

Posibilidades enunciativas y acción política en #NiUnaMenos

Lic. Ma. Belén Rosales

Laboratorio de Comunicación y Género, Facultad de Periodismo y Comunicación Social

mabelen.rosales@gmail.com

RESUMEN:

En la presente ponencia se indaga las posibilidades que encuentran las organizaciones de mujeres en Argentina en el uso y apropiación de las redes sociales como herramientas para integrar la tecnología a sus estrategias de acción, a partir del análisis de la convocatoria que activistas de género impulsaron para a la manifestación multitudinaria del 3 de junio de 2015 en la esquina del Congreso nacional, para pedir que terminen los feminicidios bajo la consigna #NiUnaMenos. Esta modalidad de gesta masiva de acción pública a través de la web 2.0 con perspectiva de género plantea el ingreso a una concepción dinámica de apropiación de la red, como una herramienta que contribuye a intensificar los propósitos de las activistas como dinamizadoras del proceso de cambio social para la transformación de las relaciones entre los géneros. Al mismo tiempo, nos permite poner en diálogo estas prácticas relativamente novedosas en nuestros contextos con prolíficas líneas teóricas, analíticas y políticas inscriptas en los estudios de género que exploran las relaciones entre mujeres y tecnologías digitales.

Palabras clave: comunicación, género, TICs, activismo

El análisis de las prácticas, apropiaciones y de las retóricas y posiciones enunciativas que se abren como horizonte de posibilidad en el uso de las redes

sociales como herramientas para integrar la tecnología a estrategias de acción de activistas de género, encuentra su anclaje en este trabajo en el caso de la convocatoria que impulsaron para la manifestación multitudinaria del 3 de junio de 2015 en Buenos Aires, Argentina para pedir que terminen los feminicidios bajo la consigna #NiUnaMenos.

Tras darse a conocer en los medios masivos de comunicación argentinos la escalada de casos de femicidios en el país y al informarse sobre el femicidio de Chiara Páez, una joven embarazada de 14 años, la noticia impactó en los medios y movilizó a organizarse bajo la consigna #NiUnaMenos para reclamar en las calles.

A partir del uso de redes como Facebook y Twitter, con el fin de difundir información logística y generar adhesiones de toda la ciudadanía, una multisectorial lanzó la convocatoria que replicó en múltiples medios radiales y gráficos en sus versiones digitales, en tapas impresas de diarios nacionales, agencias y canales de televisión de aire. Si bien la consigna con la etiqueta #NiUnaMenos sacudió las tendencias en las redes sociales más populares, es fundamental observar que problemáticas asociadas bajo etiquetas familiares acompañaron (y reforzaron) el reclamo central: #bastadefemicidios #niunomenos #bastadeimpunidad y #delafotoalafirma.

En la página oficial de Facebook #NiUnaMenos, del colectivo de periodistas, artistas y activistas de género que impulsaron la convocatoria pudieron verse en días anteriores a la marcha las gráficas, adhesiones y los lugares de concentración. Esta cuenta, fue creada bajo el slogan #NiUnaMenos tres meses antes de la marcha, a mediados del mes de marzo, cuando un grupo de escritoras, feministas y periodistas propusieron la realización de una maratón de lecturas contra los femicidios, para la visibilización de la problemática y en acompañamiento a familiares de las mujeres asesinadas. Hacia principios de junio la cuenta registró más de 130 mil me gusta, superando los datos de seguidores de la cuenta de Twitter. El uso de Twitter ha sido de carácter individual, respecto de un uso por parte de colectivos y agrupaciones feministas que se volcaron de manera preferencial al Facebook

para la planificación y organización del evento y actividades relacionadas a intervenciones en los 240 lugares donde se lanzó la convocatoria. El 3 de junio #NiUnaMenos permaneció varias horas en el primer lugar como tendencia en Twitter en Argentina y desde las 13 horas se convirtió en tendencia mundial. La consultora de comunicación Webindicios se dedicó a estudiar el temblor de datos que generó la marcha convocada por las redes sociales #NiUnaMenos desde su anuncio el 11 de mayo, realizó un mapeo digital relevando la información minuto a minuto y lo compartió con GenderIT.org. Rastrearón 1,3 millones de internautas participando del debate, estimando que la información fue vista por 7,3 millones de personas en forma directa en redes sociales y en forma indirecta en los portales de noticias. Según el detalle de 20.799 posts totales, hubieron 400 posts promedio por minuto. El desglose indica que 25% de los/as usuarios/as participaron activamente en la conversación, 47% de los mensajes manifestaban apoyo hacia la marcha, 49% de los mensajes trataban sobre igualdad entre géneros y un 4% postulaban críticas a las conductas misóginas y machistas.

La multitudinaria marcha que congregó a 500 mil personas el 3 de junio en el Congreso nacional se multiplicó rápidamente en 240 puntos del país, donde se registró la creación de 120 cuentas de Facebook bajo el nombre #NiUnaMenos por localidades, alrededor de 70 se abrieron en la primera semana de convocatoria.

En todos los puntos del país donde la marcha se volvió rizoma, se pudo ver a través de la cobertura de medios nacionales a miles de personas con sus teléfonos celulares, tomando imágenes y enviando mensajes de texto para ubicarse entre la concentración de personas en lo que constituyó el duelo público de mayor repercusión de las últimas tres décadas y para pedir en un grito colectivo que terminen los femicidios, amplificado a través de diversos programas de canales de aire.

En la ciudad de Buenos Aires el Congreso se vistió de diversos colores, pancartas con fotos de víctimas de femicidio inundaron la Avenida Rivadavia: “No quiero tu piropo, quiero tu respeto”; “Ni ama, ni esclava”; “Basta de princesas indefensas” fueron solo algunos de los miles de carteles que dijeron

presente en la manifestación. Para la filósofa feminista posestructuralista Judith Butler, en su visita a nuestro país en 2015, las manifestaciones de duelo público –en las que Argentina tiene larga experiencia, en las rondas de las Madres de Plaza de mayo pidiendo por sus hijos desaparecidos en la dictadura militar y actualizada de manera novedosa también en la marcha de #NiUnaMenos–, nos introducen de lleno en la disputa por las coyunturas políticas (local y regional) evidenciando dos cosas: la materialidad actual de las violencias y el desafío de una contra-pedagogía (opuesta a la pedagogía de la crueldad y el terror) para un público más amplio a través de los medios que la era digital nos ofrece.

En efecto, la proclama de “ni una mujer menos asesinada por el hecho de serlo”, en un país donde, según estadísticas de la ONG La Casa del Encuentro, se genera un femicidio cada 31 horas¹, se promovió desde las redes sociales por mujeres activistas de género y periodistas tres semanas antes del 3 de junio y se viralizó rápidamente. Asimismo, contó con la adhesión de representantes del gobierno, la política, la cultura, el espectáculo, los medios y en diversos lugares del país se concentraron ciudadanxs que tomaron las calles. En tanto, numerosas personalidades se sumaron a la iniciativa para pedir #NiUnaMenosy adherir a la convocatoria al Congreso publicando en Twitter sus fotos con el cartel que portaba la consigna. Al finalizar el acto se leyó un documento, redactado por el colectivo organizador de la movilización que fue leído por la actriz Érica Rivas, el actor Juan Minujín y la dibujante Maitena, donde se planteó una mirada integral de la problemática, entendiendo a los femicidios como un problema de derechos humanos: “En 2008 mataron una mujer cada 40 horas; en 2014, cada 30. En esos 7 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”.

La mayoría de los medios, tanto nacionales como de las provincias, destacaron esta jornada histórica en sus portadas. La marcha, con repercusiones en Estados Unidos, Brasil, Chile Uruguay, España, Francia e Italia, tuvo también

1 En 2014 fueron asesinadas 277 mujeres. En sólo 7 años fueron asesinadas 1808 mujeres.

respuestas

inmediatas.

#NiUnaMenos como intervención colectiva significativa

Las organizaciones feministas, vienen planteando la consigna “basta de violencia contra las mujeres” desde fines de la dictadura militar (1976-1983) en el inicio del gobierno democrático de Raúl Alfonsín, en diferentes espacios y con mucha movilización. En nuestro país, una conmemoración significativa viene sentando posición pública con diferentes expresiones y resonancia mediática respecto a las violencias de género: los Encuentros Nacionales de Mujeres que se hacen desde hace 30 años en diferentes puntos del país, el primero de ellos se hizo en Buenos Aires, en 1986. El tema de la violencia de género, desde la recuperación de la democracia, se instaló con fuerza en la discusión pública a partir de las acciones que el movimiento feminista ha llevado adelante a lo largo y ancho del país en las efemérides como el 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer; el 8 de marzo, Día Internacional de las Mujeres; o el 28 de mayo, Día Internacional de la Salud de las mujeres. Durante las tres semanas que llevó la gesta de la marcha una vez lanzada a las redes la consigna, en los twits no se mencionaron las efemérides mencionadas, del mismo modo que no hubo referencias explícitas a las posiciones políticas-ideológicas del feminismo como movimiento social heterogéneo que ha producido saberes desde principios de siglo en nuestro país.

La ausencia de estas referencias son efectivas en el borramiento estratégico de las causales históricas de los femicidios, fueron estos movimientos los que cuestionando la matriz cultural de orden patriarcal que ha permeado prácticas y discursos violentos así como la desigual distribución del poder en todos los órdenes de la vida para los sujetos genéricos feminizados respecto al Universal masculino a través de la imposición de dispositivos disciplinantes, del miedo, la coacción, la violencia, el control y restricción de las libertades. A pesar de ello, la marcha, constituyó para muchas activistas un horizonte de posibilidad para un debate político, cultural y comunicacional más amplio y complejo de visibilización, problematización, denuncia y acción transformadora

de las estructuras jerárquicas y excluyentes de género en la trama de nuestra cultura.

En este marco hizo sentido la convocatoria #NiUnaMenos como hito constituido en las tramas culturales y, en la relectura de los procesos sociales, políticos y comunicacionales de nuestro país desde una perspectiva de género. Ahora bien, es menester resaltar en la genealogía, el reconocimiento de un conjunto de derechos en materia de géneros y sexualidades y en materia de ciudadanía comunicacional que han sido materializados en leyes y en políticas públicas en el período 2003-2015 en Argentina y que han retomado las luchas emancipatorias de la militancia feminista y de colectivos de diversidad genérico-sexual como la ley de Identidad de género y la ley de Matrimonio Igualitario.

El año 2009 representa una bisagra para los estudios en comunicación y también para los estudios de género y la teoría feminista desarrollados en la Argentina. Con la sanción de las leyes 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y la ley 26485, de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales².

En los últimos años, especialmente en el período 2009-2015, el activismo de género ha desplegado en Argentina estrategias para sumar a las discusiones sobre comunicación, medios y géneros, algunas de ellas han sido traducidas en iniciativas que tanto desde el Estado como desde la sociedad civil se han hecho cargo de la preocupación por las formas de comunicación sexistas, la reproducción de la dominación de género y la estigmatización y discriminación por sexo o género, alentando la creación de observatorios de medios y políticas públicas, la producción de materiales para comunicadores y educadores, así como la creación de espacios alternativos de comunicación a través de las redes sociales en los que puedan circular las palabras de quienes la sociedad subalterniza genérica o sexualmente.

² En marzo de 2009, se sancionó la Ley de violencia contra las mujeres que amplía las definiciones de violencia, distinguiendo cinco tipos (física, psicológica, sexual, económica y patrimonial, simbólica) y seis ámbitos de manifestación (doméstica, institucional, laboral, contra la libertad reproductiva, obstétrica y mediática).

En paralelo, en la última década, estos nodos problemáticos en torno a los activismos en el territorio público así como en el espacio virtual, la comunicación como herramienta de emancipación y transformación, y el género como plataforma epistemológica y campo de acción, han captado un interés creciente en el ámbito de producción del saber académico y ha adquirido una importancia insoslayable en el análisis de las transformaciones socio-culturales de nuestra sociedad que han impactado—con diversos grados de repercusiones— tanto en la cultura mediática, como en los escenarios socio-educativos así como en experiencias y prácticas colectivas de militancia.

Organización en red: activismo de género e internet

Una premisa guía este trayecto: las herramientas técnicas nunca son neutras, lo cual tampoco implica que sean "buenas" o "malas", ni que esa valoración dependa del uso que se haga de ellas. En una sociedad mediatizada como la contemporánea, conviene recordar que los artefactos que componen el instrumental tecnológico con que convivimos son básicamente productos y agentes históricos, capaces de aportar sus potencias (y sus limitaciones) a los procesos de subjetivación en movimientos sutiles, siempre cambiantes y muchas veces contradictorios, cuyo sentido político merece ser investigado. En la década de 1990 se produjeron documentos de corte filosófico – es el caso de los clásicos *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa* o *La Inteligencia Colectiva* de Pierre Lévy— que se plantearon crear un marco de sentido para comprender las transformaciones generadas por la explosión de las nuevas tecnologías digitales de la información y la comunicación. Recientemente, como resultado de un trabajo grupal donde participaron investigadores de todo el continente se presentó en el año 2013 el “OnlifeManifiesto” en Bruselas por la Comisión Europea. Este documento parte de varias constataciones, entre ellas destacamos el desdibujamiento de la distinción entre lo real y lo virtual; la difuminación de las distinciones entre humanos, la máquina y la naturaleza; el pasaje de la escasez a la abundancia de información; y el cambio de la primacía de las entidades a la primacía de las interacciones. Como desarrollaremos más adelante en este artículo, dichas

constataciones habían sido abordadas también desde los estudios de género en vista de las condiciones diferenciales en que las mujeres y sujetos feminizados construyen sus trayectorias, relaciones, posibilidades y agencias en la sociedad tecnológica.

El modelo de organización en red, a partir del cual se estructuran las principales actividades de la sociedad de la información, es un modelo referencial para los movimientos y redes sociales de resistencia y oposición a las manifestaciones de la violencia machista. Esta modalidad de gesta masiva de acciones públicas a través de la web 2.0 con perspectiva de género cuenta con un antecedente directo: en 1995, Susana Chávez acuñó la consigna “Ni una más”, que identifica la lucha contra los femicidios en México. La escritora y activista, que escribiera 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”.

En este escenario global y con la base tecnológica de Internet, las mujeres de Argentina organizadas a través de las redes sociales, como vehículo de manifestación de la resistencia y denuncia activa de las exclusiones y las violencias implícitas en el orden jerárquico de género, emplearon de manera innovadora las redes informáticas y las formas organizativas en red. Esta modalidad constituye un salto cualitativo respecto al modo en que se concebía y utilizaba la web hace tan sólo una década atrás utilizada de manera estática tipo anuncio, fundamentalmente a través de usos de aplicaciones que ofrecen las redes sociales (diseño de páginas, foros, grupos, eventos) implementadas por las organizaciones de mujeres como escaparate para la difusión de sus acciones y la consecución de acciones colectivas. Hoy, estas herramientas se piensan y apropian por el colectivo de mujeres desde un concepto dinámico de la red como una herramienta que contribuye de manera directa a intensificar los propósitos de las activistas como dinamizadoras de procesos de transformación de las relaciones entre los géneros.

En efecto, Twitter y Facebook fueron las plataformas comerciales más utilizadas en la difusión, pero en un relevamiento de la actividad de Twitter en el

período que va del inicio de la convocatoria a la conclusión de la marcha, la investigadora feminista Claudia Laudano en un artículo publicado en el periódico digital Marcha advierte: Durante los días de la convocatoria se generaron 958 mil menciones con el hashtag #NiUnaMenos; más de la mitad, el mismo día de la concentración. Con esto se logró el objetivo de posicionar el hashtag como trending topic a nivel nacional y, luego, mundial. (...) la cuenta oficial de twitter @NiUnaMenos_ contó con alrededor de 8 mil seguidores y produjo unos 760 tuits desde su apertura, el 17 de mayo, y el 4 de junio. Si bien al comienzo se respondieron inquietudes, enseguida adoptó un carácter unidireccional, en mayor medida para difundir la convocatoria y las resoluciones del grupo organizador, mostrar adhesiones de personas e instituciones variadas, solicitar ayuda para la firma del compromiso político, recopilar información de lugares de convocatorias en 120 localidades, difundir la canción oficial, spots, ilustraciones, diseños y publicitar la asistencia de las organizadoras a entrevistas en medios. El día posterior a la concentración, se autopropuso como instancia recolectora de información de Dentro de esta nueva lógica, la capacidad de influir y de circular masivamente vía Twitter y Facebook en la producción de la marcha constituyó un medio inmejorable para acrecentar el impacto público del activismo de género como un hito fundacional que trascendió la virtualidad en la movilización de propuestas y acciones políticas en las calles. A esto se suma, a modo de desplazamiento adicional en el uso tecnológico, el paso de un uso orientado a la circulación al interior de grupos puntuales de intercambio virtual, hacia un uso apoyado en las redes sociales y en herramientas de social management que pretende la inscripción en el discurso masivo, la inclusión en la agenda mediática, interacción con discursos dominantes de difusión masiva y dirigida a un público general –toda la sociedad- no delimitado en una comunidad virtual cerrada.

La red como posibilidad de enunciación: nuevas y viejas retóricas

Las consignas que se replicaron en los carteles, imágenes y posteos que circularon las activistas por Facebook los días anteriores y posteriores a la

marcha cristalizaron la violencia física, mediática y simbólica como los modos expresivos por excelencia de la violencia de género en nuestro país.

Pero a través de las redes también se hizo manifiesto el cinismo espectacularizante de la problemática captada por la hegemonía mediática, específicamente por actores reproductores de la violencia simbólica contra las mujeres en la cultura mediática como el conductor del prime-time de la televisión Marcelo Tinelli en su programa Show Match, que ha hecho de la objetualización y erotización de los cuerpos feminizados desnudos y de la esterotipia del macho argentino grotesco, depravado y burlón, el escenario de su renovado, televisado y masivamente consumido circo criollo. El dirigente del partido Cambiemos Mauricio Macri (electo presidente en octubre de 2015) se había sacado una foto como Jefe de Gobierno porteño convocando a la marcha, lo que para muchas activistas fue una afrenta al sentido político de la misma ya que fue uno de los funcionarios responsables por cerrar el programa de atención a víctimas de violencia de la ciudad de Buenos Aires.

En los posteos de la página de Facebook #NiUnaMenos, proliferaron las críticas a los usos políticos de la consigna, así como al tratamiento que dan los medios de información a los casos de violencia de género desde una posición enunciativa donde se revelan revictimizaciones, estigmatizaciones incurriendo en violencia mediática y simbólica, desde concepciones patriarcales sobre las expresiones de género y de sexualidad de las niñas y adolescentes asesinadas.

El de Melina Romero (2014) fue uno de los femicidios que desató coberturas viciadas de malas prácticas en los medios de comunicación. Estrategias contra las que se alzaron muchas voces desde el Estado, la sociedad civil, asociaciones de periodistas e incluso los mismos medios reclamando más responsabilidad social y menos sensacionalismo. El 13 de septiembre el diario Clarín publicó un perfil de Melina titulado: "Una fanática de los boliches, que abandonó la secundaria". Ciudadanxs y organizaciones sociales se expresaron y viralizaron al día siguiente el repudio a este modo de abordaje mediático del caso a través de las redes sociales y la

Legislatura aprobó en sesión una declaración de preocupación ante el tratamiento “revictimizante”.

Otros casos de mujeres asesinadas durante 2015 y los abordajes informativos que las construyeron y valoraron en tanto “buenas y malas víctimas” fueron repudiados en algunos posteos realizados por feministas activistas en referencia al preocupante efecto formador de subjetividades que conlleva. En un relevamiento realizado un mes antes de #NiUnaMenos, durante mayo de 2015, el Observatorio de la Discriminación en Radio y TV –formado por el Instituto Nacional contra la Discriminación la Xenofobia y el Racismo (Inadi), la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afsca) y el Consejo Nacional de las Mujeres (CNM)– analizó algunos programas televisivos con problemas en el enfoque de la violencia hacia las mujeres. Uno de los episodios de cobertura visualizados fue el programa Argentina despierta, conducido por Chiche Gelblung y Amalia Granata, por Canal 26. Allí se abordó el femicidio de Gabriela Parra, una mujer que fue apuñalada en una confitería de Caballito, el 9 de abril de 2015. El informe resalta que se observan placas/titulares como: “Amores trágicos: crecen los crímenes pasionales”; “Otra historia de amores trágicos. Enloqueció y la apuñaló en un bar de Caballito”; “Amores trágicos: la citó en un bar y la mató” o la figura de “emoción violenta”. En los posteos analizados en las redes sociales se observaron referencias y denuncias respecto de los tratamientos espectacularizantes de medios informativos, usuarias activistas compartieron fotos y videos que capturaban la rapiña y predación de los cuerpos femeninos, como operatoria sensacionalista imprescindible para la “pedagogía de la crueldad” (Segato, 2004: 45), que se produce y reproduce en la cultura mediática argentina. En la cobertura mediática de los femicidios el escarnio sobre la víctima y la moralización, juegan a un juego esquizofrénico junto a la invisibilización porque la mirada lejos de estar dirigida a los procesos y a las relaciones de dominio, desamparo, vulnerabilidad y exclusión, que provocan las violencias patriarcales (simbólicas, económicas, sexuales, institucionales, etc) las invisibilizan para dar protagonismo a los datos y detalles escandalosos que aseguran la venta en el mercado.

Entre los reclamos y los puntos de la convocatoria apareció el “debe” que tienen los medios respecto de este tipo de coberturas. En general el tratamiento periodístico de la marcha fue abarcativo y dio cuenta también del rol de los medios. Asimismo se visibilizó y profundizó en las reflexiones críticas respecto del concepto de violencia mediática. En el documento final del X Encuentro de la Red PAR, las y los periodistas con visión de género allí nucleados declararon que celebraban la manifestación popular que tuvo lugar en todo el país y aseguraban que era necesario avanzar en la erradicación de las violencias machistas abordando y comprendiendo de forma integral los distintos tipos y modalidades de violencia. En cuanto al rol de los medios de comunicación, el documento sostiene que “no sólo en la cobertura de las historias prevenimos las violencias, sino también en la eliminación de los tratamientos morbosos, estereotipados y descontextualizados”, y exigen que el #NiUnaMenos “se traduzca en políticas editoriales en defensa del derecho de las mujeres a vivir una vida libre de violencias”.

La marcha aglutinó al amplio espectro ideológico-partidario de actores que se sumaron a subir fotos portando la consigna, como parte de una estrategia política en un año electoral. La preocupación latente de las activistas sobre lo que hace siempre el mercado con los objetos masivos es que fuera banalizado, incorporado a sus lógicas mercantiles y vaciado del contenido y de la potencia transformadora que vislumbraba.

En este marco, en algunos posteos de activistas a través de las redes, especialmente en Facebook, la preocupación giraba en torno al riesgo de ser captadas por “la derecha” en un año electoral, “la hegemonía mediática” o “los líderes de la tv proxeneta”. Tal como observa la investigadora argentina Claudia Laudano:

La estrategia de viralización de la consigna mediante selfie o foto de apoyo con cartel, pronto presentó límites precisos, al ser apropiada sin escrúpulos por empresarios y personajes mediáticos cuestionados por sexistas, funcionarios/as y diferentes candidatos/as partidarios. Para contrarrestar, el

colectivo organizador propuso la firma del compromiso #DeLaFotoALaFirma a representantes de partidos políticos, sin contemplar de manera adecuada el lugar central de la promesa en el discurso político, sobre todo en tiempos electorales. (Claudia Laudano, 2015)

El principal reclamo que se hizo viral en las redes Twitter y Facebook, pero también en listas electrónicas de discusión temática y blogs, fue la instrumentación en su totalidad de la Ley 26.485 de Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, reglamentada en el año 2010. También la apertura y el funcionamiento pleno de Oficinas de Violencia Doméstica (OVD) de la Corte Suprema de Justicia en todas las provincias; la creación de más hogares o refugios de emergencia y hogares de día para las víctimas que logran huir de los contextos de violencia, el patrocinio jurídico gratuito y que se garantice la Educación Sexual Integral en todos los niveles.

todo el país, los 365 días del año, las 24 horas—, aumentaron a 13.700.

Nuevas posiciones de enunciación: modos de habitar el espacio virtual

Algunas tempranas reflexiones feministas en torno a la condición de la corporalidad, el género y la sexualidad en el ciberespacio, cuya autora más difundida es Allucquère Stone, basaron sus planteos en la consideración de los condicionamientos que el sistema patriarcal parece haber impreso en las condiciones mismas de existencia y habitabilidad del acontecimiento que llamamos espacio virtual, imbricado con el espacio simbólico y mediático. Es así como el espacio virtual, tanto como el espacio mediático, lleva las marcas del espacio público. Desde esta perspectiva se problematizó la construcción discursiva de la virtualidad, tanto en la forma de los discursos que la gente produce para relacionarse en ella como en los discursos que nombran ese espacio y condicionan maneras de entenderlo, valorarlo y percibirlo. Es así como se observó que las referencias hegemónicas masculinas en torno al ciberespacio y a la experiencia espacial y corporal asociada al mismo, suelen recurrir a relacionarlo con la idea de abandono del cuerpo, lo supracorporal, la liberación de las barreras de la carne. En base a esto, la perspectiva

ciberfeminista considera que los cuerpos virtuales son contados y son leídos, si bien la manera en que son narrados no puede ser escindida de las normativas sociales hegemónicas sobre los cuerpos, como tampoco la manera en que serán percibidos puede aislarse de los términos de inteligibilidad de lo que se considera un cuerpo apto, el foco del análisis se centra en la atención al proceso de diseño continuo y consciente del propio cuerpo que acompaña a la virtualidad, proceso en el que el mismo cuerpo se encuentra inmerso, por lo que no habría un adentro y un afuera, una materialidad y una virtualidad fácilmente delimitables (Id., 1991).

De esta manera, para pensar y nombrar los cuerpos no sólo de las mujeres, sino de todos, en la virtualidad se partiría de la premisa de que los cuerpos en el ciberespacio están, al igual que los cuerpos en cualquier espacio, contruidos por códigos que corporalizan expectativas de visibilidad (Id., 1991). Por supuesto que se trata de corporalizaciones refiguradas y reinscriptas en un nuevo marco de espacialidad. No hay que olvidar que para el cuerpo, el género y la identidad ser visible, reconocido e inteligible es un deseo, y se trata de un deseo intensamente entretelado y condicionado por las limitaciones que el ejercicio hegemónico del poder imprime sobre los sujetos y sujetas (Butler, 2002). Es por ello que este deseo de visibilidad y de inteligibilidad de uno mismo en el espacio virtual no puede ser separado de las condiciones restrictivas hegemónicas que marcan las trayectorias y posibilidades de los sujetos.

Es en este punto donde el establecimiento de la relación analítica entre las configuraciones de posiciones de enunciación en medios digitales y las configuraciones o taxonomías de género sostenidas por el sistema mediático legitimado adquiere un sentido profundamente desnaturalizante. Explorar los modos en que las disputas emancipatorias del feminismo a través de la apropiación de la web 2.0 se inscriben en regímenes de circulación y de difusión masivos, sus interacciones con los discursos mediáticos tradicionales, los modos en que dichas consignas son apropiadas por el mainstream y el tipo de visibilidad que se les adjudica y construye para el gran público, resulta fundamental en la tarea de afinar los mecanismos de desnaturalización de las

tramas del sexismo mediático que –de modo no siempre evidente- parecen extender su influencia a los nuevos modos y ámbitos de comunicación mediada, al mismo tiempo que parecen encontrar nuevas resistencias. En esa compleja trama de posiciones de enunciación colectiva reconfiguradas, nuevas disputas por las agendas y persistencia de estereotipos, se encuentra una de las principales líneas a desarrollar en los estudios de comunicación y género.

Conclusiones

La concepción de la comunicación multimedial y los activismos digitales implica dimensionar prácticas y saberes que confronten la experiencia de los modos de dominio naturalizados para cambiar la vida colectiva concreta y materialmente. De allí, la importancia que la masiva marcha ha adquirido para muchas feministas en términos de la obtención de respuestas inmediatas por parte de algunos sectores del Estado ante la presión social que ejercieron las proclamas y reclamos por parte de las activistas organizadoras tanto en el terreno virtual como en la arena pública. En esta coyuntura, se vuelve menester planteamos hoy una mirada crítica y estratégica sobre los discursos universalistas que resultan excluyentes de las particularidades genéricas, étnicas, sociales, así como se plantea también determinar algunos de sus efectos victimizadores. Hacernos cargo de la violencia simbólica en torno a las expresiones de género en las dinámicas multimediales y la manera en que podemos reproducir o desplazar determinados efectos discursivos en una acción transformadora, supone asumir éticamente los efectos de poder del discurso lo que resulta fundamental para las prácticas de apropiación que activistas feministas despliegan en la arena virtual.

Bibliografía:

Laudano, Claudia (2015). *Movilización por ni una menos, entre el activismo digital y el feminismo lo hizo*, Revista Marcha, 23-45. Recuperado de <http://www.marcha.org.ar/movilizacion-por-niunamenos-entre-el-activismo-digital-y-elfeminismolohizo/#comments>).

Segato, Rita. (2004). *La argamasa jerárquica: violencia moral, reproducción del mundo y la eficacia simbólica del derecho*, en *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*, Prometeo, Buenos Aires.