título fuera de lugar en un diario, en seguida salta en las redes sociales y tienen que cambiarlo. Cuando hay campañas publicitarias misóginas, en seguida hay un termómetro que te dice: ‘No. No vayas por ahí’. En la Argentina de hace unos años, uno no podría haberse imaginado que una empresa tuviera que levantar una campaña publicitaria por la presión de la gente porque la campaña era misógina” (Mercedes Funes, organizadora).

“Las TIC han creado una nueva lógica espacial, los flujos frente a los lugares, que cobra sentido en un mundo globalizado, donde mercados, sociedades y culturas se vinculan a través de una comunicación a gran escala. En este contexto, las TIC se han convertido en herramienta fundamental de contrapoder, ya que han permitido crear un modelo globalizado alternativo. Dicho modelo respondería a una propuesta ‘desde abajo’ de nuevos movimientos sociales con vocación global, pero no excluyente de lo particular; es decir, que asimilan lo local como nodos operativos de una red universal, ‘movimientos glociales’” (Haro Barba, 2011: 1-2).

“Ni Una Menos es una herramienta para el movimiento de derechos de las mujeres. Creo que hay que participar y apoyar, porque una movilización tan masiva es lo que después, a

cada una de las mujeres que trabajamos en otros ámbitos, nos permite decir: 'Toda esa movilización social nos respalda para exigirles a nuestros compañeros de militancia, a los lugares en los que trabajamos, hacer cambios en el sentido de esta urgencia social'. Es una movilización social que todas las mujeres que venimos militando y eligiendo trabajar en este camino podemos capitalizar, en función de seguir metiendo las demandas que existen y que hasta hace poco tiempo eran muy subvaloradas. Ahora estamos pudiendo asomar la cabeza, pero todavía faltan los recursos" (Sabrina Cartabia, organizadora).

En la Argentina, la convocatoria Ni Una Menos se ha convertido en el último y máximo exponente de las multitudes autoconvocadas y autoorganizadas a través de la red. El 3 de junio del año pasado y de este año, cientos de miles de personas se congregaron en plazas de todo el país, haciéndose visibles ante los gobernantes y la opinión pública. Se exige el fin de los femicidios. El objetivo de fondo es acabar con la violencia machista en todas sus formas.

La primera movilización Ni Una Menos fue convocada y organizada en tres semanas y dos días, por una veintena de periodistas, escritoras y activistas. Este grupo está compuesto por dos subgrupos: las 10 de Twitter y las de Fecebook, que son más de 10. Pero "Ni Una Menos no nació de un repollo y el movimiento de mujeres en la Argentina, la lucha contra la violencia y el periodismo con perspectiva de género no empezaron el 3 de junio del año pasado. Sin embargo, creo que sí marca un antes y un después en que logró tener una continuidad y no fue un volcán que se apagó. Sí tiene una continuidad dentro del movimiento de mujeres" (Luciana Peker, organizadora).

"La primera acción que se llamó Ni Una Menos la hicimos con algunas chicas que después no estuvieron en la organización de las marchas. La primera que hicimos con ese nombre fue una maratón de lectura en la Plaza Spivacow, que está atrás del Museo del Libro y de la Lengua de la Biblioteca Nacional. Selva Almada –escritora– me había dicho: 'Hagamos algo ya', porque Daiana García había aparecido asesinada en marzo del año pasado. Fue una idea de Selva. Nosotras ya habíamos organizado una maratón a favor del aborto, así que llamamos a una nueva maratón a fines de marzo y lo pusimos en Facebook. Ahí sucedió el primer vínculo con los familiares, porque fueron el papá de Wanda Taddei, la mamá de Lola Chomnalez. Se armó una primera estrategia. Eso surgió de las que después quedamos como 'el grupo de Facebook'" (María Pía López, organizadora).

En marzo del año pasado Daiana Ayelén García, de 19 años, salió de su casa en La Paternal para ir a una entrevista de trabajo en Palermo. Su cuerpo apareció semidesnudo, en una bolsa, con una media en la boca, al borde de una ruta en Lavallol.

Wanda Taddei, de 29 años, fue asesinada por su esposo, el músico Eduardo Vázquez, en 2010. En diciembre de 2014 mataron a Lola Chomnalez, de 15 años, en Uruguay. Todavía se desconoce al autor de este femicidio.

Esta investigación estudia Ni Una Menos como un caso paradigmático dentro de la lucha por los derechos de las mujeres. El movimiento de mujeres de América Latina tomó un significativo impulso en la década del 90, cuando comenzó la llamada "Tercera Ola". En este período dicho movimiento se renovó en su reflexión sobre la identidad femenina, con la

presencia de mujeres jóvenes, y ligado a los movimientos sociales, con una inserción importante en la lucha por los derechos humanos, económicos y sociales, a los que aportó la perspectiva de género. Sin embargo, estas causas impulsadas por distintos colectivos sociales –que incluyen la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, entre otros– no obtuvieron tanto impacto en la opinión pública hasta que se produjo su salto a la red y adquirió las características que tiene Ni Una Menos.

“Cuando lanzamos la convocatoria para el 3 de junio del año pasado imaginamos algo muy pequeño, no algo escalado como pasó. Algunas de las 10 chicas decían: ‘Hagámoslo en un lugar significativo: el Puente de la Mujer en Puerto Madero’. ‘No, el Puente de la Mujer está muy lejos. Si alguien se quiere acercar, no le queda cómodo para llegar hasta allá. Pensemos un lugar que quede medio de paso’. Y así llegó la idea del Congreso. Alguien había dicho a las seis de la tarde. Después fue: ‘No, mejor a las cinco porque es invierno y oscurece muy temprano’. ‘Sí, es verdad’. Todo esto en el transcurso de una hora. Así se resolvió. El primer día ya teníamos eso. Después todo giró en torno a eso” (Soledad Vallejos, organizadora). Es a partir de esa secuencia de tuits cuando el movimiento se amplió, comenzó a organizarse en red y se conformó como un movimiento ciudadano plural, pacifista, horizontal y autoconvocado.

En estas páginas se describe cómo Ni Una Menos usó la comunicación digital, en especial las herramientas de comunicación descentralizadas como las redes sociales. “Se funden las figuras de emisores y receptores, que al resultar intercambiables, otorgan a ambos un papel activo en el proceso. Esto explicaría que los flujos de información cobren la potencia de una autoría y difusión colectivas, adquiriendo así los rasgos de autoconvocatorias sin dirección jerárquica alguna” (Haro Barba, 2011: 3).

Lógica de redes

“En 2004, Antonio Negri y Michael Hardt lanzaron su visión del ‘proyecto de la multitud’, que se asienta sobre la posibilidad de una sociedad democrática global, abierta e inclusiva que estaría promovida por una multitud que lucha por un mundo justo y libre. Quizás actualmente esté produciéndose su gestación, el carácter de las movilizaciones que se suceden por todo el mundo pueden estar dando muestra de ello. Los autores señalan que analizar la naturaleza y las condiciones de la multitud permite ‘identificar las fuerzas reales y creativas que están emergiendo con el potencial para crear un mundo nuevo’” (Haro Barba, 2011: 15).

“Creo que hubo un antes y un después de Ni Una Menos. Mi impresión es que hubo un cambio respecto del umbral de tolerancia de la violencia. Este año lo probamos cuando largamos la campaña de denuncias de situaciones de abuso sexual. La largamos el 25 de mayo. La impresión es que es más fácil que hoy podamos denunciar conductas que estaban toleradas socialmente o que generaban una especie de vergüenza para la víctima. Por lo tanto, lo que estás haciendo es bajar el umbral de lo que es tolerable. Eso me pone muy optimista” (María Pía López, organizadora).

“Este mundo nuevo se gestaría sobre la base del escenario actual, el mundo contemporáneo postindustrial, al que el teórico Manuel Castells define como ‘sociedad red’,

concepto que sustituye al de sociedad de la información, o del conocimiento. [...] ‘El término sociedad red hace referencia a la estructura social resultante de la interacción entre organización social, cambio social y el paradigma tecnológico constituido en torno a las tecnologías digitales de la información y comunicación’” (Haro Barba, 2011: 15).

“Por el tipo de discurso que las chicas podían largar desde Twitter, era más fácil llegar a personas que no tienen un entorno militante, no son militantes ni tienen un activismo respecto de los temas. Nosotras –las de Facebook– estamos mucho más vinculadas a grupos militantes o gente cercana a grupos militantes. No tenemos cómo llegar al que está del todo suelto. Me parece que las chicas sí tenían esa capacidad para llegar a alguien a quien nosotras no vamos a llegar, que es la persona que se levanta y mira la tele” (María Pía López, organizadora).

“Los consumidores [...] ven Internet como un vehículo para la resolución colectiva de problemas, la deliberación pública y la creatividad popular” (Jenkins, 2008: 174).

“El año pasado todo se organizó sobre la marcha porque fue una convocatoria espontánea, en el sentido de que Marcela Ojeda tiró lo de esa fecha y ahí empezó. En el grupo de periodistas que tenían Twitter estaba Hinde Pomeraniec, que había participado de la maratón de lectura que habíamos hecho en la Biblioteca Nacional. Nosotras teníamos un Facebook, que lo habíamos abierto cuando fue lo de la Biblioteca Nacional. Entonces ahí Hinde nos avisó: ‘Usamos el nombre Ni Una Menos para esta convocatoria. Fogoneen también desde Facebook’. Entonces llamé a Carolina Marcucci, que es una amiga diseñadora. Con ella nos pusimos a elaborar una campaña de volantes para darle contenido, que no fuera una cosa tipo Blumberg: salir por un hecho sin ningún reclamo, sin ningún contenido. Entonces empezamos a trabajar en eso y después se armó la primera reunión” (Florencia Abbate, organizadora).

“Hans Enzensberger erige a las nuevas tecnologías de la comunicación en alternativa política. Los nuevos medios son igualitarios porque ‘gracias a un sencillo procedimiento de conmutación, cualquier persona puede participar en ellos’. Los medios están orientados hacia la acción, no hacia la contemplación; hacia el presente, no hacia la tradición. La oposición entre productores y consumidores es impropia de los medios electrónicos” (Scolari, 2008: 152-153).

“En un momento éramos seis o siete atendiendo a la gente en Facebook. Las cosas que nos contaban eran lo más grave y lo que más te hacía bolsa. Cómo ayudarlas era lo que más tiempo llevaba. Eso fue previo a la movilización. Ya nos sabíamos de memoria todos los teléfonos de asistencia para víctimas. Además, muchas veces interactuábamos entre nosotros: ‘Mirá, me llegó este caso. ¿Qué hago?’. Además, la gente generaba mucha empatía. Eso fue muy fuerte y nos excedió. Lo más fuerte era que apareciera una piba diciendo: ‘mi marido me pega; no sé qué hacer’ o ‘estoy escuchando cómo el marido faja a mi vecina todas las noches’. Escuchamos esas historias y tratamos de ayudar. También, pensamos qué pasa con los pibes que son hijos de minas maltratadas. Te encontrás con una historia más difícil que la otra. Y ninguna es asistente social ni abogada. Yo soy editora” (Gabriela Comte, organizadora).

“La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático. Se está aprendiendo a usar ese poder mediante las interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia. [...] La creación colectiva de significados dentro de la cultura

popular está empezando a cambiar los modos de operar de la religión, la educación, el derecho, la política” (Jenkins, 2008: 15).

“La marcha del 3 de junio del año pasado fue un hito y es interesante que haya tenido ese grado de masividad. La causa de las mujeres logró movilizar casi 400 mil personas en el país, unas 250 mil en Buenos Aires y también en más de cien ciudades y pueblos. Lo veo mucho en los adolescentes. La cantidad de escuelas que el año pasado nos mandaban al Facebook: ‘Estamos elaborando nuestros carteles’. Este año también. Por ejemplo, fui a la marcha del 25 de Noviembre, donde siempre estaban nada más que las organizaciones feministas, y el año pasado había centros de estudiantes. Eso te muestra un cambio. Los centros de estudiantes ahora marchan el 25 de Noviembre” (Florencia Abbate, organizadora).

“La sociedad red cuenta con una estructura social compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y comunicación basadas en la microelectrónica. En este contexto, el poder está redefinido pero no ha desaparecido. La dominación y la resistencia cambian de carácter según la estructura social específica en la que se originan y que modifican con su acción” (Haro Barba, 2011: 15).

“Ni Una Menos pone el tema de la violencia en el debate social de manera mucho más fuerte, y promueve las denuncias. En el primer trimestre de 2015 había ocho mil llamadas al 144 para denunciar o averiguar. En el primer trimestre de 2016 hubo más de 20 mil llamadas. Esa cifra es muy importante, porque se redoblan las denuncias. Pero el Estado no sale a proteger a las víctimas y ahí hay un problema. Además, se produce una reacción machista. Porque cuando las mujeres dicen ‘no’ y denuncian, la violencia aumenta. El tipo que antes quería golpear a esa mujer, después de que ella denuncia la quiere matar. Después de la denuncia tenés una violencia más fuerte. Y después del Ni Una Menos tenés una violencia machista más fuerte. En ese sentido, era primordial que el segundo Ni Una Menos fuera importante y es crucial no bajar los brazos” (Luciana Peker, organizadora).

La línea telefónica nacional 144 está destinada a brindar información, orientación, asesoramiento y contención para las mujeres en situación de violencia de todo el país, todos los días del año, las 24 horas, de manera gratuita. El equipo de atención de esta línea está integrado en su mayoría por profesionales de Psicología y Trabajo Social, con capacitación en perspectiva de género y violencia contra las mujeres.

“Las oportunidades de resistencia se ejercitan también mediante redes, que son a su vez redes de información facilitadas por tecnologías de la información y la comunicación, y cuyas dinámicas se basan en la formación de redes y en la estrategia de ataque y defensa mediante redes. Los nuevos movimientos sociales figuran entre las primeras organizaciones en operar en red y aprovechar sus características para organizar acciones directas, compartir información y recursos, y coordinar campañas mediante la comunicación a distancia en tiempo real” (Haro Barba, 2011: 16).

“La masividad es necesaria porque las personas que están más desprotegidas frente a la violencia son las que están más sueltas, las que tienen menos tramas. Si tenés cerca organizaciones sociales o de defensa de género o tenés amigos que están ahí, tenés más

recursos para denunciar, salir. El problema es la gente que no tiene esas cercanías. No sólo la masividad en términos de marcha, sino cómo le hablás a la gente que está en esa situación y que no tiene herramientas para salir. Eso es lo que más me preocupa: cómo llegás a hablarles a ellas. Por el tipo de trabajo de las chicas de Twitter y el tipo de lugar donde están públicamente, sí les hablan más a ellas. Florencia Etcheves, que está en el noticiero de la mañana, le habla a alguien a quien no vamos a hablarle desde 'Las12' –suplemento femenino con perspectiva de género del diario *Página/12*–. La mina que lee 'Las12' está buscando un suplemento feminista, donde hay un conjunto de discusiones, estamos nosotras. El problema es cómo hacés para hablarle a quien le habla Florencia" (María Pía López, organizadora).

Sociedad global, lucha en red

Ni Una Menos surgió el 11 de mayo de 2015, a partir del tuit de Marcela Ojeda. Se volvió un movimiento impulsado por dos grupos: las de Twitter y las de Facebook. Las unía la lucha contra la violencia hacia las mujeres.

El grupo de Facebook está compuesto por:

- Agustina Paz Frontera: licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de Buenos Aires, periodista, escritora y productora audiovisual.
- Carolina Marcucci: diseñadora editorial.
- Cecilia Palmeiro: doctora en Literatura Latinoamericana por la Universidad de Princeton, docente, escritora y crítica literaria.
- Florencia Abbate: doctora en Literatura por la Universidad de Buenos Aires, periodista, escritora e investigadora en el CONICET.
- Florencia Minici: escritora y editora literaria.
- Gabriela Cabezón Cámara: periodista y escritora.
- Gabriela Comte: cantante y editora literaria.
- Luciana Peker: periodista en Radio Nacional y el suplemento "Las12" de *Página/12*.
- María Florencia Alcaraz: licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Matanza y periodista.
- María Pía López: doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires, investigadora y docente.
- Mariana Carbajal: licenciada en Periodismo por la Universidad Nacional de Lomas de Zamora y periodista en *Página/12*.
- Marina Mariasch: escritora.
- Marta Dillon: periodista, escritora y editora del suplemento "Las12" de *Página/12*.
- Sabrina Cartabia: abogada e investigadora.
- Vanina Escalles: licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Cuyo, periodista, investigadora y crítica cultural.
- Virginia Giannoni: escritora y editora literaria.
- Ximena Espeche: doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de General Sarmiento, docente, investigadora y escritora.

El grupo de Twitter está integrado por:

- Ana Correa: abogada y consultora en comunicación.
- Florencia Etcheves: escritora y periodista en TN.
- Hinde Pomeraniec: licenciada en Letras por la Universidad de Buenos Aires, escritora, editora literaria y periodista en *La Nación*, TV Pública y Radio AM 1110.
- Ingrid Beck: docente, escritora, periodista en Radio Nacional y directora de la revista *Barcelona*.
- Marcela Ojeda: periodista en Radio Continental.
- Marina Abiuso: periodista en Canal 13, TN y Radio AM 1110.
- Mercedes Funes: licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad Torcuato Di Tella y periodista.
- Micaela Libson: doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires, docente e investigadora en el CONICET.
- Soledad Vallejos: licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de Buenos Aires y periodista en *Página/12*.
- Valeria Sampedro: locutora y periodista en Canal 13 y TN.

“Esto empezó en la Biblioteca Nacional, a partir de un pequeñísimo grupo. María Pía nos mandó un mensaje a cinco o seis que habíamos ido o ayudado en una lectura contra el aborto. Había escritores de todo tipo. Ella nos propuso que hiciéramos algo. A partir de ahí, las cinco que estábamos en ese *mail* armamos el grupo de Facebook y empezamos a invitar gente. Ese año yo había sacado la biografía de Susana Trimarco y un libro de Mariana Carbajal sobre violencia de género que se llama *Maltratadas*. Y soy amiga de Hinde Pomeraniec, estábamos empezando a pensar un libro juntas. Entonces les dije: ‘Miren, puedo convocar algunas periodistas que van a darnos una mano con la difusión del evento’. Antes había sido más entre intelectuales y escritores. Había que abrirlo un poco más. Ahí les avisé a Hinde y a las chicas. Mariana llevó a la TV Pública, Hinde la convocó a Ingrid y a otras periodistas que yo no conocía tanto” (Gabriela Comte, organizadora).

Susana Trimarco es la madre de María de los Ángeles “Marita” Verón, una joven tucumana secuestrada en 2002 y obligada a prostituirse. En 2007 Susana creó la Fundación María de los Ángeles, con el objetivo de rescatar víctimas secuestradas para la trata de personas, y ya logró liberar a más de siete mil mujeres.

“Estaba la intención de seguir lo que había pasado en la biblioteca. Y cuando Marcela pone ese famoso tuit, ya había algo en realidad. Pero disparó hacia otro lado. Se armó un grupo de tuiteras, donde están Sole, Hinde. Yo había convocado a algunas de ellas y ellas habían convocado a las demás. Y otro grupo es el original, el de María Pía. A ese grupo también empezó a sumarse otra gente” (Gabriela Comte, organizadora).

“Hay un debate académico en torno a la opinión pública, así Víctor Sampedro y Jorge Resina hablan de *ciberoptimistas* y *ciberescépticos*. Los *ciberoptimistas* aluden a la potencialidad de Internet como un medio que favorece la participación, el intercambio y la deliberación, es decir, que supone un avance de la opinión pública discursiva —el debate y la

movilización sociales– frente a la opinión pública agregada –en encuestas y resultados electorales. Y, a su vez, también se propone el planteamiento de que se haya gestado una opinión pública supranacional, a escala [...] global. Mientras, los *ciberescépticos* subrayan la importancia de los aspectos contextuales por encima del potencial tecnológico, como el desigual acceso a las TIC, la denominada brecha digital” (Haro Barba, 2011: 16-17).

“Ni Una Menos es un espacio muy plural, una revolución feminista, con una agenda muy diversa. Es como una célula abierta. Tenemos una línea anticapitalista, antineoliberal, obviamente antimachista. Nos parece importante formar parte de un frente antimacrista. Si no, el feminismo puede ser rápidamente captado por la derecha, como ocurrió en la mayoría de los países del primer mundo. Nosotras queremos tener un feminismo de base popular e internacional, no nacional. Estamos en red con grupos de México, Perú, Brasil. Hay una movida internacional que hay que llevar por el lado de una lucha anticapitalista radical. El patriarcado es la base del capitalismo, tal como se construyó en los siglos XIII y XIV. No es una cosa aleatoria. Es una lucha que empieza por la desigualdad de género, pero trabaja contra toda desigualdad. La desigualdad de género es la primera” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“Por encima de su potencial deliberativo, las TIC han generado un nuevo perfil de movimiento social que se caracteriza principalmente por su organización, coordinación y acción en red y por su carácter flexible y los modos de acción colectiva. Los nuevos movimientos sociales han conseguido movilizar las multitudes y cuentan con unos rasgos que los diferencian notablemente de los movimientos sociales precedentes” (Haro Barba, 2011: 17).

“El primer chat privado que tuvimos fue por Twitter. A los pocos días armamos uno de WhatsApp –aplicación de mensajería que permite enviar y recibir mensajes sin pagar por SMS–, que todavía sigue funcionando las 24 horas, porque todas tenemos horarios distintos. Además, es un chat que es un confesionario. Somos 10 mujeres hablando todo el tiempo de nuestras vidas. La mayoría no nos conocíamos entre nosotras y nos hicimos amigas inseparables. Habernos puesto de acuerdo, aunque somos todas súper distintas, nos enriqueció. A las dos semanas de haber empezado con la campaña, antes de la marcha, la gente nos empezó a decir: ‘Ustedes cerraron la grieta’. Creo que tuvo que ver con eso. En un momento en que la sociedad estaba muy dividida, pudimos unirnos en pos de un interés común. ¿Podemos ponernos de acuerdo en esto? Sí, podemos. Es muy difícil que desde un lugar ideológico alguien justifique que está bien golpear y matar a una mujer. Desde ahí, teníamos fácilmente ganada una parte de la batalla” (Mercedes Funes, organizadora).

Comunidad de conocimientos

“Surgen nuevas formas de comunidad: estas nuevas comunidades se definen mediante afiliaciones voluntarias, temporales y tácticas, reafirmadas en virtud de empresas intelectuales e inversiones emocionales comunes. Los miembros pueden cambiar de grupo cuando varían sus intereses y necesidades, y pueden pertenecer a más de una comunidad a la vez. Estas comunidades, sin embargo, se mantienen unidas mediante la producción mutua y el

intercambio recíproco de conocimientos. Como escribe Pierre Lévy, tales grupos [...] sirven como sedes para ‘la discusión, la negociación y el desarrollo colectivos’” (Jenkins, 2008: 37).

“Ni Una Menos es un colectivo abierto. Hay muchas compañeras que están en otros grupos. Hay una amistad, un compañerismo y participamos en acciones junto con otras organizaciones, pero nosotras trabajamos por nuestro lado también. Nosotras somos las facebookeras y las otras son las tuiteras. Luciana, Sabrina son chicas superadas de laburo, apoyan la causa y aportan desde lo que pueden cuando pueden. Por eso es como una relación abierta. No es una cosa de militancia con jerarquías, deberes y obligaciones. Cada una aporta lo que puede. No todas podemos todo el tiempo hacer todo. Tenemos un chat de Facebook, uno de WhatsApp y cadenas de *mails*, donde estamos todo el tiempo en contacto, y nos reunimos en nuestras casas” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“Los grupos virtuales no se forman principalmente en torno a ejes ideológicos, sino culturales. Pocas personas interaccionan simplemente en comunidades políticas; la mayoría participa también en las comunidades en función de otros intereses” (Jenkins, 2008: 238).

“Todas venimos de la literatura, el periodismo. Todas somos comunicadoras de algún orden, diseñadoras, artistas. Cada una en su profesión y su trabajo, venimos ocupadas en cuestiones de género, desigualdad, anticapitalismo. Justamente el grupo nace de esa primera lectura de mujeres del ámbito de la literatura y la escritura. Al principio se armó una cosa casi gremial” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“Hay colectivos sociales que se apropian de las tecnologías de la información y del lenguaje audiovisual en su lucha. [...] Su actividad pasa a estar centrada en la comunicación y la imagen, integrando las expresiones escritas, visuales, audiovisuales y gestuales de la cultura contemporánea” (Lago Martínez, 2008: 102).

“El video que se proyectó el 3 de junio del año pasado, en el escenario que se montó en la Plaza del Congreso, fue hecho por unos colegas de la tele que se recontra coparon. Después hicieron el documentalito sobre cómo fue ese día, que está colgado en el sitio web [-www.niunamenos.com.ar-](http://www.niunamenos.com.ar). Se coparon, vieron lo que estaba pasando y quisieron ayudar. Nos dijeron: ‘¿Qué necesitan?’. ‘Estamos viendo si conseguimos una pantalla’. Se coparon y lo hicieron. Fue un laburo en conjunto. No es que hicieron lo que les pareció. Porque ahí tienen los diseños, están los textos, las imágenes” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Al convertir su mercancía en una masa inquieta de bits, las comunicaciones digitales han renovado todas las fases del proceso social de producción. A las nuevas maneras de crear la comunicación –que desafían a la ‘producción en serie de bienes estándar’ denunciada por Theodor Adorno y Max Horkheimer– se suceden lógicas de distribución innovadoras y una reconfiguración de las formas de consumo cultural” (Scolari, 2008: 182).

“Ni Una Menos es algo híper reconocible y es un lugar de agitación importante. Más allá de las marchas, nosotras tenemos campañitas. Vamos a estar toda la semana en campaña por el caso de Juana, la nena wichi. Sigue estando el tema de Belén. Hay casos particulares que seguimos con más atención que otros, ahí sí muy articuladas con organizaciones, las abogadas, la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, el CELS

–Centro de Estudios Legales y Sociales–. De acuerdo al caso, articulamos vías de información para acompañar campañas. Porque lo único que nosotras sabemos hacer es escribir y hacer GIF –formato gráfico utilizado en Internet, tanto para imágenes como para animaciones–. Hay compañeras que saben hacer GIF, entonces escribimos cartelitos y hacemos GIF para todas las campañas. Ahora aprendimos eso” (María Pía López, organizadora).

“Juana” es el nombre que se le asignó a una nena wichi de 12 años para proteger su identidad. Ella tiene un retraso madurativo severo, fue violada por ocho criollos, quedó embarazada y después de 31 semanas le practicaron una cesárea porque el embarazo era inviable.

“Belén” es el nombre que se le asignó a una joven de 27 años para preservar su identidad. Ella sufrió un aborto espontáneo en el Hospital Avellaneda, de San Miguel de Tucumán, fue detenida y permaneció presa durante dos años en la Unidad Penitenciaria N° 4 de esa provincia.

“La comunicación digital pone en jaque un modo de producción cultural nacido en el siglo XV con la imprenta –la ‘primera línea de producción’, como no se cansaba de repetir Marshall McLuhan– y consolidado en el período que abarca desde la segunda mitad del siglo XIX hasta la primera mitad del XX, en un arco temporal que va de la prensa de masas a los medios electrónicos” (Scolari, 2008: 182).

“Las redes tienen la inmediatez, la frescura que un medio no podría tener. No endioso las redes, pero tampoco me parecen una porquería. También hay mucha operación. Hay agencias de publicidad que venden servicios de campañas como Ni Una Menos. Pero es imposible diseñar eso. Fue así: ‘Está pasando esto’. ‘Bueno, hacé tal cosa’. Una de las chicas le escribió a Liniers –historietista–: ‘Estamos haciendo esto. ¿Te copás haciendo un dibujo?’. Liniers estaba de vacaciones en España, hizo el dibujito rápido y le mandó una foto. Así salió el dibujo de Enriqueta con el puñito. Todo fue así. No podés programar eso. Hay algo que es azar. La estrategia tiene un límite” (Soledad Vallejos, organizadora).

#NI UNA MENOS



“Cuando la gente toma las riendas de los medios, los resultados pueden ser muy creativos. [...] Los consumidores 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” (Jenkins, 2008: 28).

“Con todo lo que generaron especialmente las chicas con más incidencia en Twitter, Ni Una Menos es una demostración de que los medios le dan la espalda al tema de la violencia y de cómo, cuando tiene un respaldo mediático y en redes sociales, el tema toma una repercusión pública mucho más importante. Ese lugar adonde se llegó no se había llegado. También es cierto que, a veces, el feminismo, el periodismo de género y la militancia son muy críticos por ir progresando en un lenguaje no sexista o por tener determinadas consignas muy conquistadas, y les cuesta tener una llegada más popular. Si bien el movimiento de mujeres en la Argentina entra en ciertos sectores populares, no ingresa de forma masiva en la televisión, en las casas, en otros lugares” (Luciana Peker, organizadora).

“Si los viejos consumidores se suponían pasivos, los nuevos consumidores son activos. [...] Si los viejos consumidores eran individuos aislados, los nuevos consumidores están más conectados socialmente. Si el trabajo de los consumidores mediáticos fue antaño silencioso e invisible, los nuevos consumidores son hoy ruidosos y públicos” (Jenkins, 2008: 29).

“Para entrar en la agenda de los medios, tenés que generar suficiente ruido. Y una vez que estás en la agenda de los medios, saltás a la agenda política. Es todo un paquete. Por eso depende tanto de nosotros, depende mucho de la base. Además, la comunicación es nuestra área de *expertise*, trabajamos muchísimo con colegas de todo el país y del exterior. También por eso tuvo una repercusión así. A veces los medios se hacen eco de lo que publican afuera. A nosotras nos pasaba que porque nos llamaban de *The Guardian* –periódico británico– o de *USA Today* –periódico estadounidense–, después venían a preguntarnos los medios nacionales. Porque la noticia es que *El País* –periódico español– publicó una nota sobre Ni Una Menos” (Mercedes Funes, organizadora).

“Los diarios y portales de noticias de varias naciones cubrieron la concentración frente al Congreso y en numerosas ciudades del país. ‘Argentina se moviliza por primera vez contra los asesinatos machistas’, contó *El País*, de España. ‘Importante manifestación contra la violencia contra las mujeres’, destacó el sitio francés TVA Nouvelles. El portal australiano Daily Life informó que ‘usuarios de Twitter convocaron a una multitudinaria marcha para condenar la violencia contra la mujer’ y acompañó el texto con un dibujo de Liniers. La BBC inglesa dijo: ‘Argentina marcha contra la violencia doméstica’” (*Clarín*, 04/06/2015: 12).

“La cultura de la convergencia representa un cambio en nuestros modos de pensar sobre nuestras relaciones con los medios. Estamos efectuando ese cambio en primer lugar mediante nuestras relaciones con la cultura popular, pero las destrezas que adquirimos [...] pueden tener implicaciones en nuestra manera de aprender, trabajar, participar en el proceso político y conectamos con otras personas. [...] El público, con poder gracias a estas nuevas tecnologías, ocupando un espacio en la intersección entre los viejos y los nuevos medios, exige el derecho a participar en la cultura” (Jenkins, 2008: 32-34).

“Hay periodistas preocupados por cómo cubrir. Es un buen cambio que ya casi nadie diga ‘crimen pasional’ y, en vez de eso, digan ‘femicidio’. Así evitás creer que el tipo estaba tomado por el amor y por eso mató. Está buenísimo que se haya instalado la categoría de ‘femicidio’, que cada vez haya más prudencia. A veces esa prudencia aparece de modo jocoso, van a decir un chiste machista y dicen: ‘Ahora nos van a denunciar’. Pero por lo menos aparece la autoconciencia de que hay cosas que no deberían decirse. Y me parece que en los medios nacionales hay un cierto cuidado sobre este tipo de enunciados. La semana pasada, cuando fue la violación de esa nena, *Clarín* puso ‘habría sexo consentido’. Le duró dos horas porque en cuanto se empieza a agitar lo bajan del digital. Antes podían decir cualquier cosa y podían dejarlo. Ese es un efecto interesante de las redes, con una buena ofensiva en redes podés bajar notas de un gran medio” (María Pía López, organizadora).

Se trata del caso de la adolescente de 13 años que fue violada y atropellada en Tandil el domingo 5 de junio de este año.

De las masas a las multitudes

“La crisis de la democracia representativa y la revolución tecnológica que han supuesto las TIC han generado una alternativa real al sistema actual. Antonio Negri y Michael Hardt hablan de una democracia basada en relaciones de igualdad y libertad como ‘un sueño creado por las grandes revoluciones de la modernidad, pero no realizado hasta el presente’. Hoy las nuevas características de la multitud y su productividad [...] inauguran nuevos y poderosos caminos para perseguir ese sueño” (Haro Barba, 2011: 17).

“El 25 de noviembre es el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. El año pasado, cinco de las chicas habían ido a la movilización y no estaban ni con el cartel de Ni Una Menos. El grupo es así, no hay ninguna estructura. Ni Una Menos es una consigna que la gente se apropia. Es como ISIS –Estado Islámico de Irak y el Levante–, por cómo funciona, fuera de la valoración moral de lo que es ISIS, que es todo lo contrario a lo nuestro. Cualquiera dice que es y deviene Ni Una Menos, cualquiera, aunque no tenga ninguna relación con nada. Es una cosa apropiable y eso es lo mejor de todo. Ni Una Menos no es sólo nuestro colectivo, es una movida como Anonymous –seudónimo utilizado mundialmente por diferentes grupos e individuos para realizar acciones o publicaciones individuales o concertadas–. Son modos de acción de la era digital” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

A continuación se exponen las características que distinguen a esas multitudes y a los nuevos movimientos sociales de sus precedentes. Se valora su potencialidad para recuperar los espacios virtuales y físicos como espacios de deliberación para la reconstrucción del sistema, en una democracia real.

“El primer rasgo de los nuevos movimientos sociales de origen telemático es que su surgimiento, desarrollo y éxito están ligados a la multitud. Una nueva categoría de movilización social que puede estar vinculada, o no, a un movimiento social y que supera el concepto de masa tradicionalmente referido al actor protagonista de los movimientos sociales. Esta nueva categoría se refiere a movilizaciones o acciones colectivas que ocurren en las arenas en línea y

fuera de línea, que son no planificadas e intermitentes y que han recibido varias terminologías, con ligeras diferencias en su conceptualización, en los últimos 15 años” (Haro Barba, 2011: 18).

“Es maravilloso tener un bache en el año que nos permita hablar del tema. Está establecido que vamos a hablar de Ni Una Menos, violencia machista, todo lo que eso significa, en las semanas previas al 3 de Junio. Eso se institucionalizó a partir de que 10 mujeres nos pusimos de acuerdo. El 3 de Junio no es 3 de Junio por una fecha especial. Decidimos así: ‘¿Vos cerrás la revista?’. ‘Yo, no’. ‘El miércoles yo no tengo a los chicos’. Esa fue la manera de definir que nos movilizábamos un 3 de junio” (Mercedes Funes, organizadora).

“En 2002 Howard Rheingold propuso el término *smart mob*, para definir las acciones colectivas organizadas a través de SMS y correos electrónicos con una finalidad política. La diferencia Rheingold de la *flash mob*, que utiliza las mismas herramientas para la convocatoria de una reunión pública de extraños, y para llevar a cabo actos sin ulterior sentido y disolverse después. Juan Urrutia prefiere el término de *ciberturba*. Autores como Amparo Lasén e Iñaki Martínez señalan más semejanzas que diferencias, ya que el carácter manifiestamente apolítico de las *flash mobs* ya es una identificación y manifestación política, y proponen el concepto de masas híbridas politizadas como definición de estas ‘movilizaciones que no generan identidades colectivas duraderas ni formas de organización estables’ y que se diferencian de la masa por su carácter heterogéneo y racional” (Haro Barba, 2011: 18).

“Empezamos a convocar organizaciones, entre ellas las que habían participado de aquella maratón. Empezamos a sumar gente. Había que sumar gente de todos los ámbitos. Empezamos a hacer un trabajo incluso político, para que no se rompiera. Una de las primeras decisiones fue: ‘No nos importa que vengan con banderas’. En la mayoría de estos actos se dice: ‘Bueno, sin banderas políticas’. Nosotros dijimos: ‘Que vengan con su bandera política y que se comprometan desde su lugar político’. Porque una marcha de este tipo de por sí es política, porque vamos a exigir políticas públicas” (Mercedes Funes, organizadora).

“Antonio Negri y Michael Hardt proponen el concepto de multitud en 2004, que es la manifestación de la inteligencia colectiva que auguraba Pierre Lévy en los albores del ciberespacio en 1995: ‘El desarrollo de la comunicación asistida por computadora y de las redes digitales planetarias aparecería como la realización de un proyecto bien formulado: el de la constitución deliberada de nuevas formas de inteligencia colectiva, más flexibles, más democráticas, fundadas sobre la base de la reciprocidad y del respeto de las singularidades. La inteligencia colectiva se podría definir como una inteligencia distribuida en todos lados, continuamente valorizada y puesta en sinergia en tiempo real” (Haro Barba, 2011: 18).

“Lo que vemos surgir son formas alternativas de organización política, distintas de los partidos y de los grupos tradicionales. Estamos ensayando modos de activar juntos, que no sean jerárquicos, verticales, presentistas, meritocráticos. No se trata de quién es más importante que quién. Las decisiones se toman por consenso, sobre todo porque somos tan pocas que es muy fácil consensuar” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“La multitud de Antonio Negri y Michael Hardt traspasa las fronteras virtuales para tomar presencia en los espacios públicos y en las arenas fuera de línea. Se diferencia de la

categoría tradicional de pueblo en que este es uno y la multitud es plural, no supone una identidad; y frente a la masa homogénea, irresponsable y fácilmente manipulable, la multitud es plural y elevadamente racional” (Haro Barba, 2011: 18-19).

“Las de Facebook, las militantes, legitimaron intelectualmente la marcha del año pasado. De ahí salió la base más ideológica. Cuando las organizaciones feministas vieron que ellas también estaban detrás de Ni Una Menos dijeron: ‘Entonces sí vamos a la plaza’. En ese sentido, los dos grupos se retroalimentaron” (Gabriela Comte, organizadora).

“Víctor Sampredo añade al concepto de multitud la característica ‘en línea’ para incidir en el papel determinante de las TIC en la generación y desarrollo de estas acciones colectivas. [...] Sampredo equipara el término de multitudes en línea y *cibermultitudes* para señalar que se gestan en la red, pero que toman físicamente los espacios públicos” (Haro Barba, 2011: 19).

“Cubrí las dos marchas para *Página/12*. En la primera el acto fue muy cortito. Estaba ahí, pero no llegué a escucharlo. Lo que me sorprendió fue que todo el mundo se quedaba en la plaza, no se movía. Era como un gran conversatorio. No había nada que hacer y la gente no se iba, se quedaba hablando” (Luciana Peker, organizadora).

“Se ha producido un proceso en el que las esferas públicas periféricas, es decir, aquellos segmentos de la sociedad civil que no consiguen introducir sus temas en la esfera pública central, se han multiplicado en número. Los ámbitos de contrapoder periféricos impactan en los centros de representación hegemónica y de poder mediáticos y políticos. Los actores de la sociedad civil, en suma, ‘han ganado en centralidad y en capacidad para elaborar sus propios mensajes y hacerlos públicos, interactuando continuamente entre ellos e incluso con el poder, que pierde opacidad’” (Haro Barba, 2011: 23).

“A todos nos toca de cerca la violencia machista, todos conocemos algún caso que involucra violencia contra la mujer muy cerca, mucho más cerca de lo que parece. Todas las mujeres hemos sufrido algún tipo de violencia machista. Es muy importante que dimos ese paso de darnos cuenta como sociedad. Aunque nos falta muchísimo, faltan respuestas políticas. Por eso tenemos que seguir presionando como sociedad, lo más unidos posible. Por eso pensamos en esto. Entre todos tenemos que tener el tema presente y en la agenda” (Mercedes Funes, organizadora).

“El proceso de centralización de las esferas públicas periféricas y el éxito de introducir sus temas en debate público se asientan en la emergencia y posterior aprendizaje de las multitudes. Por ello, es imprescindible atender a cómo se produce su convocatoria y difusión” (Haro Barba, 2011: 23).

“La movilización del año pasado y la de este año expusieron de una manera cabal que nos importa el tema. La opinión pública mueve la agenda política y los medios de comunicación. Los medios de comunicación quieren vender, van a esos temas porque les interesan. Hay que ver de qué manera los enfocan. Para muchos diarios no mide lo mismo la chica wichi que un crimen en un country, pero estamos saliendo de ahí. Ese ‘salir de ahí’ lo hacemos de abajo para arriba. Vamos a tener la respuesta en la medida en que demandemos

como sociedad. También eso tuvo Ni Una Menos, que fue muy de base” (Mercedes Funes, organizadora).

Realidad *transmediática*

“Pierre Lévy [...] sugiere que en las culturas del conocimiento, la ‘distinción entre autores y lectores, productores y espectadores, creadores e intérpretes se fundirá’ para formar un ‘circuito’ –no tanto una matriz– de expresión, con cada participante trabajando para ‘mantener la actividad’ de los demás” (Jenkins, 2008: 101).

“Lo bueno era que cada comunidad armara su propio documento. Que cada uno redactara lo que quisiera y, si no, leían los cinco puntos de exigencias de políticas públicas que nosotras hicimos. Al elaborar sus propios documentos, algunas comunidades incluían su posición a favor del aborto y otras no. Por ejemplo, Mendoza ni en pedo. He visto cosas que pusieron periodistas de Mendoza y daban vergüenza ajena. Las imágenes que usaban eran anti Ni Una Menos, antifeministas. Estaba muy mal pensado. Pero cada sociedad tiene que autorregularse. Aunque no esté de acuerdo, es su tema, su grupo, sus vecinos, sus mujeres” (Gabriela Comte, organizadora).

“Según David Marshall, una de las características primordiales de los nuevos dispositivos de comunicación es su capacidad para borrar las barreras entre los medios y contaminarlos entre sí. Los medios digitales [...] habrían disuelto los límites entre ‘las máquinas de reproducción y las de diseminación’. De esta manera lo novedoso podría ser la aparición de una *transmedialidad* que atraviesa y combina los viejos lenguajes y medios” (Scolari, 2008: 73).

“Hubo un grupo que trabajó más desde Twitter y nosotras más desde Facebook. Y después varias de nosotras fuimos a dar entrevistas a distintos medios: diarios, televisión. También se armó mucho a través de los medios. En seguida se hicieron eco de la convocatoria. Este año no fue tan así, fue más de abajo hacia arriba. A último momento vieron que se iba a armar algo y ahí algunos prestaron atención. Pero el año pasado fogonearon los medios también, con muchos famosos, políticos” (Florencia Abbate, organizadora).

“La gente corriente aprovecha las nuevas tecnologías para archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos. [...] Las nuevas herramientas digitales y las nuevas redes de distribución han aumentado el poder de participación de la gente ordinaria en su cultura” (Jenkins, 2008: 141-163).

“Cuando las mujeres se comunicaban a la página de Facebook porque querían hacer una marcha o un acto, desde el principio lo que decidimos contestar fue: ‘Cada uno hace lo que quiere’. Nosotras ponemos a disposición los documentos, las consignas, lo que armamos para Buenos Aires. Pero lo ideal es que cada marcha se haga bajo consignas propias. De hecho, para la marcha del 3 de junio de 2015 había mucha demanda del documento. Primero habíamos largado sólo los cinco puntos de exigencias de políticas públicas. Y la decisión era no largar el documento hasta el momento de su lectura en la plaza. Pero, como era la primera vez que se hacía, desde distintos lugares nos pedían el documento. Nos la pasamos diciendo ‘no’ a las propias personas que querían marchar. Este año ya no hubo esa demanda. Me

parece que entre una marcha y otra hubo un aprendizaje muy fuerte de parte de las propias personas que se movilizan con respecto a que cada uno hace el acto que necesita en su contexto local, con enunciados locales. Ya no apareció el mismo tipo de reclamo con respecto a la orientación de la marcha” (María Pía López, organizadora).

“Si la vieja industria cultural constituía un sistema donde cada medio y lenguaje ocupaba su lugar, en la nueva *media-esfera* todo tiende a combinarse en entornos multimedia. Además, las prácticas interactivas rompen con el consumo pasivo de los medios masivos. Tal como predicaban los teóricos del hipertexto, en las nuevas textualidades el poder pasaría del autor al lector” (Scolari, 2008: 79).

“Carolina Marcucci es la creadora del logo que todavía usamos hasta hoy. Ella puso en juego el magenta, cuando todas íbamos por el violeta. Ella dijo vamos con magenta. Para mí fue un hallazgo fundamental lo que hizo Carolina con la construcción del Ni Una Menos. Para esta segunda marcha ella fue marcando en Google Maps –servidor de aplicaciones de mapas en Internet– cada lugar desde donde nos llegaba la noticia de que iba a haber un acto. Era impresionante. Cuando ella empezó a recoger la información empezaron a llegarle cosas como que pueblos de 500 habitantes hicieron una marcha. Debía ser la primera marcha en la historia de un pueblo así. Yo trabajo en San Miguel. Algunos de mis compañeros de trabajo en la universidad estuvieron en el acto en San Miguel y otros vinieron para Buenos Aires. Pero en el conurbano hubo en todos lados. A veces nosotras nos enteramos de los Ni Una Menos del interior cuando viajamos por otra cosa, para una charla o dar clase” (María Pía López, organizadora).

“En los medios digitales los usuarios tienden a convertirse en productores textuales y, al interactuar en red, aumentan la entropía del sistema. Si el control remoto de los televisores generó una polifonía textual y aumentó el rol del espectador en la *neotelevisión*, la interactividad de los medios digitales consolida ese recorrido y acentúa aún más la disolución de algunas categorías de análisis –por ejemplo emisor y receptor–. Este nuevo tipo de subjetividad se puede resumir en la figura híbrida del *prosumidor* –del inglés *prosumer* o *producer*–, una combinación entre el productor y el consumidor” (Scolari, 2008: 98).

El primer resultado de Ni Una Menos fue una manifestación de “alrededor de 250 mil personas en la ciudad de Buenos Aires. Se multiplicó en más de 120 puntos del país. Hubo manifestaciones con decenas de miles de asistentes y otras con cien, en ciudades capitales y pueblos. En las coberturas periodísticas se mencionan algunas cifras: en Córdoba capital, 30 mil personas; Rosario, 20 mil; Mendoza, 15 mil; Salta, 10 mil; Neuquén, 10 mil; Catamarca, 5 mil; San Salvador de Jujuy, 5 mil” (Rodríguez, 2015: 153).

“Hay una ruptura de las categorías que fundaban el proceso cultural y un desplazamiento desde el consumo a la producción comunicacional. Al participar en el control de los contenidos, el usuario de los medios interactivos termina por convertirse en parte de ese contenido. Parafraseando a Marshall McLuhan, podría decirse que en las nuevas formas de comunicación digital el usuario es el mensaje” (Scolari, 2008: 98).

“En el mensaje no había algo no accesible para todos. No estamos hablando de física cuántica. Estamos hablando de vidas cotidianas. El tema de los derechos de las mujeres dio un salto con Ni Una Menos. Que lo haya dado sin cambiar el mensaje, sin inventar demasiado, quiere decir que se está hablando de algo plausible, que cualquier mujer puede ver, varones también. Cuando un mensaje no es claro, eso no sucede. El mensaje era claro porque preexistía así. Creo que apostamos bien a los interlocutores, interlocutores que no siempre estaban hablando de esto, y de repente se pusieron a hablar de esto y prendió de otro modo. Entre esos interlocutores estaban las celebridades. Los destinatarios eran todos: mujeres y varones. No estábamos hablando solamente a mujeres o solamente a varones. Estábamos hablando socialmente” (Soledad Vallejos, organizadora).

“La tecnología digital ha potenciado y evidenciado algo que antes existía sólo en teoría: la textualidad entendida como red. Por lo que respecta a los receptores, del consumo activo, rebelde y contrahegemónico de las mediaciones, se entra en otra dimensión donde el usuario colabora en la producción textual, la creación de enlaces y la jerarquización de la información” (Scolari, 2008: 114).

“Ni Una Menos se hizo de todo el mundo. El año pasado nosotras bajamos ciertos contenidos, pero después la consigna se ramificó y se multiplicó en miles de consignas. Justamente la generación de los adolescentes elaboró sus propias consignas. Por ejemplo, el acoso callejero. Nosotras no hablamos del acoso callejero en el documento ni cuando nos entrevistaban. Sin embargo, a las adolescentes ese tema las interpelaba en su vida cotidiana. ‘¿Qué es la violencia machista?’. ‘La violencia machista es que voy caminando y tengo que bancarme que un desconocido me diga que va a chuparme toda. ¿Por qué tengo que bancarme eso?’. O cómo los medios hablan de la ropa de chicas a las que acaban de violar y asesinar. El medio dice: ‘Tenía un short’. Ya había un cambio cultural y esa indignación estaba latente. No es que las chicas la descubrieron por Ni Una Menos. Las chicas tenían latente ese malestar, esa indignación ante esas cosas y Ni Una Menos fue una vía para que eso se manifestara públicamente” (Florencia Abbate, organizadora).

“El sistema se funda en la idea de distribución y no en la de exclusión. [...] Varios procesos confluyen en las nuevas formas cooperativas de producción comunicativa. Por un lado la red digital permite el intercambio de contenidos entre miles de sujetos rompiendo con el modelo uno-a-muchos que caracterizaba al *broadcasting*; por otro, la estandarización y abaratamiento de la tecnología ha puesto en las manos de millones de usuarios instrumentos sencillos y fáciles de usar para la creación y manipulación textual” (Scolari, 2008: 189-193).

“Yo participé en la elaboración del documento que se leyó en el acto del año pasado y el que sacamos un mes después de la concentración. La misma comisión hizo los dos. Escribimos todos esos textos en *documentos de Google* –programa gratuito basado en Internet para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo– y cada una metía un poco de mano. El segundo documento fue un balance” (Florencia Abbate, organizadora).

Convocatorias anónimas, identidades múltiples

“El tejido social más movilizado alcanza círculos concéntricos de ciudadanos a través de redes de confianza. Una vez que las multitudes emergen, atraen con su carga de espectacularidad la atención de los medios de comunicación que se convierten en voceros no intencionados de su existencia y reivindicaciones” (Haro Barba, 2011: 23-24).

“Ni Una Menos es una herramienta que respalda socialmente, a través de una movilización muy masiva y que tiene mucho impacto en medios de comunicación y en la sociedad en general. Todo el mundo sabe qué es Ni Una Menos, más o menos qué significa y que la violencia contra las mujeres está mal. Eso le da un respaldo a la política real, que es la que está en el territorio, la que está acompañando. Desde ese punto de vista, por supuesto que sirve. Pero no se termina ahí, sino que tiene que tener un correlato en el territorio, con las mujeres que estamos ahí todos los días trabajando en el acceso de esas mujeres a sus derechos” (Sabrina Cartabia, organizadora).

Es preciso visualizar los diferentes actores y las herramientas empleadas en las convocatorias de los nuevos movimientos sociales. El núcleo convocante está formado por miembros del tejido social más movilizado. Son activistas permanentes ligados a temáticas alternativas –lucha por los derechos de las mujeres, en el caso de Ni Una Menos–.

“La convocatoria se realiza a través de listas de correo, SMS y redes sociales y está dirigida a las redes de confianza de los convocantes, compuestas tanto por militantes activos como por personas que tienen lazos afectivos con los activistas convocantes pero que no son activas políticamente” (Haro Barba, 2011: 25).

“Es difícil decir cuántas somos en el colectivo Ni Una Menos –grupo de las de Facebook–, porque hay un núcleo más duro y una periferia. En el núcleo duro debemos ser siete y después hay muchas colaboradoras que son parte. Hay un grupo que se reúne y un grupo ampliado que trabaja. Igualmente, con el grupo ampliado estamos todas en contacto todo el tiempo, con cadenas de *mails*. Pero no todas podemos llegar a todas las reuniones y participar en todas las cosas” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“El receptor del mensaje le concede mayor credibilidad a la información que fluye por esas redes de confianza que a la de los canales convencionales. La fuerza del mensaje reside en el aval de quien lo envía. Y esta fuerza es tal, que los primeros receptores reenvían a su vez la convocatoria a sus redes de confianza, construyendo una cadena de información basada en una relación personal que se materializa en la agenda de contactos de cada conector” (Haro Barba, 2011: 25).

“Hinde Pomeraniec, Ingrid Beck, Soledad Vallejos y Mariana Carbajal también estuvieron leyendo en la maratón a favor de la legalización del aborto y en la de marzo de 2015. Cuando las chicas que están más en Twitter, que son las más vinculadas a los grandes medios –Radio Continental, TN–, lanzaron la convocatoria del 3 de junio del año pasado, Hinde e Ingrid, que habían estado trabajando con nosotras anteriormente, nos avisaron y nos invitaron a la reunión. Muchas de nosotras no teníamos Twitter. No nos habíamos enterado que estaban convocando a una marcha. Y fuimos a la primera reunión invitadas por Hinde e Ingrid,

que estaban en los dos grupos al mismo tiempo. Esa primera reunión de todas se hizo en La Casa del Encuentro. El lugar de reunión que tuvimos durante todo el momento previo a la marcha del año pasado fue La Casa del Encuentro. Hubo reuniones posteriores que hicimos en otros lados” (María Pía López, organizadora).

“Esta cadena de convocatoria moviliza presencialmente a un número muy significativo de personas que se concentran en las calles. La multitud emerge atrayendo la atención de los medios masivos de comunicación y se realimenta y cobra potencia de nuevo a través de las redes sociales. Se genera así una convocatoria a gran escala que consigue movilizar a ciudadanos muy alejados del núcleo convocante” (Haro Barba, 2011: 25).

“En el primer momento, el objetivo era hacer algo. No apuntamos a la masividad, por eso queríamos reunirnos en el Puente de la Mujer. Imaginate el Puente de la Mujer de Puerto Madero con toda la gente que hubo en el Congreso. Se cae el puente. Era una locura. No esperábamos ese nivel de masividad. A tal punto no lo esperábamos, que queríamos pensar algo para no tener que cortar la calle, no incomodar. Y después estuvo cortado desde Callao hasta 9 de Julio, hasta Santa Fe. No teníamos esa dimensión en la cabeza en un primer momento y nos costó mucho darnos cuenta de lo que había pasado. No somos gente con gimnasia para organizar este tipo de cosas” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Las TIC no generan por sí solas la movilización de multitudes, sino que el éxito de la convocatoria se apoya en una dimensión fundamental, la personal: las comunicaciones cara a cara, aunque no se produzcan de modo simultáneo y copresencial” (Haro Barba, 2011: 25).

“Yo había estado en las dos lecturas en la biblioteca. Estuve organizando, invité a colegas a esas lecturas. Ya estaba en ambos ámbitos. Eso me permite congeniar, pero además entiendo cuales son los problemas de un lado y del otro. Entonces esas 10 periodistas tuiteras nos juntamos con otras 10 más bien vinculadas al activismo, las organizaciones, la militancia feminista de base, y tuvimos un montón de reuniones esas tres semanas previas al 3 de junio del año pasado. Ahí, entre debates, discusiones, fuimos dándole forma a eso. No fue la decisión de una, sino que hubo acuerdos, consensos. Lo cual no fue fácil” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Son movilizaciones autoconvocadas porque el origen está en la legitimidad y credibilidad que se otorga a cada emisor individual” (Haro Barba, 2011: 25).

“Hubo una reunión importante, a la que fueron Marta Dillon y Vanina Escales. Porque había un problema que no era sólo el documento que estábamos cerrando, sino la desconfianza. Para muchas de las organizaciones feministas era un desembarco de paracaidistas que no tenían que ver con los temas, no tenían trayectoria militante, venían casi a banalizar una temática que se venía sosteniendo. Entonces tuvimos que hacer un trabajo de contención en ese sentido, ir a explicar de qué se trataba, generar una suerte de pacto de confianza y pedir que cada quien movilizara con las consignas que quisiera. Ese también era el problema. La organización del acto central iba a tener sus consignas, su documento, pero la calle tendría otras consignas. De hecho, fue lo más interesante del 3 de junio del año pasado. Todo pasaba por carriles muy variados” (María Pía López, organizadora).

“La adhesión a un movimiento sin una identidad definida, provoca que todas las identidades se sientan reflejadas con el asunto de la movilización. [...] Al no haber identificación, todos se sienten identificados” (Haro Barba, 2011: 26).

“Hubo un trabajo de base para hacer que fuera lo más inclusivo posible y que pudiera abarcar todo el arco político, todas las organizaciones, que saliera del nicho. Nosotras ya sabemos que los temas de género les interesan a feministas, pero necesitábamos salir de ese grupo que hablaba del tema en reuniones donde se exigía carnet de feminista. Está bueno que los hombres, los chicos, las mujeres vulneradas pudieran hablar de violencia. No simplemente las que habitualmente nos sentamos a pensarlo. Había que salir de ahí y en eso el 3 de Junio fue una bisagra y súper efectivo. Logró que los pibes en el colegio fueran a reclamarles a sus docentes que les contaran de qué iba el tema o que muchas mujeres visibilizaran que hay situaciones de violencia que tenían naturalizadas” (Mercedes Funes, organizadora).

“La emergencia de las multitudes es un fenómeno completamente imprevisible ya que exige la unión de numerosas condiciones, entre las que se encuentra el escenario político informativo” (Haro Barba, 2011: 26).

“El año pasado hubo un hartazgo. ‘Estamos hartos de levantarnos todos los días y ver que hay una chica en la basura’. Fue algo visceral. ‘¿Por qué? No es normal, no es natural. Los hombres no aparecen todos los días desnudos en la basura’” (Florencia Abbate, organizadora).

“El consumo de los medios siempre es un proceso activo donde, entre otros factores, se cruzan competencias textuales, experiencias previas de recepción e influencias socioculturales. [...] Los textos de cualquier medio de comunicación –ya sea más o menos interactivo– siempre generan un amplio espectro de interpretaciones posibles, y en los últimos años se han desarrollado medios de comunicación que exigen una mayor participación del receptor –ahora reconvertido en usuario–” (Scolari, 2008: 99-100).

“Algo que cuenta la mamá de Ángeles Rawson es que ella tuvo que ver repetida una y otra vez en los medios la imagen de su hija yendo hacia la muerte. Esa imagen de Ángeles caminando, que la enfoca la cámara, la tenemos todos en la cabeza. Y lo peor de la cobertura de ese caso fue la acusación a su marido y al hermano de Ángeles: la gente y los medios haciendo juicios públicos contra la familia. A eso se le suma el momento en que la víctima deja de ser una persona en sí misma y pasa a ser esa imagen que se refleja una y otra vez. Pasa con su jogging y su mochila, y para la mamá es la hija. Es la última imagen que tiene de ella, minutos antes de que se muera. Si pensás en eso y en ese cambio que tenemos que hacer, todavía nos falta muchísimo. Pero está buenísimo que podamos repensarnos. Tiene que ver con un cambio. Estás al aire en una cobertura donde sos notero y te puede pasar que digas algo que está mal, pero está bueno que sepas y lo des vuelta” (Mercedes Funes, organizadora).

Ángeles Rawson era una adolescente de 16 años que fue violada, estrangulada y tirada a la basura por Jorge Mangeri, el portero del edificio donde vivía en Palermo, en 2013.

“En Internet, sostiene Pierre Lévy, la gente aprovecha sus conocimientos individuales en pos de metas y objetivos compartidos. [...] La inteligencia colectiva se refiere a esta

capacidad de las comunidades virtuales de estimular la pericia combinada de sus miembros. Lo que no se puede saber o hacer por uno mismo, puede que ahora se sea capaz de hacerlo colectivamente. Y esta organización de los usuarios y espectadores en lo que Lévy denomina ‘comunidades de conocimientos’ les permite ejercer un poder total mayor” (Jenkins, 2008: 36).

“Micaela Libson es guionista y era especialista en temas de género del CONICET. Ella había trabajado temas de género desde siempre. Todas teníamos una mirada de género. Yo soy licenciada en Ciencias Políticas. Hice mi tesis sobre cupos femeninos. Todas veníamos con un *background* de género. El tema no nos era ajeno a ninguna” (Mercedes Funes, organizadora).

“En la vida cotidiana los medios electrónicos, la fotografía en la prensa escrita, el cine o la televisión generan imágenes como parte de sus actividades propias de producción, recepción y distribución que operan como formas de acción social. Estas, con fines de protesta y denuncia, son desplegadas también por redes de colectivos y movimientos sociales a través de la radio y la televisión comunitarias, portales en la red, radios por Internet, fotografía y video, arte militante y otras experiencias que centran la actividad en la comunicación y la imagen, integrando las expresiones escritas, visuales y gestuales” (Lago Martínez, 2008: 102-103).

“Hicimos unos carteles blancos con letras violetas y otros violetas con letras blancas, porque para nosotras era muy importante cómo se representara eso visualmente. Laburamos en periodismo. Si no sabemos eso, estamos fritas. Una buena foto o una frase canchera es lo único que te garantiza que se replique, que se levante. Entonces más adelante, más cerca del 3 de junio del año pasado, cuando se veía que iba a ser algo más grande, dijimos que necesitábamos familiares y gente que manifieste con los carteles. Estábamos tratando de averiguar cuánto nos costaba en la imprenta donde se hace la revista tal y una de las chicas le preguntó a alguien que conoce y dijo: ‘Tengo un amigo imprentero que quiere ayudar. ¿Cuántos necesitamos?’. ‘Tantos’. ‘Bueno, vengan a buscarlos tal día’. El diseño también fue porque una diseñadora se prendió así” (Soledad Vallejos, organizadora).

“*Hipermediación* no se refiere tanto a un producto o un medio, sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. [...] Al hablar de *hipermediaciones* no se hace referencia simplemente a una mayor cantidad de medios y sujetos sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las *hipermediaciones*, en otras palabras, llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá –por encima– de los medios tradicionales” (Scolari, 2008: 113-114).

“Este año hicimos un pequeño documento sobre por qué había que seguir pidiendo cosas: los hijos de las víctimas no son atendidos, la educación sexual integral no se aplica por igual en todas las escuelas. Lo hicimos circular por Twitter y ahora por ahí lo subimos a la página, pero hay que llamar a la diseñadora y pagarle. Lo hacés circular y nunca sabés adónde va a parar. Lo hacés y circula. Ya está. Un poco antes del 3 de junio le llegó a una de las

chicas un par de videos de un grupo de mujeres de Ushuaia que habían tomado esos textos y habían hecho videos con ellos. Entonces había una diciendo a cámara una parte del texto y todas las demás atrás. Otra diciendo otra parte. Algo súper sencillo, pero encontrar eso ahí fue tan potente. Vos tirás una botella al mar y alguien la va a agarrar. Por ahí le sirve, por ahí te enterás, por ahí no. ¿Qué importa? Para mí pasa por ahí” (Soledad Vallejos, organizadora).

Movimientos sociales e intervención política

“Hacia los años 80 se comienzan a denominar nuevos movimientos sociales a aquellos actores colectivos identificados con valores más generales y universales que los específicos y sectoriales de los movimientos tradicionales, entendiendo como tales principalmente al movimiento obrero, articulado a la sociedad industrial” (Lago Martínez, 2008: 103).

“Las luchas de las identidades y los géneros en general trascienden la cuestión de la clase. Eso puede permitir concientizar a sectores, clases medias o sectores populares que no tienen interés en la política. Como esto toca lo personal, puede servir para disparar una cosa distinta, una micropolítica justamente” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“Alberto Melucci señala que estos movimientos no son nuevos, sino que ‘combinan formas de acción que conciernen a diferentes niveles o sistemas de la estructura social, implican diferentes orientaciones y pertenecen a diferentes fases de desarrollo de un sistema o a diferentes sistemas históricos’. De manera que es posible identificar las nuevas formas de acción de los movimientos contemporáneos como características de un contexto sistémico diferente al del capitalismo industrial” (Lago Martínez, 2008: 103-104).

“En la Argentina el feminismo atravesó distintas etapas. A principios del siglo XX estuvo más reservado a ciertos grupos, como las anarquistas, que tenían su diario, sus propios temas enfrentados inclusive a la comunidad anarquista de señores, que le daban pelota a eso pero hasta ahí porque ‘no era para tanto’. Lo mismo de siempre: esos espacios de nicho en sectores populares. Después, llegando al centenario hubo dos versiones: un feminismo tranquilizador para la burguesía, que era la maternidad, las virtudes. Era empoderador para las mujeres, pero desde lo doméstico. ¿Hasta qué punto permite construir poder? A la vez, estaban las mujeres que querían lograr el derecho al voto, que querían derechos políticos, con todo lo que atravesaron acá y en el mundo. Después el feminismo quedó más bien en retaguardia, hasta que en los 60, 70 en la Argentina hubo un movimiento feminista fuerte, algo que se eclipsó con la Dictadura. Después del retorno democrático quedó reservado a nichos: ONG, algunas activistas que todo el mundo conoce porque están siempre ahí. Pero era un tema que no crecía. Para mí, como feminista y periodista, el tema tenía que crecer sí o sí. Tenía que dar ese salto” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Clauss Offe, por su parte, afirma que se observa la aparición de un nuevo paradigma de acción colectiva a través de los nuevos movimientos sociales, entendido como configuración de actores, contenidos, valores y modos de actuar en conflictos políticos-sociales. Consecuentemente establece un contraste entre el nuevo paradigma, expresado en los movimientos sociales emergentes, y el viejo paradigma, analizando cuatro tipos de

organizaciones: ecologistas o de protección del medio ambiente –entorno natural y entorno urbano–; movimientos por derechos humanos –principalmente feminismo–; pacifismo y movimientos por la paz; movimientos que propugnan formas alternativas o comunitarias de producción y distribución de bienes y servicios” (Lago Martínez, 2008: 104).

“El año pasado hubo dos puntos de acuerdo muy fuertes. Uno era usar ‘violencia machista’ y no ‘violencia de género’, en el documento. En eso estuvimos todas de acuerdo. Instalar la idea de ‘violencia machista’, instalar ‘femicidio’ también. Y que el imaginario de referencia fueran los derechos humanos. Inscribir esta causa en la órbita de la lucha por los derechos humanos, problemas de las mujeres como problemas de derechos humanos. En eso también estuvimos todas de acuerdo” (Florencia Abbate, organizadora).

“Estos movimientos adquirieron muchas veces relevancia internacional –ejemplos clásicos son el movimiento ecologista denominado de supervivencia y el feminismo llamado de emancipación–. El inicio del accionar de estos ‘nuevos’ movimientos suele identificarse con los movimientos estudiantiles del 68 en Francia, las marchas contra la Guerra de Vietnam en todo el mundo, contra las armas atómicas en Gran Bretaña y la República Federal de Alemania y los movimientos por los derechos civiles en Estados Unidos” (Lago Martínez, 2008: 104).

“El reclamo traspasó las fronteras argentinas: ‘ni una menos’ fue la proclama principal que tuvo réplicas en Uruguay, Chile y México, y se transformó en tendencia mundial en las redes sociales. Al grito de ‘ni una muerta más, ni una mujer menos’, miles de personas marcharon en varias ciudades de Uruguay en contra del femicidio, el machismo y la violencia contra las mujeres, una realidad que causó la muerte de al menos 19 mujeres en lo que va del año en este país. [...] En Santiago de Chile, la concentración se ubicó frente al Palacio de La Moneda. Los organizadores explicaron que en ese país el número de femicidios de este año es de 17, aunque indicaron que serían muchos más ya que solo consideran a aquellas víctimas que fueron asesinadas por sus parejas” (*Página/12*, 04/06/2015: 9).

“Boaventura de Sousa Santos indica, por su parte, que la actuación de movimientos y organizaciones sociales en el contexto mundial está vinculada, por un lado, a la emergencia de temas que por su naturaleza son globales –la sustentabilidad del planeta, la violación de derechos humanos, problemas ambientales, la afirmación de identidades de sexo, etnia, nacionalidad, etcétera–; y, por otro, a la posibilidad de que grupos subordinados, movimientos sociales o regiones, se organicen transnacionalmente en defensa de intereses comunes, y usen en su beneficio las posibilidades de interacción creadas por el sistema mundial” (Lago Martínez, 2008: 104).

“El reclamo de #NiUnaMenos cruzó las fronteras de nuestro país y llegó también a Miami, donde decenas de personas se concentraron en una emblemática esquina ‘argentina’ para adherir a la gran marcha nacional contra la violencia de género. En el cruce de la Avenida Collins y la Calle 73, en una zona conocida como ‘Little Buenos Aires’, se aglutinaron mujeres, hombres y chicos argentinos y de otros países de América Latina. La manifestación había sido promovida, a través de las redes sociales, por varias periodistas y personalidades de los medios que viven en Miami desde hace varios años” (*Clarín*, 04/06/2015: 12).

“Alain Touraine alerta sobre la aparición de nuevas preocupaciones y nuevos horizontes para los movimientos sociales, muchos de los cuales tan sólo se pueden explicar a partir de las acciones que son capaces de proponer y de ejecutar en un mundo de flujos de comunicación en red” (Lago Martínez, 2008: 104).

“Estamos haciendo el Primer Índice Nacional de Violencia Machista con un sociólogo que se ofreció y un grupo de expertos –los datos van a estar disponibles el 25 de noviembre de este año–. Lo trabajamos con el mismo equipo de las 10 mujeres que arrancamos con Ni Una Menos. Tenemos como 33 mil mujeres de todo el país que ya contestaron el índice por Internet. Así que es todo un récord. Estaríamos súper bien para una muestra normal, pero nosotras somos muy ambiciosas y queremos tener buena representación en todas las provincias para poder ir con eso a pedir políticas públicas. Porque en realidad lo que buscamos es eso” (Mercedes Funes, organizadora).

“Los movimientos sociales se apropian del espacio de los flujos, las redes son cada vez más amplias. [...] La estructura de los mismos se plantea de forma descentralizada y en red, reflejando y contrarrestando la lógica de dominación –también en red– de la sociedad contemporánea” (Lago Martínez, 2008: 104).

“El grupo de las tuiteras fue el que le dio la masividad. Solamente con el otro grupo, creo que igualmente la hubiera tenido, porque nos excedió a todas. Pero el de Facebook es un grupo más anárquico, más desarticulado, si bien siguen teniendo reuniones. La última marcha estuvo en manos de ese grupo. Y nunca se pusieron de acuerdo para poner un escenario, por ejemplo” (Gabriela Comte, organizadora).

“Estos movimientos sociales se organizan en torno a nodos, cada punto de articulación de la red es uno de ellos y allí se crean las posibilidades concretas de una acción. La novedad es que están conectados en red a través de las herramientas de Internet que resultan imprescindibles para su actuación y para el rendimiento de sus territorios de influencia y acción” (Lago Martínez, 2008: 104).

“Casi todas somos administradoras de la página de Facebook. Igualmente yo no contesto mensajes. En general, las que están con un poco menos de trabajo, dependiendo de la época, son las que se hacen cargo de contestar. Después de la primera marcha, lo que decidimos fue ir directamente con los teléfonos de asistencia, ante mensajes de pedidos de ayuda o denuncias. En parte, porque no tenemos capacitación profesional ni recursos institucionales para atender realmente una demanda de denuncias de la gente. Es una situación bastante particular. Entonces directamente las derivamos a los teléfonos de asistencia. Después pasa que no las atienden, pero nosotras no podemos” (María Pía López, organizadora).

“La organización de las actividades reposa en redes horizontales; se promueven acciones autónomas, descentralizadas y creativas que sumen adhesión y apoyo activo a la protesta. En su accionar se obtienen intervenciones efectivas y un gran impacto informativo” (Lago Martínez, 2008: 105).

“En la plaza había un grupo que se llama Diversidad Heterosexual, que son heterosexuales pero generan un discurso de diversidad. Habían sacado unas fotos con un cartel que decía ‘un macho menos’ y se veía a un padre con un nene de un año vestido con un pijama con corazoncitos. Lo veías y te llamaba la atención. Estaba bueno porque te hacía reflexionar. Yo tengo un hijo varón y nunca le compré un pijama con corazoncitos, ni se me ocurrió. ¿Hasta qué punto todos tenemos internalizadas ciertas cosas que van criando a las personas de una manera u otra o van acostumbrando a ciertos privilegios? Por ejemplo, la naturalidad con la que las mujeres atienden. Están acostumbradas a atender porque fueron criadas así. Eso no es natural. Es un rol que en la educación se le transmite más a la mujer. Hay generaciones que ya están mamando otro tipo de autonomía de las mujeres, independencia, autoestima mayor” (Florencia Abbate, organizadora).

“El ciberespacio ofrece al activismo social nuevas herramientas de intervención política como las campañas virtuales, el correo electrónico, los grupos de discusión, foros, boletines, manifiestos en línea, portales colectivos, sitios web de las organizaciones y agencias de información alternativa o contrainformación” (Lago Martínez, 2008: 105).

“Después del 3 de junio del año pasado la gente empezó a denunciar mucho más. Tanto la línea nacional como la de la ciudad de Buenos Aires, explotaron. Todavía no hay recursos humanos suficientes en el 144 para que funcione como debería. Entonces parte de lo que pasó es que muchas mujeres se atrevieron a denunciar, pero después no hubo un Estado que las acompañara en esa denuncia. Nosotras habíamos hecho una serie de spots con famosos, donde invitaban a las mujeres a denunciar. Eran distintos mensajes para decir que no estabas sola, que denunciaras, que llamas al 144. Los guardamos, porque no sabíamos si no estábamos mandando a esas mujeres al cadalso. ¿Las estás mandando a que denuncien, para que después nadie las escuche?” (Mercedes Funes, organizadora).

“Hay complementariedad entre la movilización y las asambleas, marchas, actos públicos, material gráfico, radio y televisión comunitaria, fotografía, cine, arte político callejero y otras experiencias que centran la actividad en la comunicación y en la imagen, integrando con inteligencia las expresiones escritas, sonoras, visuales y gestuales. La intención no es globalizar la experiencia unificándola, sino recrear formas de cooperar, donde cada proceso local tiene su propio lenguaje y forma de coordinación” (Lago Martínez, 2008: 105).

“Las intervenciones artísticas que ocurrieron en las marchas de Ni Una Menos fueron absolutamente libres. Nadie lo reguló. Se había planteado la posibilidad de hacer una especie de festival. Mucha gente nos llamaba para decirnos: ‘Si quieren, toco’. ‘No, gracias. Si querés, tocá en la plaza. Acá vamos a ser todos iguales’. Los únicos que tenían un tratamiento especial eran los familiares de las víctimas. Venían estrellas de la televisión y nos decían: ‘Quiero entrar al corralito donde están los familiares, quiero estar ahí adelante’. Se querían sacar la foto o tenían buenas intenciones. ‘Te agradezco, pero las únicas personas que se sientan acá son los familiares’. Tampoco los quisimos subir al escenario. El escenario sólo era para leer el manifiesto” (Gabriela Comte, organizadora).

Nuevos modos de organización y acción colectiva

“Diferentes contextos sociales generan formas distintas de acción colectiva. Si la fábrica fue la infraestructura que resultó en una forma organizativa concreta, la base de los movimientos obreros contemporáneos, Internet lo ha sido para las formas de contrapoder en la sociedad red. Actualmente, las luchas sociales se libran en red, así tanto las dinámicas de dominación como las de resistencia están basadas en la formación de redes y en la estrategia de ataque y defensa mediante redes” (Haro Barba, 2011: 26).

“En esa convocatoria que empezamos a hacer, primero acudimos a famosos. Lo que nos pasó es que espontáneamente los políticos empezaron a levantar su cartelito. Esta gente tiene otra responsabilidad, no es levantar el cartelito nada más. Entonces armamos #DeLaFotoALaFirma y los invitamos a firmar un compromiso de cinco puntos contra la violencia machista. Entonces empezamos a lograr que se comprometieran de otra manera. Probablemente no hubiera pasado nada, si no se levantaba toda esa gente en 120 localidades de todo el país, más las réplicas en el exterior, más las 250 mil personas en el Congreso” (Mercedes Funes, organizadora).

“Según Fernando Flores, ‘la comunicación y la organización están totalmente ligadas’, ya que ‘la organización permite o no la comunicación, y la organización se realiza a través de la comunicación’” (Scolari, 2008: 23). Los nuevos movimientos sociales de origen telemático están organizados en torno a redes flexibles y descentralizadas, horizontales. Ni Una Menos es un ejemplo de organización en red que se suma a los movimientos *glocales* por la justicia global y que ofrece un modelo diferente para la creación de una sociedad alternativa, más democrática. Las TIC han permitido al movimiento comunicarse, organizarse y coordinarse a gran escala.

“Ahora tengo más diálogo y relación con las cosas que hacen las de Facebook. También se abrió un canal de participación más amplio. Están las Ni Una Menos, pero también hay un grupo de gente que somos adherentes y nos convocan cuando hay algún tema específico para trabajar. Yo laburo mucho derechos sexuales y reproductivos, entonces me convocan para toda la línea que ellas laburan de apoyo a causas de aborto o de solicitud de acceso a salud sexual y reproductiva. Lo mismo pasa con otro tema que trabajo mucho, que es Justicia y perspectiva de género aplicada a la Justicia. Entonces en todo lo que es ese mapa también me llaman a mí. Después tienen una lista de contactos de otras adherentes a las cuales llaman cuando tienen otros temas. Esa comunicación se da por *mail*, Facebook, teléfono, WhatsApp. Nos comunicamos como se comunican todos con todos habitualmente. A veces también hay reuniones organizativas” (Sabrina Cartabia, organizadora).

“Los nuevos movimientos sociales han apostado por un conjunto de técnicas con la ayuda de las TIC para desarrollar acciones tanto en las arenas en línea como fuera de línea” (Haro Barba, 2011: 27). Se distinguen las siguientes:

- Reuniones o asambleas virtuales: en el caso de Ni Una Menos, comenzaron a través de redes sociales. Su función principal es facilitar la coordinación de las asambleas presenciales. Se deciden fechas y lugares de reunión, se comparte material sobre el

que debatir, se proponen líneas de trabajo y argumentación, pero estos encuentros virtuales no poseen carácter decisorio. Las decisiones relevantes se toman en las asambleas presenciales.

- Convocatorias para acciones fuera de línea: las redes sociales fueron los medios utilizados para las convocatorias de Ni Una menos para tomar el espacio público, organizando las manifestaciones en la Plaza del Congreso y en otros lugares. Esto ha facilitado la difusión de los mensajes a círculos de ciudadanos no movilizados cada vez más extensos y más alejados del núcleo convocante.
- Coordinación de las acciones en tiempo real: la posibilidad de comunicación en tiempo real entre los activistas desde diferentes puntos estratégicos hace que el movimiento “alcance un grado muy superior en la racionalidad de la acción colectiva” (Haro Barba, 2011: 27).
- Información de las acciones en tiempo real: la constante evolución de las TIC también colabora a una mayor efectividad e impacto de los nuevos movimientos sociales. Las convocatorias del 3 de junio del año pasado y de este comenzaron a circular por las distintas redes sociales, hasta que, finalmente, fueron emitidas en los informativos de los medios masivos de comunicación.
- Difusión de información: las TIC facilitan un acceso directo a la información referente a Ni Una Menos, desde la página web propia, redes sociales y portales alternativos de información.
- Búsqueda de adhesiones en línea: métodos para visibilizar el seguimiento de la convocatoria a través de la publicación de fotografías con el cartel #NiUnaMenos en redes sociales. Lo que puede denominarse el “activismo a un clic”. Este tipo de acciones consiguen mucha aceptación entre los simpatizantes del movimiento que no llegan a movilizarse presencialmente.

Las protestas que evidencian la necesidad de hacerse presente, de ser tenidos en cuenta, no sólo recurren a las posibilidades que les brindan las TIC, sino que también hacen uso del lenguaje y formas de la publicidad comercial y el marketing político. “Proponen nuevas interpretaciones de los productos culturales más extendidos” (Haro Barba, 2011: 29).

“En ese momento yo era editora de *Gente*. Trabajé muchísimo en la convocatoria de famosos. Al principio fue ir por los referentes más importantes. También fue un laburo explicar ‘Tinelli para feministas’. ¿Por qué nos interesa? Porque es el programa más visto de la televisión argentina. Sí, cortó la pollerita. Pero es un señor que va a levantar el cartel y va a decir que es importante que vayamos a marchar y, en todo caso, va a repensar sus propias prácticas. ¿Por qué no queremos incluirlo en eso? Si cada vez que están en campaña, los políticos van al programa de Tinelli. Nosotros tenemos una campaña que queremos que realmente sea masiva. Vayamos por lo masivo. ¿Por qué no ir por Susana Giménez? Fuimos por todos. La idea era hacer de Ni Una Menos una causa *mainstream* –tendencia predominante–, desde un lugar bueno. Que fuera realmente para todo público. Que la gente de

a pie pudiera apropiarse del tema, marchar y darse cuenta de que estaba expuesta a violencia cuando no lo sabía” (Mercedes Funes, organizadora).

Ni Una Menos incorporó prácticas de recreación de iconos de la cultura de masas y del marketing político para la difusión de la convocatoria, la atracción de la mirada de los medios de comunicación convencionales y, en suma, la búsqueda de visibilidad. Pero supo combinarlo con un proceso de pedagogía política. Con esta base plantea reformas estructurales en el orden de la representación –partidista y mediática– y las políticas económico-sociales.

“Con Mirtha Legrand nos pasó algo muy bueno. Siento que Mirtha representa, en gran medida, la mirada de una porción de la sociedad, un grupo de la sociedad que tiene determinada edad, que se sienta a verla todos los domingos. Para hablar del tema de la violencia machista en un programa, Mirtha llevó a la cantante Laura Miller. Ella estaba contando cómo le pegaba el novio y Mirtha le dijo: ‘¿Vos qué hacías para que te pegue?’. Capaz que mucha gente se hacía esa pregunta. Es una pregunta mal formulada. Está mal pensarlo. ¿Qué hizo Mirtha? Pidió disculpas en ese programa y al siguiente abrió el programa levantando el cartel con la convocatoria a la marcha y diciendo que se había equivocado mucho, que estaba mal hacer esa pregunta. Si eso sirvió para que Mirtha y, a través de ella, una parte importante de la sociedad repensara por qué revictimizar a la víctima. Buenísimo, es el público que yo quiero. Ya sé que al grupo que se dedica a pensar esto desde hace años, le parece un horror, jamás revictimizaría. Pero quiero que eso lo sepa también la señora que mira a Mirtha Legrand, que no justifique nunca la violencia, y que cuando le pegan a la vecina no se pregunte si es una loca o qué habrá hecho o que la mande a cocinarle un guisito al marido para que se amiguen. Quiero que esa señora intervenga, que diga: ‘Llamo al 144. Me meto, digo algo, la ayudo’” (Mercedes Funes, organizadora).

“No hay una preconstitución estructural de los grupos y movimientos de emancipación, porque las nuevas formas de opresión se revelan discursivamente en los procesos sociales donde se forja la identidad de las víctimas. [...] La emancipación por la que se lucha, tiene como objetivo transformar lo cotidiano de las víctimas de la opresión aquí y ahora y no en un futuro lejano. La emancipación comienza hoy o no comienza nunca. De ahí que los nuevos movimientos sociales, con la excepción parcial del movimiento ecológico, no se movilicen por responsabilidades intergeneracionales” (De Sousa Santos, 2001: 178-179).

“En otros temas de políticas sociales o distintas demandas se puede ser gradualista. En la violencia de género, si te quedás en el medio, estás en el peor momento, peor que si no hubieras empezado. Porque la reacción que se despierta es más grave. No podés decirle a una mujer: ‘Comete un cachetazo y no denuncies. Quedate en tu casa’. No. ‘Salí y denunciá’. Pero si a esa mujer le decís que denuncie y después no se aprueba el patrocinio jurídico gratuito, esa mujer no tiene un abogado ni ninguna forma de protección. Si no se aprueba la tobillera electrónica, esa mujer está más en peligro que si no hubiera denunciado. La reacción social y de la televisión también es de un machismo más fuerte. El machismo reacciona frente a las mujeres que dicen que no” (Luciana Peker, organizadora).

“La lucha emancipadora, siendo maximalista, dispone de una temporalidad absorbente que compromete en cada momento todos los fines y todos los medios, siendo difícil la planeación y la acumulación y por lo tanto más probable, la discontinuidad. Porque los momentos son ‘locales’ de tiempo y de espacio, la fijación momentánea de la globalidad de la lucha también es una fijación localizada, y es por eso que lo cotidiano deja de ser una fase menor o un hábito descartable para pasar a ser el campo privilegiado de la lucha por un mundo y una vida mejores” (De Sousa Santos, 2001: 180).

“Tenés que hacer el avance y las demandas, pero eso es peligroso. No es gratuito. Hay que tener en cuenta eso. La reacción de la violencia es más fuerte. Conozco la crítica acerca de que con los refugios las que terminan encerradas son las mujeres y estoy de acuerdo con eso. Pero en este momento construiría mil refugios. En este momento tenés que salvar la vida de las mujeres. Hoy en la Argentina hay un problema grave: las mujeres denuncian mucho y no podemos salvar sus vidas. En este momento pondría el acento en salvarles la vida, pero falta mucho para lograrlo. No sólo haría refugios. También pondría tobilleras electrónicas, abogados, capacitaría al Poder Judicial” (Luciana Peker, organizadora).

“Frente a la transformación de lo cotidiano en una red de síntesis momentáneas y localizadas, de determinaciones globales y maximalistas, el sentido común y el vulgar del día a día, tanto público como privado, tanto productivo como reproductivo, se desvulgarizan y pasan a ser oportunidades únicas de inversión y protagonismo personal y de grupo. De ahí la nueva relación entre subjetividad y ciudadanía” (De Sousa Santos, 2001: 180).

“El femicidio tiene mucha llegada porque todas las mujeres que quedamos vivas somos sobrevivientes de femicidio. ‘Femicidio’ no es solamente que te mate tu marido, también es toda la situación hasta que llegás ahí. Todas hemos sido acosadas, amenazadas. Entonces todas somos víctimas de esa violencia. Más que ‘víctimas’, me gusta decir ‘sobrevivientes’. Porque del lugar de la víctima no se sale. Víctimas son las muertas. Las vivas, no. Si no, nos quedamos como objetos y no como sujetos” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

Dos meses antes del primer Ni Una Menos, La Casa del Encuentro presentó su informe sobre femicidios en la Argentina. Ahí se afirmó que en los siete años previos fueron asesinadas 1.808 mujeres, por ser mujeres. En 2014 fueron 277. De los relevamientos que hacen sobre los casos publicados en los medios surgió el dato de que ocurre un femicidio cada 30 horas.

“Salvo las redes de trata, que son cuestiones particulares, en general en la Argentina los femicidios son crímenes de violencia doméstica, de exparejas o violencia sexual. Ese es el hilo más fuerte. No es una estructura mafiosa organizada, que es la que puede matarte como periodista por denunciarlos. Entre un 3 de Junio y otro hubo 39 casos de tipos que asesinaron a sus parejas o exparejas y después se suicidaron. Es una locura, una cosa demencial. Lo veo vinculado con las reacciones de contraataque frente a mayores libertades, pensando en los casos de las minas que se separan, el tipo no acepta la separación o la conformación de una nueva pareja y termina asesinándola. Esa tipificación cubre muchos casos. También hay que pensar en términos de libertades lo que pasa con la ola de asesinatos de adolescentes que las

matan cuando salen a bailar. El mensaje es: ‘No podés andar sola en la calle’” (María Pía López, organizadora).

Todo esto tiene su reflejo en el lema de la movilización. “Ni Una Menos es una multitud de cuerpos. Cuerpos impugnando las violencias reunidos en el espacio público. Cuerpos que sobreviven en el vilo de la dominación patriarcal. Cuerpos reclamando la cuenta. En 1995 Susana Chávez acuñó la consigna ‘ni una más’, que identifica la lucha contra los femicidios en México. La escritora y activista que escribió ‘Sangre’ en homenaje a una de las tantas mujeres muertas, apareció asesinada en 2011. A esa consigna le siguió ‘ni una mujer menos, ni una muerta más’. No se trataba tan sólo de un problema del lenguaje. Era un tema de cuentas. La cuenta que no cierra. No queremos que nos arrebaten a otra mujer. Por eso las contamos: 1.808 asesinadas, 700 desaparecidas, 400 huérfanos” (Bidaseca, 2015: 36-37).

Subjetividad y ciudadanía en los nuevos movimientos sociales

“Uno de los más encendidos debates sobre los nuevos movimientos sociales incide en el impacto de estos en la relación subjetividad-ciudadanía. Según algunos, los nuevos movimientos sociales representan la afirmación de la subjetividad frente a la ciudadanía. La emancipación por la que luchan no es política sino ante todo personal, social y cultural. Las luchas en que se traducen se pautan por formas organizativas –democracia participativa– diferentes de las que precedieron a las luchas por la ciudadanía –democracia representativa–” (De Sousa Santos, 2001: 180).

“Esto nos ayudó socialmente también: a uno le cambia más rápido el chip ante una situación de violencia ajena, porque se da cuenta de que no es ajena. La violencia de género es algo público. Si hay una situación de violencia, hay que intervenir. Cambiar ese chip es muy importante. Y me parece que las figuras famosas finalmente llegan a otro público y hasta hacen una autocrítica. Entonces estamos donde queremos, repensándonos. Justamente a esto hemos llegado porque no somos infalibles en este tema. Nos matan a una cada 30 horas” (Mercedes Funes, organizadora).

“Al contrario de lo que se dio con el dúo *marshalliano* ciudadanía-clase social en el período del capitalismo organizado, los protagonistas de estas luchas no son las clases sociales, son grupos sociales, a veces mayores, a veces menores que las clases, con contornos más o menos definidos en función de intereses colectivos, a veces muy localizados, pero potencialmente universalizables” (De Sousa Santos, 2001: 180).

“Me sorprendió que hubiera muchísimos varones este año. El año pasado también. Pero este año hubo muchísimos y con carteles. Por ejemplo, había un pibe que decía: ‘Empecemos a cuestionar nuestros privilegios’. Hace 10 años era algo impensable que un pibe saliera con un cartel que dijera eso y que nadie lo gastara. También había muchos padres y madres con hijos con carteles reflexionando sobre las formas de la crianza: ‘No crío princesas ni machitos violentos’. Son todos temas culturales que no son menores, porque tenemos muy internalizadas ciertas cuestiones de la cultura patriarcal” (Florencia Abbate, organizadora).

“Las formas de opresión y de exclusión contra las cuales luchan los nuevos movimientos sociales no pueden, en general, ser abolidas con la mera concesión de derechos, como es típico de la ciudadanía; exigen una reconversión global de los procesos de socialización y de inculcación cultural y de los modelos de desarrollo, o exigen transformaciones concretas, inmediatas y locales –por ejemplo, el cierre de una central nuclear, la construcción de una guardería infantil o de una escuela, la prohibición de publicidad violenta en la televisión–, exigencias que, en ambos casos, van más allá de la mera concesión de derechos abstractos y universales” (De Sousa Santos, 2001: 180).

“Considero que no hace falta otra ley. Ni siquiera estoy demasiado convencida de que sea necesaria la Emergencia en Violencia de Género ni ninguna de esas cosas. Siento que lo que hace falta es aplicar la ley que está. El plan es una de las exigencias de la Ley de Protección Integral a las Mujeres, así que sería empezar a cumplir la ley. La ley existe. Tenemos una ley que es muy buena. Tiene que cumplirse en todos los niveles. El plan consiste en implementar la ley, es bajarla a tierra, regularla, desde el ámbito educativo, la contención, cómo asistís a la víctima” (Mercedes Funes, organizadora).

El 26 de julio de este año el presidente Mauricio Macri, junto a la ministra de Desarrollo Social Carolina Stanley y la presidenta del Consejo Nacional de las Mujeres Fabiana Túnñez, presentaron el Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres.

“Los nuevos movimientos sociales tienen lugar en el marco de la sociedad civil y no en el marco del Estado y, en relación con el Estado mantienen una distancia calculada, simétrica a la que mantienen con los partidos y con los sindicatos tradicionales” (De Sousa Santos, 2001: 180).

“La apropiación política de la causa que cualquiera podía hacer estaba servida en bandeja. Pero logramos congeniarlo porque tenemos un objetivo común muy fuerte. A ninguna de nosotras nos interesa tener un kiosco con Ni Una Menos. Todas trabajamos de cosas distintas. Hacemos esto voluntariamente, por compromiso y porque nos damos cuenta de que pasan cosas. Eso es muy estimulante. Cuando uno dona su tiempo y sus ganas por algo en lo que cree y después hay una devolución en términos de lo que pasa, el incentivo está. Y obviamente, a nosotras nos interesa más que a nadie que la bandera de Ni Una Menos no se manche. Que no se manche porque alguien la usa políticamente ni por ningún motivo. El objetivo es muy importante, muy noble y todavía hay mucho por hacer” (Mercedes Funes, organizadora).

“La distancia de los nuevos movimientos sociales con el Estado es más aparente que real, pues las reivindicaciones globales-locales siempre acaban por traducirse en una exigencia hecha al Estado y en los términos en que el Estado se sienta ante la contingencia política de tener que darle respuesta” (De Sousa Santos, 2001: 180).

“Apuntamos a la discusión y a que haya políticas públicas a partir de eso. Nuestra idea es mover el amperímetro. Obviamente que el objetivo final y más hermoso sería que se terminara la violencia machista en el país, que no haya más muertas por femicidios. La

consigna es 'basta de femicidios'. Pero para llegar a eso, necesitás voluntad política. Entonces hay que ir por todos los caminos que se pueda para lograr eso, sin traicionarnos" (Mercedes Funes, organizadora).

"Fernando Calderón y Elizabeth Jelin afirman que, en contraste con lo que pasa en los países centrales, 'una de las características propias de América Latina es que no hay movimientos sociales puros o claramente definidos, dada la multidimensionalidad, no solamente de las relaciones sociales sino también de los propios sentidos de la acción colectiva'" (De Sousa Santos, 2001: 180-181).

"La Argentina se diferencia de otros países como Estados Unidos, donde cada comunidad lucha como si estuviera todo separado: los negros por un lado, los latinos por otro, las lesbianas por otro, los gays por otro. Acá todas las cosas que se han logrado se consiguieron de una manera mucho más colectiva. Hay una militancia más heterogénea, que se identifica con la causa del otro. No está esa cosa tan de gueto. Entonces me parece lógico que en la causa de las mujeres también haya un gran nivel de diversidad" (Florencia Abbate, organizadora).

"La novedad de estos movimientos sociales no reside en el rechazo de la política sino, al contrario, en la ampliación de la política hasta más allá del marco liberal de la distinción entre Estado y sociedad civil. [...] La idea de la obligación política horizontal entre ciudadanos y la idea de la participación y de la solidaridad concretas en la formulación de la voluntad general, son las únicas susceptibles de fundar una nueva cultura política y, en última instancia, una nueva calidad de vida personal y colectiva" (De Sousa Santos, 2001: 181).

"No somos apolíticas ni antipolíticas. Nos parece bien que los partidos participen, siempre que se hagan cargo y lo trabajen desde sus plataformas y con sus diputados, senadores, etcétera. Nosotras queremos sumar a eso. No estamos en contra de la política. Hacemos una política que es micropolítica, pero queremos articular con la macro. Creemos que no hay ninguna solución en la negación de la macropolítica. Tenemos que vivir en un país donde hay presidente, tenemos que votar. No negamos todo el sistema macropolítico, porque finalmente dependemos de él" (Cecilia Palmeiro, organizadora).

"La politización de lo social, de lo cultural, e incluso de lo personal, abre un inmenso campo para el ejercicio de la ciudadanía y revela, al mismo tiempo, las limitaciones de la ciudadanía de extracción liberal, incluso de la ciudadanía social, circunscrita al marco del Estado y de lo político por él constituido. [...] De ahí la preferencia por la acción política no institucional, fuera del compromiso neocorporativista, dirigida a la opinión pública, con vigorosa utilización de los medios de comunicación social, involucrando casi siempre actividades de protesta y confiando en la movilización de los recursos que ellas proporcionan" (De Sousa Santos, 2001: 181-182).

Estrategias y tácticas

La capacidad de organizar una acción común a través del ciberespacio, la construcción organizativa de Ni Una Menos y la continuidad de su agenda de acciones representan un

ejemplo de la experiencia de los nuevos movimientos sociales. La comunicación en tiempo real desde cualquier punto del país –y del planeta– implica un salto en la comprensión del tiempo y del espacio de manera que las identidades y las funciones sociales que estaban estrechamente relacionadas con el lugar físico pasan a redefinirse paulatinamente.

“La estrategia es el cálculo –o a la manipulación– de las relaciones de fuerzas que se hace posible desde que un sujeto de voluntad y de poder –una empresa, un ejército, una ciudad, una institución científica– resulta aislable. La estrategia postula un lugar susceptible de ser circunscrito como algo propio y de ser la base donde administrar las relaciones con una exterioridad de metas o de amenazas –los clientes o los competidores, los enemigos, el campo alrededor de la ciudad, los objetivos y los objetos de la investigación, etcétera–. Como en la administración gerencial, toda racionalización ‘estratégica’ se ocupa primero de distinguir en un ‘medio ambiente’ lo que es ‘propio’, es decir, el lugar del poder y de la voluntad propios” (De Certeau, 2000: 42).

“Hay una moda global del feminismo. Beyoncé –cantante estadounidense– se hace la feminista. En el pop se habla sobre feminismo. Me parece que está bueno agarrar eso y llevarlo para nuestro lado. Y no que ellos se lleven lo nuestro para su lado. El feminismo es un campo de debate material, de luchas. Hay muchas fuerzas muy distintas dentro del feminismo. El debate sobre prostitución es capaz de quebrar el movimiento. Están las abolicionistas y las que están a favor del trabajo sexual. Entre ellas se pueden destruir. También hay un feminismo que está en contra del aborto, aunque parezca mentira. Hay mil posiciones dentro del feminismo. Me parece que Ni Una Menos agarró las posiciones más radicales y las llevó a la agenda pública. Eso es lo mejor y por eso vale la pena seguir” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“La instauración de una división entre un lugar propio y el ajeno va acompañada de efectos considerables. Uno de ellos es que lo ‘propio’ constituye una victoria del lugar sobre el tiempo. Permite capitalizar las ventajas adquiridas, preparar las expansiones futuras y darse así una independencia con relación a la variabilidad de circunstancias. Es un dominio del tiempo por medio de la fundación de un lugar autónomo” (De Certeau, 2000: 42).

“Lo del 3 de Junio es pura ganancia. Nosotras ya sabemos que el 3 de junio del año que viene la gente va a volver a marchar. Creo que está institucionalizado como el 24 de Marzo. Además, lo que tiene de bueno esta fecha es que nos trasciende en términos ideológicos. Es difícil estar en contra. Puede haber mayor o menor compromiso, pero es muy difícil estar en contra. Y cada vez se comprometen más. Lo que me pasó este año fue que todo el mundo me decía: ‘Nos vemos el 3. Voy a ir’. El año pasado hubo que remar. Este año salió solito” (Mercedes Funes, organizadora).

“También se produce un dominio de los lugares mediante la vista. La partición del espacio permite una práctica panóptica a partir de un lugar desde donde la mirada transforma las fuerzas extrañas en objetos que se pueden observar y medir, controlar por tanto e ‘incluir’ en su visión. Ver –de lejos– será también prever, adelantar el tiempo mediante la lectura de un espacio” (De Certeau, 2000: 42-43).

“Recién el mismo 3 de junio del año pasado nos dimos cuenta de la magnitud de la convocatoria. Nosotras llegamos muy temprano ese día y de repente empezamos a ver la cantidad de gente que había, las calles cortadas. Incluso no registramos todo hasta que después vimos las fotos, porque estábamos en el lugar donde habíamos preparado un corralito para los familiares de las víctimas, porque era una situación muy fuerte. Sabíamos que iba a haber mucha gente, pero no tanta. Y como iba a haber medios que habíamos convocado, los queríamos cuidar un poco más para que no tuvieran que hablar con la prensa sí o sí. Cuando miramos desde el escenario no lo podíamos creer. No se podía pasar por adelante del escenario, por atrás ni varias cuerdas a la redonda. Uno pensaba: ‘Sí, venite. Nos encontramos a las cinco de la tarde. Nos vemos ahí’. Pero era imposible. Ese día no funcionaban los celulares” (Mercedes Funes, organizadora).

“Sería legítimo definir el poder del conocimiento por medio de la capacidad de transformar las incertidumbres de la historia en espacios legibles. Pero es más exacto reconocer en estas ‘estrategias’ un tipo específico de conocimiento, el que sustenta y determina el poder de darse un lugar propio. [...] Dicho de otra forma, un poder es la condición previa del conocimiento, y no sólo su efecto o su atributo. Permite e impone sus características. Ahí se produce” (De Certeau, 2000: 43).

“Para mí, la marcha del año pasado fue la marcha de la palabra. Así como en un momento se hizo la marcha del silencio por el caso de María Soledad Morales, por todos los prejuicios sociales que existían alrededor del femicidio en ese momento. Pero esta era la marcha de la palabra, todo el mundo estaba hablando. Tengo mucha experiencia en entrevistar víctimas que me buscan a mí o yo las busco a ellas, pero acá era impactante mirar a alguien al azar y todas habían sido víctimas de violencias graves. Era realmente impactante la sensación de masividad de las historias, que se hacen carne en las mujeres y Ni Una Menos les dio la posibilidad de contarlo. Eso de no estar solas me impactó mucho” (Luciana Peker, organizadora).

María Soledad Morales fue una joven catamarqueña de 17 años violada y asesinada en 1990 en San Fernando del Valle. Por el crimen fueron condenados Guillermo Luque –hijo del diputado nacional Ángel Luque– y Luis Tula –exnovio de María Soledad–.

“En relación con las estrategias, se llama ‘táctica’ a la acción calculada que determina la ausencia de un lugar propio. Por tanto ninguna delimitación de la exterioridad le proporciona una condición de autonomía. La táctica no tiene más lugar que el del otro. Además, debe actuar con el terreno que le impone y organiza la ley de una fuerza extraña. No tiene el medio de mantenerse en sí misma, a distancia, en una posición de retirada, de previsión y de recogimiento de sí. Es movimiento en el interior del campo de visión del enemigo y está dentro del espacio controlado por este. No cuenta pues con la posibilidad de darse un proyecto global ni de totalizar al adversario en un espacio distinto, visible y capaz de hacerse objetivo” (De Certeau, 2000: 43).

“Al mismo tiempo que disputás la baja del umbral de tolerancia de la violencia, la reacción machista es más poderosa. Entonces vimos que del 3 de junio del año pasado a este,

aumentaron los crímenes, no bajaron. Aumenta la saña de los crímenes. Llegamos a la marcha de este año con tres niñas de 12 años asesinadas el fin de semana previo. Al día siguiente continuaron las violaciones y los intentos de asesinatos de niñas. Es una cosa de una crueldad demencial. Entonces, por un lado, hay una puesta en la escena pública de lo que está en debate. Y al mismo tiempo hay un castigo feroz a la misma puesta en público. Esa es la reacción del que se ve amenazado, es un contraataque” (María Pía López, organizadora).

Guadalupe Medina, de 12 años, fue violada y estrangulada en Rosario el 25 de mayo de este año. El sábado siguiente encontraron el cadáver de Micaela Aldana Ortega, la niña de 12 años que estaba desaparecida desde hacía un mes, en Bahía Blanca. Milagros Daiana Torres, también de 12 años, fue asesinada en Tucumán el domingo posterior.

“La táctica obra poco a poco. Aprovecha las ‘ocasiones’ y depende de ellas, sin base donde acumular los beneficios, aumentar lo propio y prever las salidas. No guarda lo que gana. Este ‘no lugar’ le permite, sin duda, la movilidad, pero con una docilidad respecto a los azares del tiempo, para tomar al vuelo las posibilidades que ofrece el instante. Necesita utilizar, vigilante, las fallas que las coyunturas particulares abren en la vigilancia del poder propietario. Caza furtivamente. Crea sorpresas. Le resulta posible estar allí donde no se le espera. Es astuta” (De Certeau, 2000: 43).

“La primera convocatoria fue mucho más espontánea, más casual. No se imaginaron que iba a llegar a ese nivel. Tiraron una consigna y la sociedad estaba lista para prenderse” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“La táctica es un arte del débil. [...] La astucia es posible al débil, y a menudo ella sola, como un ‘último recurso’: ‘mientras más débiles son las fuerzas sometidas a la dirección estratégica, más capaz será esta de astucias’, es decir que más se transforma en táctica. [...] La táctica, prestidigitación en efecto, se introduce por sorpresa dentro de un orden” (De Certeau, 2000: 43-44).

“Me parece que la coyuntura es trágica y si no hacemos algo, esto va cada vez peor. Es el momento de la acción y la imaginación colectivas para pensar una salida a este horror. Es un proceso de concentración del capital. Cada tanto el capitalismo tiene estos procesos de crisis y súper concentración, para lanzar una nueva fase donde el patriarcado tiene las de ganar, obviamente. El patriarcado funciona como un modo de desposesión de ciertas clases y sectores. Los que concentran el capital son los machos blancos. El patriarcado funciona como una técnica para esa concentración de capital. Es una cuestión global, no es sólo acá. En Estados Unidos vemos a Donald Trump –candidato a presidente–, la masacre de Orlando –al menos 50 personas murieron en un tiroteo ocurrido en una discoteca gay de Florida–. En Inglaterra se produjo el asesinato de una representante progresista –Jo Cox– por parte de un loco fanático ultranacionalista. Que exista ISIS es una cosa horrorosa de machos. El patriarcado está a pleno, como parte de esta movida del capitalismo. Entonces me parece interesante encarar una lucha por ese lado” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“Sin lugar propio, sin visión globalizadora, ciega y perspicaz como sucede en el cuerpo a cuerpo sin distancia, gobernada por los azares del tiempo, la táctica se encuentra

determinada por la ausencia de poder, como la estrategia se encuentra organizada por el principio de un poder. Desde este punto de vista, su dialéctica podrá ilustrarse con el antiguo arte de los sofistas. Autor de un gran sistema 'estratégico', Aristóteles se interesaba mucho en los procedimientos de este enemigo que pervertía, pensaba él, el orden de la verdad. De este adversario proteiforme, rápido, sorprendente, cita una fórmula que [...] puede finalmente definir la táctica tal como se entiende aquí: se trata [...] de 'convertir la posición más débil en la más fuerte'" (De Certeau, 2000: 44).

"En muchos casos son mujeres con hijos a cargo las que pierden el sostén económico cuando empiezan a hacer una denuncia. En Estados Unidos ahora hay una campaña muy buena que habla de la prisión que significa la dependencia económica. La hacen con la ropa de 'Orange Is The New Black' –serie televisiva–. Están todos de naranja y dicen: 'Nosotros tenemos una prisión invisible. Tenemos un montón de mujeres que están presas por la dependencia económica y se bancan situaciones de violencia porque no tienen cómo mantener su casa'. Pensá en una persona que toma la decisión de bancársela sola, con familia numerosa, ir a denunciar y llevar todos los papeles de un lado para el otro. Hacen falta abogados que sepan, policías que sepan, jueces que sepan. Porque después también tenés fallos absurdos. Es toda una cadena que hay que trabajar" (Mercedes Funes, organizadora).

"En su estrechamiento paradójico, la táctica corta la relación de fuerzas que está en el principio de una creatividad intelectual tan tenaz como sutil, inalcanzable, en espera de todas las ocasiones, diseminada en los terrenos del orden dominante, ajena a las reglas que impone la racionalidad basada en el derecho adquirido de un lugar propio" (De Certeau, 2000: 44-45).

"Se llegó a lo *mainstream* porque hubo mucha suerte, hubo algo que catalizó. Si no hubiera habido una necesidad social en ese sentido, no habría pasado nada entre el 11 de mayo y el 3 de junio de 2015. Pero hubo una escucha atenta, hubo gente hablando de algo que por ahí no estaba hablando antes, desde ciertos espacios de los medios, convocando a otras personas, figuras que se sumaron. Eso ayudó muchísimo a amplificarlo. Así creció, así escaló" (Soledad Vallejos, organizadora).

"Las estrategias son acciones que, gracias al principio de un lugar de poder –la propiedad de un lugar propio–, elaboran lugares teóricos –sistemas y discursos totalizadores– capaces de articular un conjunto de lugares físicos donde se reparten las fuerzas. Las estrategias combinan estos tres tipos de lugares, y tienden a dominar a unos con otros. Privilegian pues las relaciones de lugares. Al menos se esfuerzan por restaurar las relaciones temporales mediante la atribución analítica de un sitio propio para cada elemento particular y mediante la organización combinatoria de movimientos específicos de unidades o de conjuntos de unidades. El modelo fue militar, antes de ser 'científico'" (De Certeau, 2000: 45).

"La demanda tiene que hacerse a través de la movilización social y de los reclamos a todos los poderes del Estado. Acá el Ejecutivo nos debe política pública, el Legislativo nos debe respuestas y el Judicial nos debe muchas respuestas. El Judicial es el poder que más viola los derechos de las mujeres y los derechos humanos en general. Según un informe del CELS de la semana pasada, el 80 por ciento de las causas que tenemos en comités

internacionales de derechos humanos son por incumplimientos del Poder Judicial. Estamos teniendo problemas si los que van a administrar justicia y reconocer derechos son justamente los que más están vulnerando nuestros derechos y no generan respuestas acordes a las necesidades de las mujeres. Ahí tenemos que dar una discusión y una batalla que es fundamental” (Sabrina Cartabia, organizadora).

“Las tácticas son procedimientos que valen por la pertinencia que dan al tiempo: en las circunstancias que el instante preciso de una intervención transforma en situación favorable, en la rapidez de movimientos que cambian la organización del espacio, en las relaciones entre momentos sucesivos de una ‘jugarreta’, en los cruzamientos posibles de duraciones y de ritmos heterogéneos, etcétera” (De Certeau, 2000: 45).

“El año pasado algunas compañeras de Twitter se encargaron más de la parte logística. Fundamentalmente Marcela Ojeda, que tomó a su cargo el trabajo del armado de la logística. El escenario fue cedido por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, lo cual dio lugar a discusiones políticas. La principal fue que nosotras dijimos: ‘Lo paga el macrismo, pero no puede haber nadie del Gobierno de la Ciudad’. Igualmente Hernán Lombardi –Ministro de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires, en ese entonces– intentó entrar al corralito y lo hizo. Entonces tuvimos que echarlo, porque el tipo evidentemente no entendió que el pacto era: ‘Aceptamos el escenario, pero acá no entra ningún funcionario’. También era muy difícil porque veníamos de grupos políticos distintos. Se cumplía a rajatabla el pacto de que no entraban políticos o se enquilombaba la marcha. Fuimos obligadas a una transversalidad muy dura. Eso se garantizó así. El Gobierno de la Ciudad puso el escenario y un grupo de siete personas de seguridad privada en el corralito de los familiares de las víctimas. El resto de la seguridad la hacíamos nosotras mismas ahí adentro” (María Pía López, organizadora).

Nuevas subjetividades espacio-temporales

“Las tecnologías no sólo transforman al mundo, sino que también influyen en la percepción que los sujetos tienen de ese mundo. [...] Las tecnologías modifican la subjetividad relativa al tiempo y el espacio. [...] Con las tecnologías digitales parecería que los viejos espacios se reducen y que las agujas del reloj giraran más rápido. Estas mutaciones afectan a las oposiciones y diferencias que fundan nuestro sistema de significación cultural” (Scolari, 2008: 273-275).

“Ni Una Menos no terminó. Es algo que recién está empezando. Y no depende de nosotras. Eso es lo mejor: ver que está en manos de un montón de otra gente. No es Fulano ni Mengano. No sabés quién de golpe te dice: ‘Mirá, estoy en Neuquén con un grupo e hicimos tal cosa. Queremos contarles’. Pasa eso. Te mandan un *mail*, te mandan un tuit” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Así como el concepto de distancia –cerca/lejos, centro/periferia– ha ido variando en cada período histórico según las tecnologías que modelaban la percepción, también la oposición privado/público ha sufrido transformaciones por la irrupción de las tecnologías digitales. En Occidente, el sistema político moderno está atravesado por la división entre lo

público –el Estado, la plaza, el mercado– y lo privado –el hogar, la familia–. Esta frontera se ha visto modificada a lo largo de la historia por la llegada de tecnologías del hogar –ventanas, jardines–, tecnologías en el hogar –radio, televisión, Internet– o tecnologías fuera del hogar –automóvil–” (Scolari, 2008: 275).

“Gracias a que laburamos en los medios pudimos proteger mucho a los familiares de las víctimas. Estaba el escenario, el corralito de familiares y después empezaba la gente que había asistido. Nadie se acercó a esos familiares para hacer un show. Ningún colega pudo ir ahí a buscar sangre, lágrimas, un show de sufrimiento. Estuvieron súper protegidos. El golpe bajo era lo más fácil de hacer y es lo que no había que hacer. No fue fácil porque muchos colegas no lo entendían. Alguno se ofuscó. Pero había que cuidar a esa gente. Queríamos que estuvieran y que se sintieran acompañados, contenidos” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Los límites que separan lo interior de lo exterior, al mismo tiempo son permeables y permiten el intercambio. Las tecnologías electrónicas de difusión –primero la radio y después la televisión– llevaron algo del exterior a los hogares, reduciendo la necesidad de salir del mundo familiar. Otras tecnologías como el teléfono son bidireccionales y se caracterizan por incorporar algo del mundo exterior pero, al mismo tiempo, por sacar algo del ámbito privado. La web, al permitir no sólo la comunicación bidireccional sino también la constitución de comunidades virtuales, está desplazando los límites entre lo público y lo privado, superponiendo espacios individuales y colectivos” (Scolari, 2008: 275).

“Nos dimos cuenta de que si queríamos que se escuchara el documento entero en la tele, teníamos que entregarle algo a la tele, teníamos que ponerle un actor de moda como Juan Minujín, una dibujante que vende a señoras y niñas como Maitena y una actriz como Érica Rivas. Tenés que darles eso. Si no, no les sirve. ¿Vos querés que se escuche lo que estás diciendo? Bueno, poneles lo que quieren. Es así. Eso lo sabemos por laburar en los medios. Entendemos el ‘minuto a minuto’, qué es televisable y qué no” (Soledad Vallejos, organizadora).



“El espacio resignificado donde se asientan comunidades virtuales y la distancia se mide en clics es el lugar donde nacen y evolucionan las nuevas formas de comunicación. Al definir a las *hipermediaciones* como una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular, se piensa en este espacio” (Scolari, 2008: 277).

“Ni Una Menos fue una convocatoria realizada a través de las redes sociales. Entre el 11 de mayo y el 3 de junio de 2015 hubo 643.613 tuits con el *hashtag* #NiUnaMenos. 687 políticos se mostraron en 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. 834 organizaciones sociales, desde ONG hasta sindicatos, clubes y asociaciones vecinales adhirieron por las redes. 2.137 personalidades de la Argentina y 280 de otros países de América Latina tuitearon #NiUnaMenos. #NiUnaMenos se convirtió en *trending topic* –palabra o frase más repetida en una red social– mundial el 3 de junio de 2015” (Es Viral, 2015: 1).

“Los espacios no son compartimentos estancos, ya que también forman parte de la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que caracteriza a las *hipermediaciones*. Los procesos de *hipermediación* nacen en el espacio virtual pero sus efectos van mucho más allá. Su influencia se deja sentir en otros lugares, por ejemplo en los medios tradicionales impresos o electrónicos” (Scolari, 2008: 277-278).

“Tuvimos que hacer una vaquita: ‘Che, hay que tener agua para los familiares el día de la marcha’. ‘Uh, es verdad. ¿Quién puede ir a comprar?’. ‘Bueno, te damos tal día’. Básico. Parte de esa vaquita se armó con una nota que nos pidieron en un sitio web de agenda del Gobierno de la Ciudad. La escribimos y lo que se cobró fue a la vaquita, a financiar” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Todos vivimos en mayor o menor medida una aceleración de nuestras actividades y ritmos cotidianos. El tiempo asume nuevas valencias. [...] A esta experiencia subjetiva de aceleración se le debe agregar una fragmentación concreta de las comunicaciones. Ahora nos comunicamos más pero con mensajes más breves. Según Nicola Green nace un nuevo tiempo, la temporalidad móvil, que se caracteriza por el incremento en la cantidad de mensajes –SMS, correos electrónicos, publicaciones– pero de menor duración. Esto genera un sentido subjetivo de fragmentación y velocidad tanto en la fase de producción como en la de consumo comunicacional. Sin embargo, la brevedad de las comunicaciones no implica una reducción del tiempo dedicado a comunicar” (Scolari, 2008: 282).

“Una de las tareas que nos íbamos dividiendo fue la atención de toda la gente que entraba a la página y al Facebook, para ir derivando muchísimas denuncias. La gente pensaba que era una página de asistencia. Entonces nos organizamos para estar cuatro o cinco en línea casi siempre, respondiéndole a la gente y derivando todos esos casos” (Gabriela Comte, organizadora).

“La nueva dimensión temporal se complementa con una diferente vivencia espacial. Los dispositivos móviles, al no depender de una conexión fija a la red, resignifican conceptos como proximidad, presencia o movilidad. Lugares consolidados en nuestras sociedades como el espacio público o el privado también se reconfiguran. De la misma manera, cambia nuestro modo de relacionarnos con otros sujetos. [...] El hecho de poder estar siempre disponibles, en cualquier momento y en cualquier lugar, transforma la gestión de las actividades y la regulación del ciclo vital social” (Scolari, 2008: 283).

“Nosotras arrancamos con una campaña muy fuerte con famosos. Una de las primeras personas que levantó el cartel de Ni Una Menos fue Tinelli con Flor de la V en Showmatch. A la semana eso se había viralizado tanto... Jamás esperamos que pasara eso. Nosotras pensábamos: ‘Irán cinco mil personas’. Armamos un escenario con sonido para 50 mil personas. Lo que pasó nos excedió por completo” (Mercedes Funes, organizadora).

“Una nueva subjetividad temporal-espacial emerge con la incorporación de las tecnologías móviles en nuestra vida cotidiana. Según Howard Rheingold, ‘el teléfono móvil se está convirtiendo en una suerte de mando a distancia para la vida cotidiana de las personas. Las tecnologías de las multitudes inteligentes parecen modificar ya la percepción del espacio y el tiempo de algunos individuos, con efectos visibles en los espacios públicos donde cada vez hay una mayor población físicamente copresente que se comunica con otras personas ausentes” (Scolari, 2008: 283).

“El año pasado estuve al lado del escenario y me di cuenta de la dimensión después, cuando llegamos a un hotel donde nos habían dejado un saloncito para que nos reuniéramos, para tener una base de operaciones, así teníamos dónde dejar las cosas. Ahí empezamos a ver fotos, tuits, con el iPad, el teléfono. Ahí nos dimos cuenta de que algo había pasado. Igual nos costó mucho dimensionarlo. No sabíamos” (Soledad Vallejos, organizadora).

Diversificación de las estrategias de acción colectiva y la estética de la protesta

“Los movimientos poseen una clara definición de principios guías para la acción que funcionan como marco de referencia, a saber: el respeto por la diversidad, la heterarquía, la descentralización, la autonomía, la creatividad, la acción directa y la no violencia” (Lago Martínez, 2008: 107).

“Es un grupo abierto, hay personas que entran y salen, participan de lo que quieren participar. Otras nos reunimos cada dos semanas o más. Es una cosa muy libre. Estamos experimentando modos de hacer cosas juntas, que no tengan que ver con liderazgos tradicionales ni membrecías fijas. Otro tipo de colectividad” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“En las movilizaciones se ponen en práctica diversas estrategias de acción directa: bloqueos y ocupación de espacios públicos; [...] y acciones de representación directa: protestas simbólicas y de fuerte contenido lúdico –fiestas en la calle, [...] festival de arte político, dramatizaciones públicas, acciones in-formativas–, [...] pegatinas, estenciles, afiches, serigrafías, ‘hackeos’ y *ciberactivismo*. Estas acciones se caracterizan por la producción de

imágenes y signos de gran creatividad e imaginación, con el aporte de artistas militantes” (Lago Martínez, 2008: 107).

“En un momento a la diseñadora Carolina Marcucci la habían criticado por el color magenta. Sin embargo, ese color y la silueta con la pollera inmediatamente generaron identificación. A veces el feminismo radical no tiene las mejores estrategias de comunicación para llegar a sectores más masivos de la población, que no están tan compenetrados con un tema ni tienen tanta formación. Hay que interpelarlos desde otro lugar. Mientras los lleves a reflexionar sobre cómo los toca en su propia vida cotidiana, me parece que está bien. Tenés que buscar las maneras de llegar. Si no, es una causa de pocos. Lo que uno quiere es que sea una causa de todos y de todas” (Florencia Abbate, organizadora).



“Son acontecimientos totalmente autónomos y multidimensionales. Tienen su parte intelectual, cultural, antagonista y comunicacional. [...] Estas son las cuatro dimensiones de aquellos acontecimientos autoproducidos, una forma de acción directa. [...] Se adoptan consignas, logos y colores, que refieren a las características globales y universales de su lucha. [...] Utilizan estrategias de la propaganda y la publicidad” (Lago Martínez, 2008: 108).

“Estaban las chicas que coordinaban todo lo de prensa. Florencia Etcheves coordinó lo de las cámaras. Marcela Ojeda, que trabaja en Radio Continental, consiguió el escenario a través del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Ingrid fue una de las que logró que iluminaran de violeta algunos edificios” (Gabriela Comte, organizadora).

“Edificios y monumentos emblemáticos de la ciudad de Buenos Aires, tanto del Estado nacional como del local, se iluminaron de color violeta. El Planetario, el Monumento de Los Españoles, la Casa Rosada, el Congreso de la Nación y el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación fueron algunos de los espacios que brillaron con el color que se utiliza como emblema de la lucha contra la violencia hacia las mujeres. Por su parte, los letreros luminosos del subte y los carteles de tránsito incorporaron la frase ‘ni una menos’” (*Página/12*, 04/06/2015: 9).

“Brian Holmes señala que la dimensión estética y comunicativa de la acción política contemporánea es central y está totalmente entrelazada con la cuestión de la representación. Estos medios son complementarios a la acción directa y con Internet se extienden creando una representación a escala y una multiplicidad de significados de tal dimensión que una experiencia de acción directa estrictamente corpórea no podría sostener. La diseminación de los medios de representación por medio de la red es uno de los grandes cambios que ha transformado las posibilidades del activismo político” (Lago Martínez, 2008: 108).

“Los dibujos fueron una forma muy importante de difundir la marcha y también la problemática. Nos dimos cuenta de eso cuando vimos que mucha gente en las redes sociales empezaba a usar imágenes de artistas consagrados en sus fotos de perfil’, dice la periodista Marina Abiuso, una de las convocantes. El ejemplo más cabal es el dibujo de Liniers: Enriqueta, uno de sus personajes emblemáticos, levanta una mano como en lucha y entonces dice ‘ni una menos’. Esa imagen dio vueltas por todos lados, pero no fue la única: también se sumaron Bernardo Erlich, Sergio Langer y Pablo Bernasconi, entre muchos otros” (*Clarín*, 30/05/2015: 68).

“Los colectivos participan de muestras, festivales, encuentros, etcétera, y de las acciones de protesta que se emprenden en otras ciudades” (Lago Martínez, 2008: 109).

“Siempre nos pareció una deuda no poder tener una especie de red federal de Ni Una Menos. Entonces el año pasado, en el Encuentro Nacional de Mujeres de Mar del Plata, hubo un taller que convocamos nosotras invitando a todas las que estuvieran presentes que hubieran participado en la organización de Ni Una Menos en el país. Estuvo buenísimo, pero hay muchas compañeras que pueden haber organizado Ni Una Menos en todo el país que no van al Encuentro de Mujeres. Para nosotras es evidente que se vincula con el feminismo, pero no necesariamente es vivido así. Por lo menos en la primera experiencia del año anterior” (María Pía López, organizadora).

“La práctica cultural y social de estos colectivos ha modificado la cultura política del activismo local. Se produce una imbricación entre la lucha por un sentido de la representatividad política clásica de visibilidad, de inclusión, con una concepción moderna de los derechos sociales, una comprensión que delega en última instancia la acción política y [...] una nueva visión cultural y social distinta de las formas de identidad política clásicas” (Lago Martínez, 2008: 110).

“Gracias al laburo en conjunto con colegas de espacios muy *mainstream* y no tanto, Ni Una Menos se convirtió en algo que creció enormemente. Se vuelve una consigna que ahora está apropiada por un montón de sectores de todo el país, gracias a que pega ese salto. Engloba un montón de cosas. Ese es su éxito. Hablar de Ni Una Menos es hablar de poner en blanco sobre negro que hay violencia machista, hay un modo de evitar eso, hay cosas para hacer y para exigir. Además, se probó que es posible hablar de feminismo en lo *mainstream*, algo que acá no pasaba” (Soledad Vallejos, organizadora).

“La producción cultural con fines contrahegemónicos, constituye un núcleo generador de identidades grupales, que reemplazan las identidades exhibidas por otros movimientos a partir de su propia condición. Los movimientos de desocupados son un ejemplo, así como los movimientos sindicales, de larga trayectoria en la Argentina y con un importante protagonismo en el escenario político, son otro” (Lago Martínez, 2008: 110).

“Todas venimos de la literatura, el periodismo. Todas somos comunicadoras de algún orden, diseñadoras, artistas. Cada una en su profesión y su trabajo, venimos ocupadas en cuestiones de género, desigualdad, anticapitalismo. Justamente el grupo nace de esa primera

lectura de mujeres del ámbito de la literatura y la escritura. Al principio se armó una cosa casi gremial” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

Retórica

Ni Una Menos divulga en su página web www.niunamenos.com.ar el siguiente concepto de “violencia machista” y su tipificación, basándose en las definiciones que brinda la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales, vigente desde abril de 2009 en toda la Argentina.

La violencia machista es aquella que se ejerce mediante toda acción, u omisión, dentro del marco de una relación desigual de poder, que de manera directa o indirecta, tanto en el ámbito público como privado, afecta la vida, libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, y por el hecho de ser o sentirse como una mujer.

La violencia machista adopta diversos tipos:

- Física. Si produce daño, dolor, o riesgo de producirlo, en el cuerpo o cualquier otra forma de maltrato que afecte la integridad física.
- Psicológica. Si causa daño emocional; si afecta la autoestima, perjudica o perturba el desarrollo personal; si busca degradar, controlar las acciones, las creencias y decisiones mediante la amenaza, el acoso, el hostigamiento, la humillación, la manipulación o el aislamiento.
- Sexual. Si vulnera en todas sus formas, con o sin acceso genital, el derecho a decidir voluntariamente sobre la vida sexual o reproductiva, mediante la amenaza, el uso de la fuerza o la intimidación.
- Económica y patrimonial. Si busca menoscabar los recursos económicos o patrimoniales mediante diversas acciones que incluyan la pérdida de los bienes hasta el control y limitación o control de los ingresos.
- Simbólica. Si se naturaliza la subordinación de las mujeres en la sociedad, mediante la transmisión y reproducción de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos que promuevan la dominación, desigualdad o discriminación.

“La ley tiene cosas interesantes, como que puntúa bien los distintos tipos de violencia. No solamente la violencia física en el ámbito conyugal, sino también la violencia psicológica, obstétrica, institucional, simbólica. Todas esas definiciones están en la ley. Entonces con Carolina habíamos hecho volantes. Por ejemplo, ‘violencia simbólica’ y la descripción de lo que es la violencia contra la mujer desde los medios. Eran maneras de hacer accesible la ley, porque la gente no se pone a leerla. La gente simplemente se sensibiliza con que matan chicas. Algunos de esos volantes hacían referencia a la ley, el plan nacional, los distintos tipos de violencia” (Florencia Abbate, organizadora).

“‘Violencia machista’ es más específico que ‘violencia de género’. Es mejor porque va al grano. Nombra de dónde viene esa violencia” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“Emplear el término de ‘violencia machista’ es saltar lo abstracto del género. Además, nosotras nos hemos cansado de la pregunta: ‘¿Por qué la violencia de género no es violencia contra el hombre?’. Es violencia contra la mujer. Contame cuántos hombres son asesinados por su mujer cada año por ser hombres. Por eso me parece que ‘violencia machista’ es un término mucho más representativo, más fuerte. Es una violencia que parte de un señor que considera que porque es macho tiene más poder sobre ese objeto que es la mujer” (Mercedes Funes, organizadora).

“La unidad del grupo es el resultado de una articulación de demandas. Sin embargo, esta articulación no corresponde a una configuración estable y positiva que podría considerarse como una totalidad unificada. Por el contrario, puesto que toda demanda presenta reclamos a un determinado orden establecido, ella está en una relación peculiar con ese orden, que la ubica a la vez dentro y fuera de él. [...] La demanda requiere, sin embargo, algún tipo de totalización si es que se va a cristalizar en algo que sea inscribible como reclamo dentro del ‘sistema’” (Laclau, 2011: 9).

Estos son los cinco puntos del reclamo original de Ni Una Menos:

1. Implementar con todos los recursos necesarios y monitorear el Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres, tal como lo establece la Ley 26.485.
2. Garantizar que las víctimas puedan acceder a la Justicia. En cada fiscalía y cada comisaría debe haber personal capacitado e idóneo para recibir las denuncias. Las causas de los fueros civil y penal deben unificarse; las víctimas deben tener acceso a patrocinio jurídico gratuito durante todo el proceso judicial.
3. Elaborar el Registro Oficial Único de víctimas de violencia contra las mujeres. Realizar estadísticas oficiales y actualizadas sobre femicidios. Sólo dimensionar lo que sucede permitirá el diseño de políticas públicas efectivas.
4. Garantizar y profundizar la Educación Sexual Integral en todos los niveles educativos, para formar en la igualdad y para una vida libre de discriminación y violencia machista. Sensibilizar y capacitar a docentes y directivos.
5. Garantizar la protección de las víctimas de la violencia. Implementar un monitoreo electrónico de los victimarios para asegurar que no violen las restricciones de acercamiento que les impone la Justicia.

“Se trata de un cambio en el papel del público en el proceso político, acercando el ámbito del discurso político a las experiencias cotidianas de los ciudadanos. [...] Es el tránsito de la concepción individualizada del ciudadano informado hacia el concepto cooperativo del ciudadano vigilante” (Jenkins, 2008: 210-211).

“A mí personalmente no me gusta la palabra ‘género’. Tiene una tonalidad de algo muy establecido. Hay muchas cosas que son muy complicadas de enunciar. Cuando se usa el término ‘heteropatriarcado’, también se está enunciando la violencia contra las trans, la homofobia, etcétera. Pero para mí, en ese caso es mucho más evidente decir ‘violencia machista’. Y funciona como denuncia, con más intensidad. Es más fácil vincularlo a la

experiencia, más que nada en el discurso político. En un discurso académico podés usar todos los recursos que quieras en ese sentido. Pero cuando estás produciendo un texto político, un eslogan, una consigna o un documento, si introducís un término que no está vivido directamente en la experiencia, necesitás hacer una traducción interna del texto, necesitás explicar lo que estás diciendo y después seguir. Eso siempre es complejo” (María Pía López, organizadora).

“El lenguaje tiene un papel central; pero no el lenguaje entendido como herramienta descriptiva, sino como práctica articuladora de futuros con dos dimensiones: la noción de lenguaje como constitución de la realidad, y la noción de lenguaje como la forma en que la historia se manifiesta” (Scolari, 2008: 22).

“La decisión de no decir ‘heteropatriarcado’ la tomamos pensando que estamos en el origen de un tipo de feminismo que no necesita el tipo de recursos lingüísticos identitarios que tenía el anterior. Por lo que se ve en la calle, es un feminismo más popular que ni siquiera se llama a sí mismo feminismo. Tiene esta cosa más juvenil, que es lo que notás en las pibas del colegio secundario. No necesariamente tienen que decir ‘heteropatriarcado’ para formularse. Más bien lo contrario. Se dice más fácilmente ‘machismo’ que ‘heteropatriarcado’” (María Pía López, organizadora).

“Para tener éxito en las conversaciones [...] hay que utilizar un conjunto de conceptos compartido por la comunidad de hablantes. ‘Antes de conversar, aclaremos los términos’, decía Voltaire” (Scolari, 2008: 24).

“En España se habla de ‘violencia machista’ más que ‘violencia de género’. Por eso lo estuvimos hablando mucho con las chicas: ‘Digamos machista y se acabó’. Hay mucha gente que cree que la violencia de género es una violencia que tiene como víctima a varones y mujeres por igual. Hay mucha confusión en cuanto al término. ‘Violencia machista’ es súper claro. Ahí no hay posibilidad de confusión” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Mediante operaciones retóricas se logra constituir identidades populares amplias que abarcan a diversos sectores de la población. [...] Lo que importa es la determinación de las secuencias discursivas a través de las cuales un movimiento o una fuerza social llevan a cabo su acción política global. [...] ¿Qué ocurre si una afirmación apela a reconocer algo que está presente en la experiencia de todos, pero que no se puede formalizar dentro de los lenguajes sociales dominantes existentes?” (Laclau, 2011: 26-43).

“Si te ponés a hablar del patriarcado, todos se van corriendo. Nadie sabe qué es el patriarcado. Tenés que ponerlo en términos un poco más simples. Si no, los perdés a todos en el camino y la mujer a la que querés llegar se te fue porque no entendió nada. Y sin embargo, la surten a golpes cuando llega a la casa. Te podés mirar el ombligo hablando del patriarcado y escribir *papers*. Pero si realmente querés hacer un cambio, tenés que hablar para todo público” (Mercedes Funes, organizadora).

“Puede verse a ciudadanos que comienzan a aplicar lo que han aprendido como consumidores de la cultura popular a formas más abiertas de activismo político. La cultura

popular [...] determina cómo procesa el público el discurso político y cómo actúa sobre este” (Jenkins, 2008: 211).

“Necesitábamos referentes para todo público. Cuando nosotras empezamos a discutir quiénes leían el documento, las feministas más de base proponían nombres que eran desconocidos para la gente. ‘No. Consensuemos figuras que sean realmente populares en las que todas estemos de acuerdo, que no representen ningún interés que pueda entenderse como misógino’. Un tipo como Juan Minujín es alguien realmente comprometido. Es un feminista. Cuando fuimos a pedirle que lea el documento, dijo: ‘Sí, qué bárbaro. ¿Qué más puedo hacer?’. Maitena y Érica Rivas también son figuras populares” (Mercedes Funes, organizadora).

“Cualquier forma de asociación humana puede distinguirse por la manera cómo un pensamiento o deseo entre miles se convierte en el dominante. [...] Una demanda siempre está dirigida a alguien. Por lo cual desde el comienzo hay una división dicotómica entre demandas sociales insatisfechas, por un lado, y un poder insensible a ellas, por el otro. [...] Las demandas surgen, aisladas al comienzo, en diferentes puntos del tejido social, y la transición hacia una subjetividad popular consiste en el establecimiento de un vínculo equivalente entre ellas” (Laclau, 2011: 63-113).

“La violencia está en todos los ámbitos, como el laboral: el techo de cristal –limitación velada del ascenso laboral de las mujeres al interior de las organizaciones–. Las mujeres tenemos más carga horaria, laburos peor remunerados. Eso tiene que cambiar. Me parece que hay un cambio social global, porque el He For She es universal. Pero cuesta y vamos de a poco. Y gracias a Dios estamos a años luz de lo que viven las mujeres en África. Pero en la región estamos muy mal. El objetivo es grande y no parece estar cerca de lograrse. Vamos por esos objetivos más chicos: la concientización, el cambio en la cabeza de los políticos, la incorporación de políticas públicas. Eso es bastante medible. Uno puede ir detrás de esas cosas” (Mercedes Funes, organizadora).

He For She es una campaña iniciada por ONU Mujeres para involucrar a los hombres y niños como agentes de cambio para el logro de la igualdad de género y la reivindicación de los derechos de las mujeres, animándolos a tomar medidas contra las desigualdades de género que enfrentan las mujeres y niñas. ONU Mujeres es la organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

“La noción de ‘discurso’ que aquí se emplea implica la articulación de las palabras y las acciones, de manera que la función de fijación nodal nunca es una mera operación verbal, sino que está inserta en prácticas materiales que pueden adquirir fijeza institucional” (Laclau, 2011: 138).

“El *hashtag* #DeLaFotoALaFirma surgió de un debate. Había gente que decía: ‘Ahora se están prendiendo los políticos y se blanquean’. Pero para nosotras la foto es un pagaré: después a esta te la vamos a ir a cobrar. Por eso era #DeLaFotoALaFirma. Todo tenía un objetivo. No era ingenuo, de cholulas” (Soledad Vallejos, organizadora).

“El surgimiento del pueblo requiere el pasaje –vía equivalencias– de demandas aisladas, heterogéneas, a una demanda ‘global’ que implica la formación de fronteras políticas y la construcción discursiva del poder como fuerza antagónica. [...] Entonces una determinada demanda, que tal vez al comienzo era sólo una más entre muchas, adquiere en cierto momento una centralidad inesperada. [...] En algunos momentos –como ocurre en la actualidad en la escena internacional–, la defensa de los derechos humanos y de las libertades civiles pueden convertirse en las demandas populares más apremiantes” (Laclau, 2011: 142-216).

“Para salir del gueto hay que ser estratégico, no hay que relegar nada. El feminismo es feminismo. Si estás planteando hablar de violencia machista, no estás relegando nada. Al contrario, estás buscando una estrategia para comunicarlo y para que se acerque gente que por ahí era reactiva a eso. Nunca nos fuimos de eje” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Toda transformación política no sólo implica una reconfiguración de demandas ya existentes, sino también la incorporación de demandas nuevas –y nuevos actores históricos– a la escena política. Esto significa que todas las luchas son, por definición, políticas. [...] Una vez que comienza la revuelta, nada en la comunidad permanece como era antes. [...] Este acto de transgresión constituye la emergencia de un nuevo orden” (Laclau, 2011: 154-284).

“Me parece que la ganancia de Ni Una Menos también tiene que ver con que todos nos repensamos. Ninguno se paró en un lugar de autoridad moral para decir: ‘Esto es así’. Sino que fue: ‘A ver, ¿qué hicimos mal hasta ahora?’. Eso nos ayudó a dar un paso distinto. Me gustaría que haya cada vez más oficiales de Policía que se pregunten por qué no atendieron determinada denuncia. Que haya abogados que digan ‘dejé pasar una situación que no era así’ o periodistas que dejen de escribir ‘crimen pasional’” (Mercedes Funes, organizadora).

“Las demandas que cuestionan el estado de cosas existente no surgen espontáneamente de la lógica de este último, sino que consisten en una ruptura con él. Por lo tanto, toda demanda presupone una heterogeneidad constitutiva, es un evento que rompe con la lógica situacional. Esto es lo que hace que dicha demanda sea una demanda política. Pero esta heterogeneidad de la demanda respecto de la situación existente rara vez va a estar confinada a un contenido específico; desde su mismo comienzo va a estar altamente sobredeterminada” (Laclau, 2011: 288).

“El objetivo máximo es a recontra largo plazo, generaciones enteras. Por testimonios que escuché después, fui dándome cuenta de que la apuesta es tan a largo plazo que es para los menores de 20. Para mí va por ahí, porque ahí es donde ya están los cambios, donde se registran otras cosas. Son pibes criados en torno al 2001, momento de quiebre en cuanto a laburo, roles de género. A los demás les cuesta o por ahí dicen: ‘Está mal pegar, ¿pero vos qué hiciste para que te peguen?’. No es que con esas otras generaciones no se pueda, pero lleva mucho más tiempo. Alguien que tiene 40, 50 años va a poder cambiar algo, todavía tiene poder de influir en algunas cosas, en su laburo, un granito de arena, no digo un cambio gigante. Pero lo fuerte viene después. Igual, si no empezás ahora...” (Soledad Vallejos, organizadora).

I

En 2008 mataron una mujer cada 40 horas; en 2014, cada 30. En esos siete años, los medios publicaron noticias sobre 1.808 femicidios. ¿Cuántas mujeres murieron asesinadas sólo por ser mujeres en 2015? No lo sabemos. Pero sí sabemos que tenemos que decir basta. En estos años, los femicidios dejaron cerca de 1.500 niñas y niños huérfanos y algunos de ellos están obligados a convivir con los asesinos. El problema es de todos y de todas. La solución hay que construirla en conjunto. Necesitamos sumar compromisos para cambiar una cultura que tiende a pensar a la mujer como objeto de consumo y descarte y no como una persona autónoma.

El femicidio es la forma más extrema de esa violencia y atraviesa todas las clases sociales, credos e ideologías: Pero la palabra “femicidio” es, además, una categoría política, es la palabra que denuncia el modo en que la sociedad vuelve natural algo que no lo es: la violencia machista. Y la violencia machista es un tema de derechos humanos.

Hablamos entonces de una cultura de la violencia contra las mujeres. Hablamos de hombres que piensan que una mujer es suya y que tienen derecho sobre ella, que pueden hacer lo que quieran, y que cuando esa mujer dice “no”, la amenazan, le pegan, la matan para impedir que diga “no”.

El femicidio es eso: marcar los cuerpos de las mujeres violentamente, y como amenaza para otras, para que las mujeres no puedan decir que no, para que renuncien a su independencia.

Aunque la gran mayoría de las mujeres que recordamos aquí fueron asesinadas por hombres de su círculo íntimo, el femicidio no es un asunto privado, es producto de una violencia social y cultural que los discursos públicos y de los medios vuelven legítima, cada vez que alguien le dice “puta” a una mujer porque ejerce su sexualidad libremente, cada vez que alguien la juzga por las medidas de su cuerpo, cada vez que alguien la mira con sospecha porque no quiere tener hijos, cada vez que alguien pretende reducirla simplemente al lugar de la buena esposa o la buena madre, destinada a un varón.

El femicidio es un tipo de violencia particular: no es un tema íntimo o doméstico o sólo de las mujeres. En muchos femicidios también fueron asesinados los hijos como parte del castigo proyectado sobre ellas y su propia capacidad de dar vida.

Lo privado es político. Cada mujer que se atreve a decir “basta”, que quiere dejar de ser víctima para convertirse en sobreviviente, desafía a toda la estructura de la violencia machista. Pero ese es su momento más vulnerable, ahí es cuando con saña se pretende ajusticiarla y es entonces cuando más necesita de otros y de otras que ayuden a sostener su decisión: redes de afecto, sociales, asistencia del Estado y un activismo político fuerte que insista en decirle que no está sola y que no es su culpa. Para que ese “basta”, que por fin pudo enunciar, se sostenga en el tiempo. Eso es, también, lo que estamos haciendo hoy, acá, en esta plaza pública.

La violencia ejercida en el ámbito doméstico se vincula con cuestiones sociales que deben ser discutidas en la esfera de la política. A diferencia de otros crímenes, el femicidio se puede leer en una cadena: encontramos crímenes casi calcados por todo el país.

Por eso, afirmamos el derecho a decir “no” frente a aquello que no se desea: una pareja, un embarazo, un acto sexual, un modo de vida preestablecido. Afirmamos el derecho a decir “no” a los mandatos sociales de sumisión y obediencia. Y porque decimos “no”, podemos decir sí a nuestras decisiones sobre nuestros cuerpos, nuestras vidas afectivas, nuestra sexualidad, nuestra participación en la sociedad, en el trabajo, en la política y en todas partes.

II

Los femicidios no deben tratarse como problemas de seguridad. Y la lucha contra ellos exige una respuesta múltiple, de todos los poderes del Estado y todas sus instancias –nacional, provincial, municipal– pero también precisa una respuesta de toda la sociedad civil. Y en especial una respuesta por parte de los y las periodistas, comunicadores y comunicadoras, que son quienes construyen interpelaciones públicas.

En 2009 y por amplia mayoría (con 174 votos afirmativos y tres abstenciones), el Congreso nacional aprobó la Ley de Protección Integral de las Mujeres, Ley N° 26.485, un paso importante en la lucha contra la violencia machista. Sin embargo, todavía está pendiente la reglamentación de algunos artículos, incluido el Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres. Sin la reglamentación completa de la ley, el diseño de políticas integrales y la asignación del presupuesto necesario para su instrumentación, esta herramienta lograda en 2009 resulta insuficiente para revertir el aumento de la violencia.

En el país existen líneas telefónicas y oficinas especializadas para orientar y asistir a las víctimas que sufren violencia machista. No alcanzan, si no son acompañadas de políticas integrales.

No existe en la Argentina un registro oficial de femicidios. Los datos que mencionamos aquí son los que releva año tras año la organización no gubernamental La Casa del Encuentro. Es fundamental contar con estadísticas oficiales.

El Poder Judicial desempeña un papel en general ineficiente a la hora de dar respuesta a las víctimas. En muchas jurisdicciones, son ellas las que tienen que denunciar y luego ratificar la denuncia que hicieron en comisarías. Este sistema de doble denuncia está apoyado en la falta de confianza de la Justicia hacia las mujeres y contribuye a la impunidad del agresor. El aporte de pruebas y testigos depende enteramente de las víctimas y, si no lo hacen, las causas quedan paralizadas y luego se archivan. Se trata de un modelo de gestión judicial de la violencia contra las mujeres que suma desprotección y que no garantiza medidas efectivas. Con la impunidad para el agresor, el Poder Judicial agrega otro tipo de violencia para la denunciante: la violencia institucional. Muchas de las víctimas de femicidios habían denunciado antes y en reiteradas ocasiones al asesino. A tantas otras mujeres no quisieron tomarles las denuncias. Esta inercia no puede continuar.

Hay mujeres golpeadas y asesinadas por afirmar sus propias decisiones. Otras están desaparecidas, víctimas del delito de trata con fines de explotación sexual o laboral, y sus destinos siguen sin conocerse. En torno a algunas de esas mujeres desaparecidas se sospechan tramas mafiosas que incluyen la participación de la Justicia y de las fuerzas de seguridad. Por ellas también pedimos justicia.

El modo en que los medios, mayoritariamente, tratan el problema, debe transformarse por completo. En muchos casos culpabilizan a las víctimas de su destino: hablan de su vestimenta, sus amistades, sus modos de divertirse. En el fondo, agitan allí el “algo habrán hecho”. Necesitamos medios comprometidos en la elaboración de protocolos, además del imprescindible cumplimiento de los protocolos existentes y de los códigos de ética para las coberturas periodísticas de estos casos.

La televisión repite imágenes y palabras que ubican a las mujeres en situaciones de desigualdad, dominación y discriminación. Repite estereotipos. El tratamiento noticioso de los casos de niñas y mujeres asesinadas o desaparecidas, con la invasión de la intimidad de las víctimas y la insistencia en revelar el modus operandi del asesino, contribuyen a que el femicidio se naturalice o se lo convierta en insumo para que el show continúe. Y esto ayuda a su reproducción.

Decimos “ni una menos”, con el dolor de la suma de víctimas que crece y crece.

Esta convocatoria masiva, esta enorme y comprometida participación social, son un grito unánime.

Es la manera que encontramos, en todas las plazas del país, con la movilización, con el dolor común, con la preocupación y la necesidad urgente, de poner en marcha acciones coordinadas que ataquen el problema; desde el origen –la cultura machista–, y hasta el fin de la cadena: la mujer golpeada, la mujer asesinada.

El Estado y los poderes reales, junto con la ciudadanía, debemos comprometernos a perfeccionar los instrumentos para combatir la violencia contra las mujeres, nuevos esfuerzos deben sumarse, codo a codo con el esfuerzo realizado por las organizaciones de mujeres, feministas, ONG y personas comprometidas que trabajan en esto desde hace tiempo.

Es que los derechos de unas son los derechos de todos. La preservación de la vida y las decisiones de las mujeres son una ampliación de libertad para todos y para todas. Forjemos nuevos modos de convivencia, estrategias para hilar cada vez mejor la trama de la vida en común. No queremos más lágrimas de duelo y sí más avances que festejar.

No queremos más mujeres muertas por femicidio. Nos queremos vivas. A todas.

#NiUnaMenos.

III

Pedimos, entonces, una serie de puntos ineludibles para recorrer el camino hacia Ni Una Menos:

1. Instrumentación en su totalidad y con la asignación de presupuesto acorde de la Ley 26.485, Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia

contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales. Puesta en marcha del plan nacional que allí se establece.

2. Recopilación y publicación de estadísticas oficiales sobre violencia hacia las mujeres, incluyendo los índices de femicidios.
3. Apertura y funcionamiento pleno de Oficinas de Violencia Doméstica de la Corte Suprema de Justicia en todas las provincias, con el objeto de agilizar las medidas cautelares de protección. Federalización de la línea 137 –línea gratuita las 24 horas todos los días del año, que brinda un equipo móvil de atención a víctimas de violencia familiar, pero solamente cuenta con dos sedes en la ciudad de Buenos Aires–.
4. Garantías para la protección de las víctimas de violencia. Implementación del monitoreo electrónico de los victimarios para asegurar que no violen las restricciones de acercamiento que impone la Justicia.
5. Garantías para el acceso de las víctimas a la Justicia. Atención de personal capacitado para recibir las denuncias en cada fiscalía y cada comisaría. Vinculación de las causas de los fueros civil y penal. Patrocinio jurídico gratuito para las víctimas durante todo el proceso judicial.
6. Garantías para el cumplimiento del derecho de la niñez con un patrocinio jurídico especializado y capacitado en la temática.
7. Creación de más hogares-refugio en la emergencia, hogares de día para víctimas, y subsidio habitacional, con una asistencia interdisciplinaria desde una perspectiva de género.
8. Incorporación y profundización en todas las currículas educativas de los diferentes niveles de la educación sexual integral con perspectiva de género, la temática de la violencia machista y dictado de talleres para prevenir noviazgos violentos.
9. Capacitaciones obligatorias en la temática de violencia machista al personal del Estado, a los agentes de seguridad y a los operadores judiciales, así como a profesionales que trabajan con la temática de violencia en diferentes dependencias oficiales de todo el país.

Todas las medidas requieren creación de instancias de monitoreo y seguimiento para su puesta en práctica y funcionamiento efectivo.

Erradicar la violencia contra las mujeres puede ser difícil, pero no es imposible.

Ni Una Menos es un grito colectivo, es meterse donde antes se miraba para otro lado, es revisar las propias prácticas, es empezar a mirarnos de otro modo unos a otras, es un compromiso social para construir un nuevo “nunca más”.

Repetimos. No queremos más mujeres muertas por femicidio. Queremos a cada una de las mujeres vivas. A todas. #NiUnaMenos.

Utopías digitales

“Hans Enzensberger sostiene que los nuevos medios ‘forman combinaciones entre sí y con los medios más antiguos como son la imprenta, radio, cine, televisión, teléfono, etcétera. A

marchas forzadas están estableciendo interconexiones, tendentes a crear un sistema universal” (Scolari: 2008: 150).

“Las chicas más de los medios decían: ‘Hay que hacerlo a tal hora porque a esa hora conseguimos que los noticieros nos pongan’. Algo que yo no hubiera planteado, porque no es mi *métier* cómo hacer para entrar en la pauta de los programas de tele. Ellas tenían los teléfonos de todos los productores. Entonces fue complicado, fue todo un aprendizaje, fue muy intenso todo. Nunca imaginamos que iba a haber tanta gente. De hecho, el escenario nos quedó chico, la pantalla nos quedó chica. Nunca imaginamos que iba a haber tanta repercusión nacional e internacional” (Gabriela Comte, organizadora).

“Los flujos masivos de información –de cualquier tipo de información, la única condición es que haya sido reducida a una serie de bits– atraviesan la red permitiendo diferentes niveles de comunicación –uno a muchos, muchos a muchos, etcétera– y dando lugar a experiencias inéditas de intercambio social” (Scolari, 2008: 211).

“Teníamos el tema de que a la página de Facebook nos llegaban muchos casos específicos de mujeres que pedían ayuda y nosotras no somos una ONG, no trabajamos en asistencia. Entonces teníamos que derivarlas a las líneas. La línea 137, que es la que armó Eva Giberti –doctora en Psicología, asistente social y docente–, tiene como punto fuerte que es una línea a la que vos llamás y te manda una brigada. Esas brigadas están capacitadas en género, son policías capacitados en género. No es lo mismo que llamar al 911 y que venga un policía y te diga: ‘Bueno, arreglate con tu marido. Es un problema tuyo’. La 144 no tiene brigadas, te asesora a qué comisaría tenés que ir a hacer la denuncia, la Comisaría de la Mujer” (Florencia Abbate, organizadora).

“Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, se los podría ver hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas. [...] Pero no todos los participantes son creados iguales. Las corporaciones, e incluso los individuos dentro de los medios corporativos, ejercen todavía un poder superior al de cualquier consumidor individual o incluso al del conjunto de consumidores. Y unos consumidores poseen mayores capacidades que otros para participar en esta cultura emergente” (Jenkins, 2008: 15).

“Este año una agencia de publicidad nos ofreció hacer un mega evento en una cancha de fútbol y nosotras dijimos que no. Que el Banco Francés no lucre con nuestra consigna. Es una cosa que hay que preservar porque rápidamente puede ser capturada y apropiada. De hecho, Macri quiere hacer eso, pero no lo dejamos. Por eso puso a Fabiana Túñez al frente del Consejo Nacional de las Mujeres. Es cosa de ella. Ella y su moral sabrán. El feminismo puede ser cooptado por la derecha” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“La fortaleza y la debilidad de una inteligencia colectiva residen en su desorden e indisciplina. Al igual que al conocimiento se recurre ad hoc, no existen procedimientos prefijados para manejar el conocimiento. Cada participante aplica sus propias reglas, procesa los datos a su manera, y unos procedimientos resultarán más convincentes que otros, pero

ninguno se descarta a priori. Los debates sobre las reglas forman parte del proceso” (Jenkins, 2008: 61).

“La elaboración del documento fue un quilombo, un dramón. Hay que tener estrategias y prioridades. Hablar de violencia machista y de feminismo implica mil cosas. No podés tirar de entrada un tema como el aborto, porque sabés que hay gente que nunca se acerca porque escucha eso y dice: ‘Ay, no’. En cambio, si empezás a hablar de otra cosa, al cabo del tiempo ese desarrollo te va a permitir llegar a eso. Pero tenés que bajar un poco la ansiedad, pensar en términos de estrategia, no querer troskearla” (Soledad Vallejos, organizadora).

“La democracia digital tiende a manifestarse primero en las formas culturales: un sentimiento de comunidad distinto, un sentimiento de participación más intenso, menos dependencia de la sabiduría oficial y mayor confianza en la resolución cooperativa de los problemas” (Jenkins, 2008: 211).

“Florencia Minici es parte de la Campaña Nacional contra la Violencia Institucional. Yo no, pero muchas de nosotras están también en otros grupos y, a través de eso, articulamos. La idea es ampliar, articular, crecer lo más posible. No volverlo una cosa súper específica. Nuestro reclamo no es solamente por femicidios. Es violencia machista, violencia patriarcal, violencia capitalista” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“Los medios contemporáneos están siendo configurados por diversas tendencias contradictorias y concurrentes: en el mismo momento en que el ciberespacio desplaza en parte la información tradicional y a los guardianes culturales, se produce también una concentración sin precedentes del poder dentro de los viejos medios. La expansión del entorno discursivo coexiste con la limitación del repertorio de información transmitida por los canales mediáticos más fácilmente accesibles” (Jenkins, 2008: 213).

“Los medios de comunicación viven en el Virreinato del Río de la Plata, pero con mujeres en *hot pants* –shorts–. Están viendo otra película. Cada vez hay más mujeres solamente en el lugar de *sexys*, pero hay minas inteligentes que son lindas, como Mariana Carbajal, Julia Mengolini –abogada y periodista–, Carla Conte –actriz y conductora–, y las sacan o les dan un lugar más relegado. Les cuesta mucho. A muchas que no cumplimos los estereotipos de belleza no nos dejan entrar y la mayoría de las mujeres que hay no tienen perspectiva de género. No estoy criticando a las que están. Es que la televisión está mirando otro país. Eso se nota mucho. Ni Una Menos marca esa grieta entre la televisión y un movimiento feminista que también tiene muchas dificultades para tener un lenguaje más llano y popular” (Luciana Peker, organizadora).

“Es más probable que surjan ideas nuevas y perspectivas alternativas en el entorno digital, pero los medios dominantes controlarán estos canales, buscando la asimilación y difusión de algunos de sus contenidos. Los canales mediáticos populares dependen del marco de referencia compartido creado por los intermediarios tradicionales; buena parte de los contenidos ‘virales’ más exitosos de la red critican o parodian los medios dominantes. La televisión y la radio proporcionan la cultura común y la red ofrece canales más localizados para responder a esa cultura” (Jenkins, 2008: 214).

“En las reuniones se fueron proponiendo los voceros. En algún momento alguien mencionó a una persona del mundo de la poesía y solamente la conocíamos ella y yo. ¿A quién interpela esa persona? La respeto, está todo bien. Pero la señora que ve a Mirtha, que la escuchó a Mirtha hablar de Ni Una Menos, y por ahí ese día estuvo en la plaza acompañando a la nieta porque le parece bien ya que Mirtha habló de eso, va a preguntarse: ‘¿Y esta quién es?’. En cambio, si ponés a Maitena, Érica Rivas, porque todavía se hablaba de ‘Relatos salvajes’, y Juan Minujín, te dirigís a muchos públicos a la vez, de todas las edades, varones y mujeres” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Entre Internet y la televisión [...] existe la diferencia entre un medio de empuje –cuyos mensajes salen hacia el público tanto si este los busca como si no– y un medio de atracción –que sirve a quienes buscan activamente información sobre un determinado tema–. Internet llega al núcleo duro, la televisión a los indecisos. [...] Todo ello sugiere un momento de transición en el que se está expandiendo el papel político de Internet sin disminuir el poder de los medios de difusión masiva” (Jenkins, 2008: 215-216).

“Nosotras mantenemos de nuestro bolsillo el sitio www.niunamenos.com.ar. Hacemos una vaquita. ‘Se vence el dominio’. ‘Uy, te doy la plata’. Es así. Nosotras subimos el documento ahí. Ese documento es profundamente feminista, extenso. Nunca se había leído algo así a un público tan amplio. Fue ‘cadena nacional’. Vos hacías zapping a esa hora y estaban todos los canales con eso. ¿Qué relegamos? Hablamos de educación sexual integral, derechos reproductivos, derechos económicos, los deberes del Estado, lo que falta en los medios de comunicación, las cuestiones que tiene que reclamar la sociedad. No relegamos nada” (Soledad Vallejos, organizadora).

“Los medios masivos contemporáneos, al difundir ampliamente todo tipo de ideas y representaciones, cuestionan los estilos de organización rígidos y las culturas cerradas o tradicionales. A pesar de inevitables reacciones y de retrocesos a arcaísmos, demuestran así su inmenso poder crítico” (Lévy, 2004: 40).

“Este año la radio Rock & Pop, como institución, se plegó a Ni Una Menos, hizo una campaña, convocó. Eso fue por colegas que laburan ahí. Hicieron un laburo interno muy fuerte para eso y convencieron al gerente de que eso estaba bien, que era importante para la radio, que podían hacerlo, que sumaba” (Soledad Vallejos, organizadora).

Intelecto colectivo

“El uso socialmente más útil de la informática de comunicación es sin dudas proporcionar a los grupos humanos los medios para mancomunar sus fuerzas mentales para constituir colectivos inteligentes y hacer vivir una democracia en tiempo real” (Lévy, 2004: 42).

“Lo que me emociona mucho es la cantidad de chicas jóvenes. Particularmente todo lo que surge con las chicas que denuncian en los colegios y las que denuncian los abusos en el rock. Se forman como un colectivo, con la bandera ‘no nos callamos más’. Son efectos de Ni Una Menos. Ni Una Menos, la masividad y la instalación del tema despierta algo fuerte, aunque no es la primera vez que se habla de un tema que en la Argentina ya tiene una trayectoria. Sí

despierta algo muy emocionante en las pibas más chicas, en las jóvenes y adolescentes. Y hay que estar a la altura, porque les decimos que tienen derechos y ellas te los piden. Hay un cambio de pibas mucho más empoderadas” (Luciana Peker, organizadora).

“Dar a una colectividad el medio de proferir una expresión pluralista, sin pasar por representantes, ese es el objetivo [...] de la democracia en el ciberespacio. Esta expresión colectiva podría, por ejemplo, presentarse como una imagen compleja o un espacio dinámico, un mapa en movimiento de las prácticas y de las ideas del grupo. Cada cual podría situarse en un mundo virtual que todos contribuirían a enriquecer y a forjar por medio de sus actos de comunicación. ‘Colectivo’ no es forzosamente sinónimo de ‘masivo’ y de ‘uniforme’. El desarrollo del ciberespacio ofrece la oportunidad de experimentar modos de organización y de regulación colectivos que exaltan la multiplicidad y la variedad” (Lévy, 2004: 44).

“Este año invitamos a las de Twitter, les dijimos: ‘Chicas, vamos a armar reuniones abiertas. Vénganse’. Era la idea que nosotras teníamos en ese momento, que era romper el grupo cerrado. Y asumir el costo que eso implica, como que no pudimos acordar el documento y nos ocasionó mucho desgaste. Cerrar con 20 organizaciones políticas durante un mes es lo peor que te puede pasar. Es muy agotador. Entonces les dijimos: ‘Vengan como una más’. En el sentido de que nosotras no tenemos una voz privilegiada por haber estado el 3 de Junio anterior. Dijeron que lo iban a pensar y al final no fueron. Las relaciones venían muy desgastadas durante todo el año. También me parece que se fueron perfilando estrategias de intervención muy distintas y cercanías muy diferentes con el Gobierno actual. Eso es bastante más claro. Hay distintas interpretaciones respecto de qué significa la marcha y la coyuntura” (María Pía López, organizadora).

“Ciertas formas de organización permiten a los individuos inscribirse de manera diferenciada en un enunciado final complejo. [...] En el campo político el equivalente sería un texto de ley discutido, modificado, enmendado y aprobado por una asamblea. [...] Hay mecanismos de expresión capaces de producir sinfonías políticas vivas, que permiten a los colectivos humanos inventar y expresar constantemente enunciados complejos, ensanchar la gama de singularidades y divergencias, sin por ello adoptar formas prefijadas” (Lévy, 2004: 45).

“Lo que logramos incluir en el documento del año pasado de una manera más sutil, pero haciendo alusión al aborto, fueron unas frases que armamos: ‘Reivindicamos el derecho de las mujeres a decir que no a lo que no se desea, sea una pareja, un embarazo’. Eso estaba escrito así, con esa explicitación. Pero entre los cinco puntos de lo que se demandaba no se incluyó el aborto, porque había un sector de las chicas que pensaban que estratégicamente no convenía todavía en ese momento. Porque eso iba a hacer desistir a mucha gente que iba a ir a la marcha, sobre todo gente independiente que por ahí está en contra del aborto, pero que sin embargo sí se sensibiliza con la violencia contra la mujer” (Florencia Abbate, organizadora).

“La comunidad inteligente no sólo escucha su entorno, sino también escucha de sí y de su variedad interna. [...] Dispositivos de comunicación *posmediáticos* son capaces de restituir la diversidad que surge de las prácticas efectivas. La escucha consiste en hacer surgir, en hacer visible o audible, la miríada de ideas, argumentos, hechos, evaluaciones, invenciones,

relaciones que tejen el social real, la masa de lo social, en su profundidad más oscura: proyectos, competencias singulares, modos originales de relación o de contractualización, experimentaciones organizacionales, etcétera” (Lévy, 2004: 46-47).

“Sólo hubo un punto de conflicto en la cuestión del aborto. A muchas de nosotras nos parece un elemento central de las demandas del movimiento de mujeres. Primero porque es una hipocresía, sabemos que las mujeres que tenemos ciertos recursos podemos abortar en cualquier lado y las que mueren por abortos clandestinos son mujeres de bajos recursos. Entonces es un punto más donde se verifica el clasismo y la misoginia inscriptos en las leyes, en el sistema judicial. Por un lado por eso y por otro lado porque, más allá de que las mujeres que tenemos recursos podemos abortar en condiciones donde no vamos a morir, la realidad es que simbólicamente si el Estado es dueño de tu cuerpo, si el Estado cree que puede obligarte a hacer algo que vos no querés y que vas a portar en tu cuerpo nueve meses, ¿cómo te plantás para reivindicar la autonomía de las mujeres para decidir sobre su cuerpo, que su cuerpo no es de un hombre, que le pueden decir que no a un hombre y por decirle que no ese hombre no tiene derecho a pegarle o matarla? De los hombres que generaron esos embarazos no se habla, pero una mujer sola no genera un embarazo. ¿Entonces por qué la mujer está obligada a eso? Si hubo dos personas que intervinieron ahí” (Florencia Abbate, organizadora).

“El término de escucha es preferible al de comunicación porque evoca la construcción de un vacío, más que el llenado de un canal, porque indica la atención a las demandas y a las proposiciones más que la oferta de información y la yuxtaposición de discursos. La escucha invierte el movimiento mediático. Hace elevarse el numeroso murmullo del colectivo más que dar la palabra a los representantes. Los medios continúan anunciando las catástrofes y difundiendo las imágenes del poder. La democracia en tiempo real se apoya en un dispositivo *posmediático*, una red de comunicación molecular sobre las prácticas positivas, los recursos, los proyectos, los conocimientos y las ideas” (Lévy, 2004: 47).

“La cuestión del machismo atraviesa todos los ámbitos. También hay machismo en los sindicatos, los partidos políticos. El año pasado nos llegaron adhesiones de los colectivos más diversos, como cuarteles de bomberos. En cada ámbito se ve cómo están atravesados por diferentes formas del machismo” (Florencia Abbate, organizadora).

“Se reconoce la importancia de un acontecimiento en el orden intelectual, técnico, social o histórico por su capacidad de reorganizar las proximidades y las distancias en tal o cual espacio, incluso su poder de instaurar nuevos espacios-tiempos, nuevos sistemas de proximidad” (Lévy, 2004: 48).

“En la movilización del año pasado estaban el papá de Wanda Taddei y el papá de Carolina Aló, que la mató Fabián Tablado en los 90. Edgardo Aló es un tipo que se la pasó recorriendo desde las distintas instancias de la Justicia hasta los diferentes medios, contando esta historia y el problema de los noviazgos violentos, haciendo un poco de docencia con eso. Fue la causa de su vida. Durante años era el padre de Carolina Aló y nadie más. Y de repente estaba rodeado de 250 mil personas, que de alguna manera lo abrazaban. Eso es muy fuerte” (Mercedes Funes, organizadora).

“El intelecto colectivo rehace el mundo. [...] He aquí los intelectos colectivos: círculos humanos que alientan a las subjetividades a singularizarse continuamente. [...] De un espacio a otro, convertir en real, dar vida, es traer a la luz sentido, manifestar por signos. En los humanos, lo que no ha sido cantado no existe. [...] Las palabras son actos, ejercen poderes, destruyen y crean” (Lévy, 2004: 95-99).

“Todo el tiempo recibimos solicitudes de asistencia por parte de mujeres violentadas. Lo que uno puede hacer ahí es limitado. Normalmente las derivamos a los lugares en los que confiamos. Si están en Buenos Aires, la Oficina de Violencia Doméstica para que hagan la denuncia. A veces las derivamos a La Casa del Encuentro. Los casos son muy diversos y lo mejor que tenemos para ofrecerles hoy es que hagan la denuncia, pero es complicado cuando el sistema después no siempre acompaña” (Mercedes Funes, organizadora).

“Los objetos del saber privilegiados por el espacio del conocimiento son los intelectos colectivos y sus mundos. Los intelectos colectivos, o sea, comunidades humanas en comunicación consigo mismas, pensándose a sí mismas, compartiendo y negociando permanentemente sus relaciones y sus contextos de significados compartidos. Sus mundos, o sea, sus recursos, sus entornos, sus conexiones cosmopolitas con los seres, los signos y las cosas, sus implicaciones en las diversas máquinas cósmicas, técnicas y sociales que las atraviesan. El mundo de un intelecto colectivo no es en nada estable ni objetivo. Resulta de aperturas, elaboraciones, costumbres y evaluaciones movientes, reiteradas sin cesar. De tal manera que este mundo deriva y se transforma al ritmo de las metamorfosis de su intelecto colectivo” (Lévy, 2004: 113).

“Faltan décadas de cambios, mucho tiempo. En general todo se ‘resuelve’ con cupos. Con esfuerzo hacés entender que estaría bueno que si hay una mesa redonda de cinco personas, no sean todos varones. Además, la otra discusión es qué significa que haya una mujer, que tenga perspectiva de género. Son cosas para tomárselas con mucha paciencia. Van a pasar años hasta lograr instalarlo” (María Pía López, organizadora).

Incidencia política

“La acción política, particularmente en los países latinoamericanos y caribeños, ha venido tomando formas diferentes, transformándose por la fuerza y la acción de muy diversos actores. En gran parte de los casos estas prácticas son más el resultado de la búsqueda de alternativas en escenarios caóticos que la consecuencia de estrategias claramente diseñadas en función de objetivos políticos” (Uranga, 2014: 2).

“Hoy hay un nivel de peligrosidad que mucha gente no percibe. Cuando tenés mujeres y chicas que no quieren bancar la violencia, tenés que salir a darles una mano porque la violencia del agresor crece ante eso. Si te quedás en el medio, ese nudo es un problema” (Luciana Peker, organizadora).

“Se han modificado las formas de hacer política, se transforman los modos de participación en la sociedad y hay nuevas artes y metodologías para la incidencia en lo público.

Muchos de estos cambios transcurren a contramano o al margen de los mecanismos institucionales formales del sistema democrático” (Uranga, 2014: 2).

“Una cosa que quedó clarísima a partir de Ni Una Menos es que sin una opinión pública, una sociedad movilizadora detrás de algo, exigiendo algo puntual, no pasa nada. No necesariamente algo orgánico. Ni Una Menos no fue algo orgánico, pero levantó tanta polvareda que los políticos tuvieron que hacerse el cartelito e ir ahí. Y los que no fueron tuvieron que explicar sin que nadie les preguntara por qué no fueron ahí. Algunos mintieron, dijeron ‘yo estuve’ y no estaban. Sabemos dónde estaban” (Soledad Vallejos, organizadora).

“La comunicación, entendida como la compleja trama de estrategias, medios y productos, es uno de los escenarios donde se dirime la lucha política y dentro del cual todos los actores buscan desarrollar acciones que aporten a sus propósitos posicionándose como protagonistas de la lucha por el poder” (Uranga, 2014: 2).

“Costó un montón que no se llevaran la causa para un lado o para el otro el año pasado, que fue electoral. Todos te quieren operar. Eso es nefasto. Nosotras no somos apolíticas. Por ahí alguna lo es, pero no la mayoría. Sin embargo, siempre tuvimos en claro la decisión de que esto no es partidario. No es que una le tenía que decir a la otra: ‘Ojo, porque vos estás cediendo tal cosa’. Todas siempre lo tuvimos claro. ‘Ojo, está firmando Macri’. ‘Bueno, que firme Scioli’. Teníamos *Clarín*, *Página/12*, Canal 13, *Barcelona*, *La Nación*. Eso facilitita” (Soledad Vallejos, organizadora).

“No se puede pensar la política al margen de la comunicación y la comunicación está atravesada por la acción política. Por supuesto que sin entender esta última de manera restringida, limitada a la acción partidaria institucional. Se trata más bien de comprender la política desde la perspectiva amplia de la ciudadanía. Y esta en los términos que señala Adela Cortina al afirmar que ‘la ciudadanía es primariamente una relación política entre un individuo y una comunidad política, en virtud de la cual el individuo es miembro de pleno derecho de esa comunidad’” (Uranga, 2014: 3).

“El feminismo está ocupando un lugar importante en la agenda pública. Eso me parece interesantísimo. Ese es un logro de Ni Una Menos. Me parece importantísimo que el tema de la violencia machista esté en la agenda política. Eso no estaba nunca. Este año las luchas por el aborto también están ganando mucha fuerza. El movimiento feminista se fortaleció mucho, se renovó, tuvo nuevas consignas, se articuló como algo anticapitalista y popular. Eso me parece súper importante y tiene que ver con nuestro trabajo, con los textos que escribimos, con la línea que vamos pensando. A pesar de que somos muy pocas, el movimiento es poderoso, tiene alcance, tiene garra y es atractivo” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“La ciudadanía no es un bien dado que se adquiere naturalmente, sino que se construye mediante la acción política. Ser ciudadano implica entender que el orden de la sociedad –las leyes, costumbres, instituciones, tradiciones, etcétera– no es natural. El orden social es un invento, una creación hecha por los hombres y las mujeres de la misma sociedad. Y comprender que si el orden que se tiene no produce dignidad, se puede transformar o crear uno nuevo, en cooperación con otros” (Uranga, 2014: 3).

“El feminismo es el fin de una cadena de violencias. La violencia machista no empieza ni termina en un marido golpeador. Violencia machista es que no tengas las mismas oportunidades laborales, que no ganes lo mismo que los hombres. El acoso, la violación, el asesinato son los modos últimos de desposesión total, pero antes se produce desigualdad económica. Los tipos te dicen que ellos mandan y vos obedecés porque te quieren sacar la guita. Finalmente es un problema económico para nosotras. Y el problema de las trans es un problema de clase. Lo que produce es una clase inferior, con menos acceso a todo y menos derechos a todo. Particularmente porque se trata de sacar la guita, de concentrar el capital en ciertos sujetos y ciertos sectores” (Cecilia Palmeiro, organizadora).

“La ciudadanía es inseparable de la política, y ambas están vinculadas con el desarrollo, comprendido como cambio social. Particularmente si se tiene en cuenta, como lo sostiene Gustavo Cimadevilla, que ‘el desarrollo puede ser entendido como una modalidad de intervención que busca modificar estados de la realidad protagonizados por diversos actores’” (Uranga, 2014: 3).

“Hay algo que ha cambiado desde lo discursivo, pero eso todavía no está permeando las prácticas ni las políticas del Estado. El desafío que tenemos es dar ese salto de calidad. Ahora de repente todo el mundo quiere tener una feminista cerca y están desempolvando proyectos que habían guardado en un cajón porque no les parecían interesantes. Dentro de los movimientos sociales y las organizaciones políticas que conozco también hay algo muy bueno y es que ya no pueden soslayar el tema. De hecho, después del Ni Una Menos se incorporaron muchas mujeres a organizaciones sociales y políticas, reclamando trabajar este tema. Y los dirigentes no podían darles respuesta porque no conocían sobre el tema y jamás les habían dado lugar a las referentes que querían trabajar esto. Ahora se ven obligados a hacerlo porque, en algún punto, la coyuntura social empezó a apretar mucho la estructura patriarcal. Eso es lo que estamos viviendo ahora” (Sabrina Cartabia, organizadora).

“La construcción del poder está hoy claramente vinculada a la gestión y, en particular, a la gestión de lo público, entendido como ámbito ineludible de actuación de la ciudadanía. Lo público es más amplio y rebasa ampliamente lo estatal, sin que esto signifique desconocer que las instituciones públicas por excelencia deben ser el Estado y las leyes, precisamente porque la fortaleza de lo público proviene de su capacidad de sintetizar y representar los intereses, contradictorios o no, de todos los sectores de la sociedad” (Uranga, 2014: 3-4).

“El día anterior a la marcha Elena Highton de Nolasco –vicepresidenta de la Corte Suprema de Justicia de la Nación– hizo una autocrítica del papel de la Justicia y se comprometió a crear un registro oficial de femicidios, y terminaron haciéndolo. Es uno de los avances concretos que tuvimos: se creó el Registro Nacional de Femicidios de la Justicia Argentina, porque antes sólo lo llevaba La Casa del Encuentro. Eso fue un paso muy importante” (Mercedes Funes, organizadora).

“La acción política, que en la práctica sólo para algunos tiene como fin último la toma y ejercicio del poder en la gestión del Estado a través del Gobierno, es para la mayoría de la ciudadanía una labor de incidencia que busca debatir, aportar e influir en el rumbo de los

acontecimientos y en las decisiones que los organismos del Estado adoptan en nombre del conjunto del pueblo” (Uranga, 2014: 4).

“En algunas cosas se avanzó. Otras están un poco detenidas. Por ejemplo, el año pasado se votó la ley de patrocinio jurídico gratuito –Ley 27210 que crea el Cuerpo de Abogadas y Abogados para Víctimas de Violencia de Género– y todavía no se implementó. Ahora está Fabiana Túñez al frente del Consejo Nacional de las Mujeres, que es una persona en la que confío mucho y que tiene un interés genuino en el tema. Su trabajo durante años al frente de La Casa del Encuentro fue importantísimo, muy focalizado y silencioso. Sin los datos de La Casa del Encuentro, quizá no hubiéramos tenido un punto de partida. Sé que el Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres todavía no se presentó, pero va a presentarlo ahora, creo que el mes que viene –así sucedió–. Le tengo fe a eso” (Mercedes Funes, organizadora).

“Además de los partidos políticos o complementariamente a estos –no pocas veces en lugar de estos–, gran parte de la acción política la ejercen los ciudadanos organizados que actúan sobre temas, áreas o problemas que son de su directo interés. Son personas que se reúnen en asociaciones, movimientos, agrupaciones, nucleamientos de todo tipo y que, teniendo un propósito común, buscan incidir en un determinado recorte de la escena social. Las formas son múltiples y también son distintos los grados que puede alcanzar la incidencia” (Uranga, 2014: 4).

“Todos los días estamos peleándonos. Hay días que somos un colectivo y otros que no. Es infernal. El año pasado fuimos como Ni Una Menos al Encuentro Nacional de Mujeres. Ser muy pocas personas da una fragilidad enorme y da un poco de pavor cargar con esta responsabilidad frente al hecho. Los dos años salió todo bárbaro, pero es como si nosotras no pudiéramos afrontar bien lo que pasa. Quedamos peleadas, pero después se nos pasa. Hay un trámite previo que hay que sostener: cómo te bancás que ocurra algo fuerte en lo que tenés mucho que ver. Y al mismo tiempo es necesario que sigas haciéndolo, pero es demasiado” (María Pía López, organizadora).

“La incidencia política para el desarrollo es una combinación de acciones sociales diseñadas para conseguir compromiso político, apoyo a determinadas políticas, aceptación social y apoyo sistémico en favor de un determinado objetivo o programa. Implica recopilar y estructurar la información de forma persuasiva, comunicar el caso a los poderes de decisión y a otros potenciales partidarios, incluyendo al público –a través de diversos canales interpersonales y mediáticos–, así como estimular la acción de instituciones sociales, políticos e interesados en general en apoyo del objetivo o el programa” (Uranga, 2014: 5).

“Es el problema de la política: cómo inventás un modo de llegar a la gente que está más lejana a vos no en términos geográficos, sino sensibles. La gente que tiene una comprensión del mundo completamente distinta. A esa mina igual le tenés que decir: ‘No está bueno que te peguen’” (María Pía López, organizadora).

“En todos los casos y niveles, la comunicación es un componente esencial de la acción política de incidencia sobre lo público. Aparece de distintas formas: como escenario, como

estrategia, como planificación de medios y productos. Pero siempre la comunicación es un componente esencial de la acción política contemporánea. Se puede decir que sin comunicación no hay incidencia” (Uranga, 2014: 5).

“Es necesario salir, armar quilombo, incitar a las minas a que denuncien, si les pegan o las violan. Y al mismo tiempo sabés que cada denuncia puede ser castigada con la muerte. Durante un año murieron muchas chicas con el botón antipánico en el bolso. Esa sensación es muy complicada, porque es el chantaje de cualquier poder opresivo. Te dicen: ‘Mejor si no gritás, porque no hay represalia’. Eso nos produce mucho miedo a todas. El miedo de la responsabilidad. ‘¿No te estarás mandando una cagada cuyo castigo no cae sobre vos, sino sobre otras que son más frágiles, que están más inermes?’” (María Pía López, organizadora).

Escenario de la comunicación como ámbito de incidencia

“A pesar del tiempo transcurrido desde la instalación de la comunicación como concepto reconocido en el campo académico, todavía persiste la necesidad de precisar la referencia a la ‘comunicación’. Se alude a la complejidad de una trama significativa que es el resultado de las relaciones entre los sujetos, de las mediaciones comunicacionales y de los sentidos que se producen, social y culturalmente, en el ámbito de la sociedad. Hablamos, al mismo tiempo, de producción de significados y de disputa de sentidos y, en consecuencia, de la lucha política por el poder que implica la pretensión de instalar sentidos predominantes en los escenarios de actuación” (Uranga, 2014: 6).

“Hay gente a la que le cayó mal o veía una frivolidad, porque el año pasado Ni Una Menos tuvo cierto correlato mediático, los famosos sacándose la foto. Pero eso sirvió para que la causa se abriera hacia sectores que tradicionalmente no se acercaban a militar estos temas, para desdemonizar el feminismo. Por ejemplo, en la marcha había un montón de carteles de chicas jóvenes y uno decía: ‘Para decir ni una menos, hay que entender que el machismo no es el feminismo al revés’. Esa es una creencia re común. ‘Ay, ¿feminista? Entonces sos una loca, lo que querés es destruir al hombre’. Hay una idea de que es la demonización del hombre. No es la demonización del hombre. Es la concepción de que hay una sociedad que podría ser más igualitaria, mejor para hombres y mujeres” (Florencia Abbate, organizadora).

“La comprensión de la comunicación y el acento en la complejidad, sumado a la perspectiva integral de derechos –que incluye el derecho a la comunicación– redefine, por un lado, el rol del comunicador en la sociedad, pero también reposiciona a la comunicación en el marco de la política y de las decisiones políticas. No se puede pensar la comunicación al margen de la política, de las relaciones de poder, de la construcción social. Sandra Massoni sostiene que ‘ser comunicador es, ante todo, un estilo de hacer’” (Uranga, 2014: 6).

“Es muy pronto para medir si Ni Una Menos marcó un antes y un después. En términos de agenda periodística sí lo veo. En la agenda pública siempre tuvo un lugar, hace rato que la sociedad civil tiene este tema. Pero siempre estaba chiquito, bajito, de gueto, ‘es un problema de mujeres’. Pero si ahora ponés la tele y alguien dice una barbaridad... Pasó la semana pasada en la segunda mañana de la radio. Jonatan Viale –político y periodista– estaba

entrevistando a un comisario por el caso de una mujer que fue asesinada por su expareja en una plaza, la degolló, la mujer estaba con el bebito. Hablan con el comisario y él dice: 'El móvil fue pasional'. Entonces Jonatan Viale paró todo y dijo: '¿Cómo pasional? Esto es violencia de género'. Hace dos años eso no pasaba. Esa es una ganancia. Y es a largo plazo, un laburo de hormiga. Es muy importante lo que pasa con los colegas. Por eso cada vez que producimos un material lo ponemos a disposición" (Soledad Vallejos, organizadora).

Adela Maciel, de 41 años y mamá de ocho nenes, fue degollada con su bebé en brazos el 7 de junio de este año en una plaza de Lanús.

"El objeto de estudio de los comunicadores son las prácticas sociales y no exclusivamente los medios o los productos comunicacionales. La referencia es a prácticas sociales comprendidas como la acción colectiva, organizada o no, consciente o no, en la que intervienen actores diversos poniendo en juego sus saberes, intereses y poderes, generando formas de interacción que adquieren significación y que provocan consecuencias sociales, económicas, culturales y políticas, configurando los procesos históricos" (Uranga, 2014: 6-7).

"La movilización de este año fue espontánea. El 3 de Junio ya se instaló como una fecha que mueve la conciencia de la gente y sale a la calle. Hubo gente que se autoconvocó de nuevo en el Congreso, que empezó a preguntar '¿qué hacemos?'. La conciencia ya está creada. Entonces hay que pensar qué pasa el resto del año y qué pasa detrás del femicidio, que es el último eslabón de la cadena" (Mercedes Funes, organizadora).

"Los procesos comunicacionales son entendidos como escenario de interacciones entre sujetos en el ámbito histórico de la vida cotidiana, lugar en el cual se producen, intercambian y negocian formas simbólicas y se generan sentidos atravesados por intereses y formas de poder" (Uranga, 2014: 7).

"En los grupos, por un lado hay gente *mainstream*, algunas que se acercaban por primera vez al tema; y por otro lado hay gente que cree que el tema es propio y no quiere verlo crecer. Cuando desarmás un gueto, hay resistencia. Estos temas tienen que salir del gueto. Si no, no le sirven a nadie más que a la gente que dice: 'Ay, soy experto en tal cosa'. No funciona socialmente. Por mí que hablen ciertas organizaciones feministas críticas. No estamos atentas a eso. Estamos más preocupadas en hacer algo. De hecho, ahora estamos con el índice, para hacer otra cosa. Esto ya está. Lo tomaron mil grupitos" (Soledad Vallejos, organizadora).

"Las prácticas comunicativas en la sociedad son muchas y muy diversas. No existe un modelo dentro del cual se las pueda encasillar, porque responden a la esencia misma del ser humano como sujeto libre, de condición compleja y básicamente social. Tales prácticas se recrean por los hábitos propios de la cultura que van generando nuevas ritualidades, por el desarrollo de técnicas y tecnologías de comunicación, y por el entrelazamiento y la interacción de ambos campos en el ámbito de la vida cotidiana de las personas" (Uranga, 2014: 7).

"Nosotras queríamos que hubiera un hombre sí o sí leyendo el documento en el escenario, porque nos parecía súper importante que también estuviera representada la voz del tipo que está en contra de la violencia machista, que son muchos. Se vio en esa plaza y se vio en la plaza de este año. Los varones tienen que estar al lado nuestro. Si somos las mujeres

solas quejándonos, nos falta una parte muy importante del problema. Los necesitamos comprometidos y al lado nuestro, tanto para que intervengan los varones que están en contra de la violencia como para cambiarles el bocho a los otros” (Mercedes Funes, organizadora).

“Las prácticas comunicativas pueden describirse también como el ser y actuar de los sujetos en la historia. Son las personas quienes van tejiendo y generando los procesos comunicacionales en toda su complejidad. La cultura, entendida como escenario, es la malla densa que se produce en el intercambio comunicativo, pero que a la vez es sustento de los sujetos y sus procesos, a los que contiene y les da sentido. En el espacio de la cultura se dan procesos de construcción de lo público a través de la comunicación y todos ellos expresan también luchas simbólicas por el poder en busca de un horizonte –explícito o no– de transformación” (Uranga, 2014: 7).

“La cantidad de femicidios no bajó del año pasado a este. Se visibilizan más, pero no bajó. En términos de violencia machista estamos en un lugar parecido. Si bien hoy muchas mujeres empezaron a darse cuenta de lo que antes naturalizaban. Hay un cambio en la cabeza, pero hay que refrescarlo todo el tiempo. Por ejemplo, la violencia en la vía pública es una cosa cotidiana. Tenemos casos como el de la niña wichi que fue violada por ocho criollos. Tenemos esos casos todo el tiempo. Hay que visibilizarlo. No es un problema de un estrato social, pasa en todos lados, en todos lados está naturalizado. Muchos se dieron cuenta a partir de que se empezó a charlar en el colegio ya que empezaron a trabajarlo docentes muy piolas, que tomaron el tema para charlarlo en clase. Se dieron cuenta de que las situaciones que vivían en su casa no eran algo que había que naturalizar” (Mercedes Funes, organizadora).

“En su accionar, el grupo genera modos organizativos y forja capacidades y habilidades comunicacionales para incidir, instalar su perspectiva, su concepción del mundo y la historia, en su escenario de actuación. De esto también se habla al referirse a la complejidad. No se trata apenas de influencias, sino de entrecruzamientos de sentido que, mediante la comunicación, van consolidando el ‘ser’ y el ‘quehacer’ de todos y cada uno de los actores sociales. Los actores, en cuanto ‘textos’ sólo pueden comprenderse en el ‘contexto’ que les da origen, que los alimenta y al que alimentan” (Uranga, 2014: 8).

“Al día siguiente de la manifestación, en la línea 144 pasamos de 1.400 llamados diarios a 13.700. Después de unos días, bajamos de nuevo a la cantidad habitual. Estamos en un promedio de mil llamados diarios, de los cuales el 40 por ciento son casos concretos, otro 40 por ciento son personas que llaman para informarse, un 10 por ciento que quiere constatar que la línea existe y funciona y otro 10 que llama para hacer chistes. Otro tipo de efecto del 3 de Junio es el de generar respuestas. Por convicción o por condicionamiento. A mí me pasó, después de la marcha, que me empezaron a llegar convenios que tenía pendientes de firma desde hacía siete meses. Convenios con provincias para hacer estadística. Por ejemplo, de una provincia en la que había hablado, había ido tres veces, y aparece el papel firmado el 4 de junio. Pasó con ocho provincias. Nos responden mucho más rápido que antes. Algunos porque tienen miedo, otros porque entendieron, otros porque siempre estuvieron” (Mariana Gras, expresidenta del Consejo Nacional de las Mujeres, para *Página/12*, 07/06/2015: 23).

Estrategias de comunicación para la incidencia

“La incidencia es una acción sostenida en el tiempo con objetivo de transformación social y perspectiva de derecho que busca influir y generar discusión pública sobre un determinado tema o cuestión en alguno de estos niveles: darle visibilidad a un tema, sensibilizar sobre un tema, instalar agenda sobre un tema, participar en la definición de políticas públicas. Tales niveles pueden ser comprendidos también como grados de desarrollo de un tema o cuestión, o de instalación de un específico derecho” (Uranga, 2014: 10).

“La educación es fundamental, es una de las patas del Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres. Es uno de los pedidos que nosotras hicimos. De hecho, el año pasado todos los ministros de Educación del país se habían comprometido a incluir en las escuelas la temática de violencia de género y de igualdad de oportunidades para los géneros. Eso todavía no se hizo efectivo. Somos federales, entonces cada provincia tiene que adherirse e implementar determinadas leyes para que funcione” (Mercedes Funes, organizadora).

“Una organización social desarrolla habilidades y capacidades organizacionales para la incidencia cuando: tiene claridad respecto de su misión en torno al tema/derecho que le preocupa y sus miembros poseen objetivos compartidos; la experiencia en el terreno ha sido problematizada a partir de la lectura crítica del contexto de intervención –el escenario– y del tema que los convoca –el derecho humano que se busca garantizar–; genera acciones para dar a conocer lo que hace y dar visibilidad al derecho en diversos ámbitos del espacio público; se propone la sensibilización de otros actores clave en torno a ese tema y su instalación en la agenda política; busca la participación activa en la toma de decisiones para el diseño de las políticas públicas específicas en relación con el tema que le preocupa siendo un interlocutor habitual del Estado sobre el tema de su competencia” (Uranga, 2014: 10-11).

“Para organizar la movilización hubo que hacer división de tareas, si bien todas terminábamos supervisando todo. Había un equipo que elaboró el documento. Otro equipo trabajaba más con las organizaciones feministas, las organizaciones de mujeres, convenciéndolas de que estaba bueno, que había que ir, que había que apoyarlo, que el año pasado no necesariamente teníamos que marchar pidiendo la despenalización del aborto porque la idea era incluir también a mujeres que estuvieran en contra del aborto, pero que eran vulnerables. Hay que entender el contexto. Eso lo trabajamos mucho. Decir: ‘Bueno, a ver. ¿Por qué vamos?’ No podemos pelear todas las batallas juntas. Primero tenemos una batalla, que es esta: la violencia machista. De todas formas, en el documento se decía claramente: ‘Queremos disponer de nuestros cuerpos’. Pero nosotras no podíamos llamar a una marcha por el aborto, porque íbamos a ser cinco gatos locos” (Mercedes Funes, organizadora).

“Las capacidades se combinan para dar lugar a las estrategias, entendidas como curso de acción que orienta la voluntad de transformación puesta de manifiesto por la organización y que tiene por finalidad alcanzar la vigencia plena de un derecho. La estrategia está vinculada con la acción y suele traducirse en una directriz o un conjunto de directrices articuladoras de la acción colectiva. Es una forma de hacer o de generar criterios para el hacer. También son

múltiples caminos complementarios que se eligen recorrer para alcanzar determinados escenarios” (Uranga, 2014: 11).

“A los políticos queremos decirles que esto no termina en la foto con el cartelito #NiUnaMenos. Porque el acto es una convocatoria para reclamar políticas públicas para terminar con los femicidios #NiUnaMenos. Así que, mujeres y hombres dirigentes, prepárense para firmar un compromiso público #NiUnaMenos. Porque #NiUnaMenos también será #DeLaFotoALaFirma” (Tuits del 17/05/2015 de Ingrid Beck, organizadora).

“Desde una mirada más epistemológica, se puede decir que la estrategia es una forma de percibir el mundo que permite una determinada ubicación para el hacer, para el cambio, para la acción transformadora. Toda estrategia es, al mismo tiempo, una manera de entender las relaciones entre los sujetos –comunicación que habla de vínculos y entramados que determinan modos de ser y actuar–, una forma de mediación que genera siempre novedad –la ‘en-acción’–, que supone asumir lo ‘fluido’ –el cambio constante y continuo– y lo complejo –multicausalidad y multiplicidad de consecuencias– y cuya resolución demanda saberes multidisciplinares” (Uranga, 2014: 11).

“Nuestro recorrido estaba mucho más vinculado al feminismo. Con el grupo de Twitter había diferencias que no eran ideológicas, sino de relación con aquello que vas a interpelar. Por ejemplo, algo muy discutido en las reuniones fue si se incorporaba la demanda por la legalización del aborto o no. Ninguna de las compañeras más vinculadas a Twitter cree que el aborto debe ser ilegal, no es que en ese punto hubiera una discusión en términos ideológicos. Por su propia experiencia y trayectoria laboral, las chicas estaban más preocupadas respecto de cómo no perder la masividad del hecho. Todo el tiempo las discusiones estuvieron más bien centradas en la perspectiva, entre las que nos preocupaba menos ser minoritarias porque siempre elegimos el camino de estar en lugares más minoritarios, y las chicas que venían muy acostumbradas a grandes pantallas, que saben qué cosas no le podés decir a la gente cuando tenés un noticiero a las 10 de la mañana. Esa diferencia era muy marcada. No era tanto una cuestión ideológica lo que se ponía en juego, sino qué priorizar: si priorizás la masividad o algo que implique un contenido más explícito, más marcado” (María Pía López, organizadora).

“Las estrategias se plasman en acciones que pueden reconocerse en las prácticas. Es la manera como las organizaciones sociales –también las personas– generan acciones para obtener la vigencia plena de un determinado derecho. Por ese motivo la estrategia se ubica en el plano de la inteligencia de la acción, constituyéndose el lugar donde se entrecruzan las relaciones, los sentidos, los sueños, los imaginarios y los productos en el marco de los sistemas que los contienen. Es también la relación entre el sujeto, como actor y protagonista de la historia, y la cultura con la que dialoga que, al mismo tiempo, lo atraviesa y lo constituye” (Uranga, 2014: 12).

“Ni Una Menos también fue un gran abrazo a los familiares de las víctimas, que este año volvieron a ir espontáneamente. Lo que a ellos les pasó el año pasado fue ver por primera vez que no estaban solos. Los que estaban en el corralito y los miles que estaban afuera del corralito con la foto de su familiar víctima que no había salido en los diarios. Esa posibilidad de

tener un abrazo colectivo, que la sociedad dijera ‘me importa lo que pasa, me importa lo que le pasó a tu hija’ no es una cosa menor, es una cosa que no vas a olvidar. Para ellos eso fue increíble. Recuerdo eso con emoción. Es muy fuerte. De hecho, crearon lazos entre ellos mucho más allá de lo que uno podía imaginar” (Mercedes Funes, organizadora).

“Pensar estrategias de comunicación apunta a reconocer, dinamizar y, en algunos casos diseñar, procesos que vinculen a actores para la concertación social y para la movilización mediante la negociación de propósitos colectivos y la construcción de escenarios comunes que se constituyan en escenarios a alcanzar. Para lograrlo es preciso comprender cómo se comunican los actores y la sociedad y cómo, en la interacción, articulan imaginarios potentes de transformación de su realidad, reconociendo la diferencia y el conflicto y construyendo escenarios de encuentro, de concertación y de participación” (Uranga, 2014: 12).

“En general la respuesta de los famosos fue rapidísima y automática. ‘Mirá, estamos haciendo esta campaña para concientizar contra los femicidios. Vamos a convocar una marcha’. El primero que dijo que sí rotundamente fue Marcelo Tinelli, que después le dio mucho aire en Showmatch durante muchos programas seguidos. Eso nos generó un arduo debate interno. ¿Nos parece bien que nos apoye una figura de un programa que de alguna manera es misógino? Ahí no estamos todas de acuerdo. Yo no estoy segura de que sea misoginia que una mujer elija libremente posar en bikini, si se dedica a eso. Son distintas maneras de ver la cuestión” (Mercedes Funes, organizadora).

“La comunicación estratégica en el ámbito de lo público no puede ser entendida sólo como la producción y circulación de información. Comprende la promoción de intercambios, los diálogos y las conversaciones que aportan a los procesos de organización, construcción y cambio social. Es un sendero sembrado de conflictos, contradicciones y negociaciones que deben ser contemplados y atendidos por el diseño estratégico de la comunicación. Las estrategias son la forma de traducir en iniciativas la voluntad política y cultural de transformación, que tiende a acompañar y fortalecer un proyecto de desarrollo, un entramado social, político, organizacional o de políticas públicas” (Uranga, 2014: 12-13).

“Una discusión tenía que ver con qué interpretación se hacía de la marcha y qué interpretación se hizo después de lo que había sucedido. Para nosotras, lo que había pasado el 3 de junio de 2015 no se podía desgajar respecto de una trayectoria densa en términos de movilizaciones, marchas, encuentros nacionales de mujeres. Había una sedimentación de cosas que estaba atrás. En cambio, las chicas de Twitter pensaban que era algo producido casi espontáneamente por convocatoria pública, la convocatoria de las redes. Esa diferencia interpretativa fue lo que más complicaba la articulación” (María Pía López, organizadora).

“Las estrategias requieren la utilización de medios y la elaboración de productos comunicacionales. Pero tanto la selección de los medios como las características de los productos deben: adecuarse y guardar coherencia con el derecho que se pretende alcanzar; respetar los procesos de apropiación por parte de los actores intervinientes; permitir el empoderamiento de los actores en función del derecho que se persigue; ser acordes con el

contexto social y cultural en el que se insertan; integrarse en una estrategia que resuelva las complementariedades en el marco de la gestión” (Uranga, 2014: 13).

“El año pasado la apuesta más fuerte era evitar que se convirtiera en una marcha tipo Blumberg. Ese era el mayor riesgo. No que Ni Una Menos fuera apropiado por un partido político u otro, sino que tuviera una tonalidad punitiva. Porque rápidamente puede llevarte a ‘más seguridad, más control’. Entonces todo el trabajo nuestro fue tratar de evitar una blumberización, que Ni Una Menos fuera algo que pudiera leerse en términos de la serie de la inseguridad. Ese fue el dilema político que tuvo la marcha del año pasado. En eso fuimos recontras exitosas. No hubo punitivismo como razón de la marcha. Y sí hubo una efectiva transversalidad. Era una marcha que no se podía decir que era kirchnerista ni antikirchnerista. De las cosas que ocurrieron en todo el año, esa fue una de las pocas que logró sustraerse del maniqueísmo que condicionó toda la vida política. Por haber sido un año electoral y por lo sedimentado, todo se presentaba como K o anti-K. El 3 de Junio se logró una suspensión de la grieta, que fue muy interesante” (María Pía López, organizadora).

Segundo documento difundido por Ni Una Menos, un mes después de la primera convocatoria

1. El llamado

Ni Una Menos, como consigna y llamado, nombró un estado de ánimo colectivo: el rumor social de la preocupación ante cada mujer asesinada o desaparecida, y el hartazgo frente a la violencia machista en diferentes escalas. El llamado caló de modo profundo porque preexistían, por un lado, el ánimo social y la conciencia de muchas y muchos y, por otro, el trabajo tenaz de grupos de militantes y activistas que crearon y forjaron los sentidos y las palabras para nombrar el problema en sus diversas formas. Que exista la categoría “femicidio” sin duda es resultado de esa tenacidad.

El lanzamiento de la convocatoria para el 3 de junio se dio de manera espontánea y produjo una confluencia de esfuerzos inesperada y fértil. En esa unión entre grupos de trabajo convergieron también perspectivas políticas diferentes, periodistas e intelectuales, estrategias organizativas y militantes, pericia en medios de comunicación y compromisos feministas. Las redes sociales, Twitter y Facebook, fueron claves en la difusión, con el carácter multiplicador y expansivo que adquieren los mensajes al viralizarse.

2. Multitudes

El acto de Ni Una Menos del 3 de junio tuvo lugar en más de 120 plazas y localidades del país. El llamado era amplio, invitaba a cada quien a asistir con sus propias consignas, y esa invitación corrió como el agua porque había una preocupación común. Por primera vez en la historia argentina, una demanda de mujeres, hecha presente con el cuerpo en la plaza pública, fue tan masiva. Era el grito colectivo de miles que clamaban por el derecho a dejar de ser degradadas y maltratadas.

Ni Una Menos, en la Plaza del Congreso –y en todas las plazas convocantes del país– se vio multiplicado en cientos de frases y reclamos distintos, cada quien supo vincular la consigna con su propio mapa de preocupaciones y demandas y producir sus propios carteles y

performances callejeras. Así, los movimientos de mujeres y feministas que defienden el derecho a la interrupción del embarazo convivieron con quienes condenan esa práctica, partidos políticos, movimientos sociales, adolescentes, estudiantes, trabajadoras y trabajadores con y sin sus sindicatos, personas independientes y grupos LGBTIQ –lesbianas, gays, bisexuales, trans, intersexuales y queers, con gran presencia de las travestis y la denuncia de transfobia y asesinato de trans–; todos y todas estuvieron allí para decir “ni una menos” y reclamar un cambio cultural que es responsabilidad colectiva.

La convivencia de discursos heterogéneos tuvo la dimensión de un acontecimiento: algo que no es del orden de la suma de las partes, que no funciona como agregado de demandas, sino como novedad. Como el voto femenino, como los grandes derechos adquiridos, el alcance de la denuncia de la violencia machista, inscribe este acontecimiento en los linajes por los cuales las multitudes ingresaron en la vida política nacional.

3. La hospitalidad

La del 3 de junio era una movilización bautismal para muchos y muchas, y su clave fue la hospitalidad. Una multitud que se movía lentamente y a la vez se cuidaba, que hacía del ámbito público un lugar hospitalario y no un estado de intemperie. La zona del Congreso se convirtió en espacio de escucha y caja de resonancia: aquello que las mujeres se contaban en secreto tuvo la oportunidad de salir del rincón de lo personal y lo privado para hacerse voz pública y política. Para aquellas que sufren la violencia machista, se logró tejer la trama de un lugar en el que pudieran decir su palabra.

La denuncia fue un hilo fuerte de la movilización, pero no fue el único, porque de lo que se trata es de la legitimidad del decir femenino: de construir una hospitalidad para escuchar ese decir. Como acontecimiento, la convocatoria consiguió también instalar en la lengua popular palabras como “femicidio” y “violencia machista”. No es poco si se piensa en las palabras, equívocas y esquivas, con las que los medios de comunicación informaban del problema.

La pluralidad de la convocatoria, las diferencias entre quienes asistieron y, ya desde antes, en el grupo convocante, nos lleva a pensar en la transversalidad. Hacía tiempo que un tema no era construido como común más allá de las nítidas oposiciones en el espacio político, signadas por la confrontación entre oficialismo y oposición. El 3 de Junio permite imaginar una salida a la dicotomía que no sea el optimismo reconciliatorio conservador: la posibilidad de pensar ciertos temas, afirmar valores, impulsar otras prácticas. Una transversalidad renovada, en pos de una efectiva ampliación de los horizontes de la vida en común.

4. El sentido

El 3 de Junio fue masivo y transversal como las manifestaciones que se producen cada 24 de Marzo. En ellas hay acuerdo en un punto fundamental: la condena al terrorismo de Estado, que nos remite al pacto principal de la política argentina, que se escribió con la consigna “nunca más”. El acto del 3 dijo “ni una menos” y ahí ancló un sentido: construir entre todas y todos “un nuevo nunca más”. Y así como el “nunca más” se inscribe en la órbita de los derechos humanos, en este caso el femicidio no fue pensado desde la lógica de la seguridad o

la inseguridad y del reclamo punitivo a los victimarios, sino entre las cuestiones de los derechos humanos de las mujeres.

La tonalidad fundamental de la plaza la dio el feminismo, que inundó las calles con sus consignas, sobre todo aquellas que dicen que lo personal es político y la que reclama la soberanía de las mujeres sobre sus propios cuerpos. Los distintos edificios públicos de Buenos Aires, desde el Congreso hasta la Casa Rosada, se tiñeron con las luces del violeta que engalana las luchas feministas.

Uno de los principales reclamos que se vieron por las calles fue el de las mujeres a poder decir “no” sin recibir castigo. Ese “no” que no soportan los hombres que golpean, violan o matan. Ese “no” que pone en escena a la mujer rebelde, que irrumpe y desestabiliza la comodidad machista y a la sociedad patriarcal en su conjunto. Ese “no” se enarboló en infinidad de carteles, hechos de manera casera y en manos de personas de todos los géneros y edades. No a la forma en que el sistema patriarcal pretende construirnos como hombres y mujeres, de manera binaria y unívoca. No a los patrones culturales que implican el avasallamiento de nuestros cuerpos. No a la vestimenta obligada, a los roles obligados, a la sumisión obligada. No al estereotipo de género que convierte a toda mujer en esposa y madre. No a una moral que juzga y castiga.

En contrapartida, también se dijo “sí”. Sí a las decisiones autónomas de las mujeres. Sí a la posibilidad de que todas y todos construyamos nuestras vidas de acuerdo a nuestros propios deseos. Sí a la libre decisión de las mujeres sobre su sexualidad y su capacidad reproductiva. Sí al derecho de todas las mujeres a decidir sobre sus cuerpos, a elegir si quieren o no tener hijos o hijas, cuándo quieren tenerlos, cómo y junto a quién. Sí a parirlos sin ser infantilizadas ni violentadas en sus elecciones.

Hoy reclamamos que el grito colectivo sea escuchado por quienes toman decisiones. En medio de las campañas electorales que terminarán en octubre con la elección de un nuevo presidente convocamos a los candidatos y candidatas a que suscriban y se expresen sobre la agenda que se impuso mediante la presencia de las multitudes que tomaron la calle el 3 de junio.

5. Efectos y deudas

Fueron muchos los efectos inmediatos que se produjeron luego del 3 de junio. En principio, un efecto social, evanescente pero perceptible en la vida cotidiana, en las conversaciones en las escuelas, en la calle, en los lugares de trabajo: charlas y reflexiones sobre el tema, el ensayo de nuevas prácticas. También se produjeron efectos institucionales, entre ellos:

- Al día siguiente del acto, los llamados a la línea 144 crecieron en un mil por ciento, y la línea sumó 50 operadores.
- La Corte Suprema de Justicia convocó a las autoridades judiciales a colaborar en la confección del Registro de Femicidios de la Justicia Argentina.
- El Gobierno nacional, a través de la Secretaría de Derechos Humanos, oficializó la Unidad de Registro de Femicidios.

- En Mendoza se instrumentó el patrocinio jurídico gratuito para las víctimas de violencia machista.
- En Chaco se anunció la creación de un Registro Único de Casos de Violencia de Género, y la puesta en funcionamiento de un sistema de seguimiento de expedientes que ingresen por la órbita judicial.
- En la ciudad de Buenos Aires, la Legislatura votó de manera unánime el proyecto para que las Unidades Fiscales Especializadas en Violencia Doméstica funcionen con rango de ley.
- En Trelew, un fallo judicial condenó a un hombre por desobedecer la prohibición de acercamiento a la víctima de violencia.
- En Rincón de los Sauces, Neuquén, se anunció la puesta en funcionamiento de un refugio para víctimas de violencia de género.
- La Universidad de Buenos Aires aprobó la creación de un Protocolo contra la Violencia de Género.
- La UTE-CTERA y legisladores presentaron un proyecto para incorporar la licencia por violencia de género en el Estatuto del Docente de la Ciudad de Buenos Aires.
- Se afirmaron políticas públicas que amplían el repertorio de caminos para la defensa de los derechos de las mujeres: desde la conversión en ley de la Asignación Universal por Hijo hasta la renovación del Protocolo de Abortos No Punibles.
- La Procuradora General de la Nación, Alejandra Gils Carbó, creó la Unidad Fiscal Especializada en Violencia contra las Mujeres –UFEM–. Entre las razones de su creación, la resolución afirma que “responde a un claro reclamo social”, materializado en “la histórica manifestación bajo el lema Ni Una Menos”.

Bastante sucedió y a la vez no alcanza. Muchas demandas siguen pendientes, inclusive el pasaje de los anuncios a la instrumentación. El Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres, previsto por la Ley 26.485, sigue sin hacerse plenamente efectivo, y el Protocolo para la Atención Integral de Las Personas con Derecho a la Interrupción Legal del Embarazo debería adquirir de manera urgente el rango de resolución ministerial para que sea de aplicación obligatoria en todo el territorio nacional. Se trata de derechos adquiridos, cuya defensa es necesaria para proteger la vida y la integridad de las mujeres.

El 3 de Junio logró que el tema de la violencia machista se instale en la agenda pública y obligue a los poderes del Estado a responder con políticas. La convocatoria logró saltar el cerco marginal en que históricamente se encierran las demandas por la libertad y la integridad de las mujeres. Lo hizo recogiendo el malestar y el dolor social frente a las muertes, las heridas repetidas y el modo en que las víctimas son tratadas judicial y mediáticamente. Queda abrir todavía más la cuña para que los reclamos históricos sean audibles y visibles. Mientras diariamente crece la lista de víctimas de violencia machista, decimos “ni una menos”. Porque son necesarios activismos cada vez más tenaces, militancias diversas y firmes entramados de

voluntades, decimos “ni una menos”. Porque es necesario expandir el tejido y la escucha, a un mes del 3 de junio, decimos, una y otra vez: “Basta de femicidios. Ni una menos”.

9) Reflexiones finales

La multitud avanza y los desafíos se suman. Existe un cambio social en el que la ciudadanía reclama su papel activo y denuncia atrocidades del sistema patriarcal. Las formas hegemónicas de poder renuevan sus modos de mantenerse, pero la sociedad ya no sólo vigila, sino que construye desde las plazas las nuevas respuestas.

Los nuevos movimientos sociales marcan transformaciones globales en el contexto político, social y cultural contemporáneo. Por eso sus objetivos integran la agenda política de los próximos años, independientemente de su éxito. Es necesario tener en cuenta sus contribuciones positivas para la reforma de las instituciones. Además, conducen a repensar la comunicación como un terreno de disputa por el sentido, que habilita la concreción de incidencias políticas al trasladar problemáticas del ámbito privado al público.

Ni Una Menos ejemplifica algunas transformaciones en la intervención política y en el proceso de acción colectiva: mundialización de la protesta y simultaneidad de acciones de resistencia; nuevas formas organizativas basadas en redes descentralizadas y horizontales y en el trabajo colectivo con soporte en Internet; relevancia de la comunicación en los procesos de activismo social y político; nuevas estrategias de acción colectiva y estética de la protesta; e integración de la comunicación y la imagen en expresiones escritas, visuales y audiovisuales.

La incorporación del lenguaje audiovisual, la apropiación creativa no sólo de las TIC –especialmente de las redes sociales–, sino de los lenguajes, símbolos, discursos y modelos organizativos que van asociados a ellas y el intercambio *translocal*, caracterizan los procesos de movilización y resistencia de Ni Una Menos.

Internet brinda otro campo desde donde dar batalla y proponer un espacio contrahegemónico. La información y la fluidez de la comunicación son requisitos indispensables para articular la mayor parte de las acciones. Se construyen acciones colectivas en función de problemáticas locales articuladas con las globales, o al revés, y los movimientos emplean las redes para nivelar las relaciones de poder.

Ni Una Menos demuestra, en parte, que ya no hay barreras entre los territorios en línea y fuera de línea, y que ahora, más que nunca, se consolidan prácticas híbridas que confirman la lógica de una sociedad red.

Los aspectos esenciales de Ni Una Menos son que la actividad se centra en la comunicación y la imagen; se reapropia del espacio simbólico para intervenir en el imaginario dominante y otorgar nuevos sentidos, significaciones e imágenes desde prácticas comunicacionales; vincula sus formas de intervención y de acción a la idea de contrainformación –cultural y política–; la organización interna está basada en el trabajo colectivo y en producciones de libre circulación; se apropia de Internet y sus herramientas y se articula en red al elaborar acciones y proyectos colectivos a nivel local y latinoamericano –el 13

de agosto de este año se realizó la marcha Ni Una Menos en Lima, Perú, con una concurrencia de más de 50 mil personas—.

Ni Una Menos obtiene visibilidad y apoyo internacional. Logra desarrollar una fuerza antipatriarcal en articulación con otras organizaciones. Así genera un movimiento de movimientos sociales.

La cultura de la convergencia hace posibles nuevas formas de participación y colaboración. Grupos con diferentes trayectorias, agendas, perspectivas y conocimientos pueden escucharse mutuamente y trabajar juntos por los derechos de las mujeres.

Las multitudes inteligentes están integradas por personas capaces de actuar de manera coordinada, aunque no se conozcan entre sí. Quienes componen estas multitudes cooperan de formas que no eran posibles hasta ahora, ya que manejan dispositivos dotados de capacidades comunicativas e informáticas. Los grupos de personas que emplean estas herramientas consiguen nuevas formas de poder social.

El escritor de ciencia ficción Cory Doctorow (2005) describe estos grupos como “adhocracias”. En el polo opuesto de una burocracia, una adhocracia es una organización caracterizada por la falta de jerarquía. En ella, cada persona contribuye a afrontar un problema particular cuando es preciso, en función de sus conocimientos y capacidades, y los roles de liderazgo cambian al compás de las tareas. Entonces una adhocracia es una cultura del conocimiento que transforma la información en acción.

Se aplican cada vez más los principios de la adhocracia a diferentes tipos de proyectos, como Ni Una Menos. La cultura de la convergencia crea un contexto en el que los espectadores pueden reconfigurar y recontextualizar, de manera individual y colectiva, los contenidos de los medios de comunicación de masas. No se puede cambiar mucho las cosas sin lidiar con la industria mediática. La política de confrontación debe dejar paso a la política centrada en la colaboración táctica.

El poder de los medios digitales reside en su capacidad de diversificar; y el de los medios masivos, en su capacidad de amplificar. Por eso es preciso ocuparse del flujo entre ambos: la expansión del potencial de participación representa la mayor oportunidad para la diversidad cultural. Si se desaprovecha el poder de los medios masivos, queda una fragmentación cultural. La capacidad de participación no surge de destruir la cultura comercial, sino de escribir sobre ella, expandirla, conferirle una mayor diversidad de perspectivas, y después volver a ponerla en circulación, reintroduciéndola en los medios dominantes.

La participación es un importante derecho político. El desarrollo de nuevas tecnologías mediáticas respalda el impulso democrático al permitir que sean más quienes crean y difunden los medios. Los consumidores son más poderosos en la cultura de la convergencia, pero sólo si reconocen y emplean ese poder como consumidores y ciudadanos, como participantes cabales en la cultura. El público lucha por su derecho a la participación, por su acceso emergente a la información y por la correspondiente capacidad de influir en los procesos democráticos.

Por otra parte, vale la pena subrayar que se ha gestado en el feminismo una dimensión de la política que busca la confluencia y la sintonía entre las mujeres. Se trata de la *sororidad*,

la alianza feminista entre las mujeres para cambiar la vida y el mundo con un sentido justo y libertario (Lagarde y de los Ríos, 2008). Ni Una Menos es una muestra de esto.

La *sororidad* es una dimensión ética, política y práctica del feminismo contemporáneo. Es una experiencia de las mujeres que conduce a buscar relaciones positivas y a la alianza existencial y política, cuerpo a cuerpo, subjetividad a subjetividad con otras mujeres, para contribuir con acciones específicas a la eliminación social de todas las formas de opresión, al apoyo mutuo para lograr el poderío genérico de todas y al empoderamiento vital de cada mujer.

Se trata de acordar, de sumar mujeres y crear vínculos. Asumir que cada una es un eslabón de encuentro con muchas otras y así de manera sin fin. Al pactar el encuentro político activo se tejen redes inmensas. La *sororidad* es un pacto político entre pares. El mecanismo más eficaz para lograrlo es dilucidar en qué están de acuerdo y discrepar con el respeto que se le exige al mundo para el género femenino.

En este contexto, los pactos son limitados en el tiempo y tienen objetivos concisos; incluyen, también, las maneras de acordarlos, renovarlos o darles fin. Al actuar así, las mujeres amplían sus coincidencias y potencian su fuerza para reivindicar sus deseos en el mundo.

Finalmente, es preciso remarcar que Ni Una Menos significa un antes y un después en la lucha por los derechos de las mujeres. Esto no implica desconocer el recorrido histórico del movimiento feminista, muy por el contrario. La movilización del 3 de junio de 2015 fue un hecho trascendente a nivel sociocultural.

En el desarrollo de la investigación, con el proceso de entrevistas, relevamiento de medios gráficos y análisis de la bibliografía, emerge la idea de la salida del gueto como una de las más interesantes. Es cautivante la observación de las herramientas que posibilitaron que principios relativos al empoderamiento de las mujeres lleguen a gran parte de los hogares del país.

Una veintena de periodistas y activistas, integrantes de espacios ideológicos dispares y muchas de las cuales no se conocían entre sí, lograron dejar sus diferencias a un lado en pos de alcanzar el objetivo que se trazaron.

La comunicación jugó un rol primordial en la organización de este hito histórico. La convocatoria Ni Una Menos concentró a cientos de miles de personas en todo el país, tanto el año pasado como este. Así se promueve un cambio en el sentido naturalizado con respecto al trato que reciben las mujeres. Hoy todos y todas se apropian de esta consigna que impulsa un despertar de conciencias.

10) Bibliografía

- Archenti, A. (2004). *Programas de Investigación. Líneas y Objetos Principales*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Arfuch, L. (1995). *La entrevista, una invención dialógica*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (2007). *Conceptos de filosofía de la historia* (trads. H. A. Murena y D. J. Vogelmann). La Plata: Terramar.

- Bidaseca, K. (comp.) (2015). *#NiUnaMenos. Vivxs nos queremos*. Buenos Aires: Milena Caserola.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano: 1. Artes de hacer* (trad. Alejandro Pescador). México: Universidad Iberoamericana e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- De Sousa Santos, B. (2001). "Los nuevos movimientos sociales". *Observatorio Social de América latina* (N.º 5), pp. 177-184. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Doctorow, C. (2005). *Tocando fondo en el Reino Mágico* (trad. Ramón González del Agua). Granada: AJEC.
- Es Viral (2015). *Informe sobre #NiUnaMenos* [en línea]. Consultado el 26/08/2016 en https://twitter.com/EsViral/status/606181768627142656/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw.
- Gamba, S. (2008). *Diccionario de estudios de género y feminismos*. Buenos Aires: Biblos.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Haro Barba, C. (2011). *Activismo político en la Sociedad Red: el caso del Movimiento por la Vivienda Digna en España*. Madrid: Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración.
- Instituto de Investigación Social, Económica y Política Ciudadana (2015). *Informe de deudas pendientes en la eliminación de la violencia contra las mujeres en la Argentina*. Buenos Aires: Mujeres de la Matria Latinoamericana.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Laclau, E. (2011). *La razón populista* (trad. Soledad Laclau). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Lagarde y de los Ríos, M. (2008). "Pacto entre mujeres: sororidad". *Revista Aportes para el Estado y la Administración Gubernamental* (N.º 25), pp. 123-135. Buenos Aires: Asociación de Administradores Gubernamentales.
- Lago Martínez, S. (2008). "Internet y cultura digital: la intervención política y militante". *Nómadas* (N.º 28), pp. 102-111. Bogotá: Universidad Central.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio* (trad. Felino Martínez Álvarez). Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Martín-Barbero, J. (2001). "Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público". *Metapolítica*, 5 (17), pp. 21-24. México: Universidad Autónoma de Puebla.
- Observatorio de Femicidios en la Argentina Adriana Marisel Zambrano (2015). *Informe anual de investigación de femicidios en Argentina*. Buenos Aires: La Casa del Encuentro.
- Pérez Serrano, G. (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes* (6.ª ed.). Madrid: La Muralla.

- Reguillo, R. (2000). "Identidades culturales y espacio público. Un mapa de los silencios". *Revista Diálogos de la Comunicación* (N.º 59), pp. 75-82. Medellín: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social
- Rodríguez, P. (2015). *#NiUnaMenos*. Buenos Aires: Planeta.
- Schmucler, H. (1984). "Un proyecto de comunicación/cultura". *Comunicación y Cultura* (N.º 12), p. 8. México: Galerna.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Segato, R. (2012). "Femigenocidio y feminicidio: una propuesta de tipificación". *Herramienta* (N.º 49), p. 24. Buenos Aires: Herramienta.
- Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina (2009). *Ley N° 26.485 de "Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en todos los ámbitos que desarrollen sus relaciones interpersonales"*. Buenos Aires.
- Souza, M. S.; Giordano, C. J. y Migliorati, M. A. (eds.) (2012). *Hacia la tesis: itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Toledo Vásquez, P. (2009). *Feminicidio*. México: Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- Uranga, W. (2014). *Comunicación para la incidencia política. Propuesta de matriz para analizar capacidades y habilidades comunicacionales de las organizaciones en la acción política*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Valles, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.