



ENCUENTROS. REVISTA DE CIENCIAS HUMANAS, TEORÍA SOCIAL Y PENSAMIENTO CRÍTICO.

ISSN: 2343-6131 / DEP. LEGAL: PP 201202ZU4143

AÑO 6. N° 8. AGOSTO-DICIEMBRE 2018 pp. 117-136

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL RAFAEL MARÍA BARALT

## **Movimientos feministas en la era digital. Las estrategias comunicacionales del movimiento *Ni Una Menos*.**

Feminist movements in the digital era. The communication strategies of the *Ni Una Menos* movement.

Romina Accossatto

Mariana Sendra

romina.accossatto@gmail.com

*Universidad Nacional del Cuyo*

Mendoza, Argentina

### **Resumen:**

El presente artículo se asienta en la pregunta sobre cuál es el rol que cumplen las estrategias comunicacionales en la organización de la acción colectiva del movimiento de mujeres y feminista *Ni Una Menos*, originado en Argentina. Se parte de la hipótesis de que el éxito que tuvo este movimiento se debe, en gran medida, al uso de las tecnologías digitales, fundamentalmente de las redes sociales. El enfoque teórico-metodológico empleado consiste en explicar las lógicas de organización y participación política, desde el marco conceptual del cyberactivismo político, a través de un análisis cualitativo de estudio de caso. Una de las conclusiones más relevantes es que *Ni Una Menos* desplegó un uso estratégico de las TICs que le permitió posicionarse como un movimiento masivo, a la vez que dinamizar mecanismos organizativos internos. Sin embargo, su éxito en este sentido, se vio favorecido por las características socio-institucionales del grupo de organizadoras, y por una coyuntura mediática que allanó el terreno para la visibilización de los discursos contra los femicidios.

**Palabras claves:** Movimientos Sociales, Movimientos de mujeres y feministas, Estrategias comunicacionales, Cyberactivismo político –

### Abstract

This article is based on the question of what is the role played by the communication strategies in organizing the collective action of the women and feminist movement *Ni Una Menos*, originated in Argentina. The hypothesis is that the success of this movement is due, in large part, to the use of digital technologies, mainly social networks. The theoretical-methodological approach used is to explain the logic of organization and political participation, from the conceptual framework of political cyberactivism, through a qualitative case study analysis. One of the most relevant conclusions is that *Ni Una Menos* deployed a strategic use of ICTs that allowed it to position itself as a massive movement, while at the same time energizing internal organizational mechanisms. However, its success in this sense, was favored by the socio-institutional characteristics of the group of organizers, and by a mediatic juncture that evened the field for the visibility of the speeches against femicides.

**Keywords:** Social Movements, Movements of women and feminists, Communication strategies, Political Cyberactivism

### Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo abordar el movimiento de mujeres y feminista *Ni Una Menos* de Argentina, como un caso representativo de cyberactivismo político, focalizando en la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) como estrategia para la organización de la acción colectiva. Nos concentramos particularmente en la primera acción política de relevancia que llevó adelante este movimiento: la movilización realizada el 3 de junio de 2015, la cual adquirió una enorme visibilidad pública y repercusión mediática tanto a nivel nacional como internacional.

El trabajo se estructurará en tres apartados: en primer lugar, una reseña descriptiva sobre los procesos de surgimiento que dieron lugar al movimiento *Ni Una Menos* y su repercusión regional. A continua-

ción, esbozamos un breve marco teórico sobre el tema del cyberactivismo político, donde presentamos algunos de los debates teóricos que se han generado en torno a este fenómeno, así como las nociones y categorías que utilizaremos para nuestro análisis. Luego, desarrollamos un análisis del movimiento *Ni Una Menos* como caso de cyberactivismo político, a través de la presentación de tres aspectos: tipos de cyberactivismo político, impacto del uso de las TICs en la acción política y, finalmente, distinguimos las relaciones que establece el movimiento con las élites políticas y los medios masivos de comunicación. Finalmente, esbozamos algunas conclusiones finales sobre los hallazgos que nos permiten identificar a *Ni Una Menos* como caso de cyberactivismo político, así como también advertir sobre las potencialidades y desafíos que representa la utilización de las TICs en el logro de los objetivos del movimiento.

Las fuentes utilizadas para el análisis son variadas y responden a diversos formatos. Esto se debe al problema fundamental que se presentó para este trabajo: la bibliografía académica

especializada sobre el estudio de *Ni Una Menos* en la Argentina es escasa y los datos se encuentran poco sistematizados. Por lo que se tuvo que recurrir a un amplio abanico de fuentes que van desde datos e información secundaria, material recogido en sitios web, artículos periodísticos y documentos difundidos en las manifestaciones.

El núcleo central del análisis radica en las entrevistas realizadas a integrantes del movimiento por parte de Noelia Belén Díaz y Alejandro Hernán López, efectuadas en el marco de su tesis de Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad de La Plata. Para el presente trabajo, se utilizaron las entrevistas desgravadas del anexo de este trabajo de tesis titulado “Ni Una Menos: el grito común” (2016) que se encuentra en el repositorio institucional de la Universidad Nacional de La Plata<sup>1</sup>. Las entrevistas fueron realizadas en junio de 2016 y no se efectuaron al universo total de integrantes del movimiento, sino a las participantes consideradas más representativas.

---

1 <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/58537>

## ¿Qué es *Ni Una Menos*?

El movimiento *Ni Una Menos*, surgido en Argentina el 3 de junio de 2015, representa una materialización del descontento social frente a la violencia machista. La masividad de la primera manifestación convocada por esta organización, fue el resultado de, al menos, dos factores: por un lado, la preexistencia de un profundo hartazgo social por una pronunciada escalada femicida, que va a ser fuertemente mediatizada e instalada en la opinión pública; por otro lado, la constitución de una organización de mujeres que desplegó variadas estrategias comunicacionales y una importante red militante a nivel regional. A continuación, describiremos las condiciones que contribuyeron a su emergencia.

### Surgimiento y repercusión regional

Según estadísticas no oficiales<sup>2</sup>, en Argentina en el año 2014, se produjeron al menos 277 femicidios, llevando el porcentaje de muertes de mujeres a 1 cada 30 horas. En los primeros meses de 2015, se produjo un incremento de estas cifras respecto al año anterior. Entre los meses abril y mayo, se produce una escalada de violencia machista en todo el país que da como resultado el asesinato de ocho mujeres<sup>3</sup>. Los medios de comunicación se hicieron eco de estos sucesos y el tema se instaló fuertemente en la opinión pública.

El primer hecho disparador de la organización de la movilización *Ni Una Menos* se produjo el 16 de marzo de 2015, cuando se da conocimiento del hallazgo del cuerpo de Daiana García, desaparecida durante una semana e intensamente buscada. Las terribles condiciones de su hallazgo, recorrieron los medios de comunicación masiva. Como reacción frente a esto, un grupo de mujeres, escritoras, periodistas, activistas, artistas, convocaron a una maratón de lectura el día 26 de marzo de 2015, en la Plaza

2 En Argentina, no había estadísticas oficiales sobre los femicidios ni de violencia de género. Sin embargo, existían relevamientos no oficiales. El más importante de ellos, por ser de carácter nacional, es el realizado, desde 2008, por el *Observatorio de Femicidios en Argentina* Marisel Zambrano, perteneciente a la organización no gubernamental "La Casa del Encuentro".

3 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.

Boris Spivacow en Buenos Aires, con el objetivo de visibilizar la problemática del femicidio. Esta maratón llevaría el nombre de *Ni Una Menos*.

*“La primera acción que se llamó Ni Una Menos la hicimos con algunas chicas que después no estuvieron en la organización de las marchas (...).Selva Almada –escritora– me había dicho:„Hagamos algo ya”, porque Daiana García había aparecido asesinada en marzo del año pasado. 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. Se armó una primera estrategia (...)”* (María Pía López, organizadora) (Díaz & López, 2016: 39).

El segundo hecho disparador se produce el 10 de mayo cuando es hallado el cuerpo sin vida de Chiara Páez, una adolescente de 14 años que se encontraba embarazada y fue asesinada por su novio. Inmediatamente, este grupo de mujeres se reúne para organizar una nueva convocatoria, esta vez una concentración frente al Congreso en la Ciudad de Buenos Aires.

En principio, la acción iba a realizarse sólo en la ciudad de Buenos Aires, pero el trabajo de difusión de este colectivo de mujeres a través de las redes sociales y los vínculos con otras organizaciones feministas, hizo que la convocatoria tuviera una fuerte repercusión a nivel nacional. La concentración central se realizó el 3 de junio de 2015 en la Plaza de Congreso en Buenos Aires en la que asistieron alrededor de 250.000 personas entre los que se encontraban organizaciones de mujeres y feministas, movimientos políticos y sociales, sindicatos, artistas y numerosas figuras públicas. *Ni Una Menos* se replicó en más de 120 puntos del país y logró converger a más de 400.000 personas.

La movilización en Argentina repercutió en otros países de América Latina como Chile, Uruguay, Perú y México, donde se realizaron marchas y concentraciones contra la violencia hacia las mujeres. En Uruguay se repitió la convocatoria en repudio a la violencia hacia las mujeres, con movilizaciones en más de 15 departamentos, organizadas por colectivos feministas y organizaciones sociales locales. En Chile, también, la marcha fue convocada por distintos colectivos feministas, entre los que se encontraban Red Chilena contra la violencia, Pan y Rosas Teresa Flores, Articulación Feminista, Alzada Libertaria y otras. En este caso, se repudiaron los femicidios de 28 mujeres ocurridos en el primer semestre de

2015. Con ese objetivo, se pidió a las autoridades la implementación de políticas públicas para frenar esta problemática en aumento en países de América Latina. En Perú la marcha *Ni Una Menos* tuvo lugar el día 13 de agosto de 2016 para pedir el cese de la violencia machista en todas sus expresiones. Entre los asistentes se destacaron el Presidente Pedro Pablo Kuczynski y varios de los ministros, además de la Vicepresidenta Mercedes Aráoz, quien reconoció haber sido víctima de violencia psicológica.

En la Ciudad de México se realizó una concentración en el Monumento a la Independencia, en el centro de la ciudad, donde agrupaciones de mujeres, feministas y organizaciones políticas denunciaron los femicidios y las trágicas cifras de la violencia contra las mujeres en ese país. Participaron también Norma Andrade, fundadora de Nuestras Hijas de Regreso a Casa de Ciudad Juárez y Padres de hijas asesinadas y desaparecidas del Estado de México. El día 19 de octubre de 2016, organizaciones feministas convocaron a un paro nacional y una concentración para denunciar femicidios.

### **Debates teóricos en torno al cyberactivismo político**

La irrupción de internet y las tecnologías digitales en las sociedades contemporáneas ha significado un cuestionamiento de los tradicionales actores políticos que estaban implicados en la formación de la opinión pública. Ha potenciado las dimensiones discursivas de una esfera pública hasta entonces gestionada por periodistas, encuestadores y políticos que terminaban constituyendo un mismo entramado institucional con intereses compartidos

Además, el poder de Internet ha permitido acelerar los procesos sociales y superar las limitaciones espaciales, donde cobra centralidad la noción de redes. Prima lo “local” y lo “transnacional”, con un incremento de las prácticas de participación política por “arriba” y por “abajo” del Estado Nación (Sanpedro Blanco y Resina de la Fuente, 2004).

En esta reconfiguración de las dimensiones discursivas de la esfera pública producida por la aparición de la tecnología, ha emergido una nueva forma de protesta política definida como cyberactivismo. La literatura

especializada ha caracterizado el cyberactivismo político desde dos principales significados. En primer lugar, como una forma de movilización política que recientemente se ha puesto a disposición de la ciudadanía a través de las tecnologías digitales, las computadoras y los smartphones. En segundo lugar, se lo ha interpretado desde el enfoque de la “seguridad”, el cual alude a posibles fuentes de amenazas de cyberataques a sistemas civiles de datos, información e infraestructura (Sorell, 2015). En este trabajo, nos enfocamos en la primera interpretación, que concibe a Internet como una plataforma y un medio para la acción política.

En este contexto, el uso de las TICs por parte de los cyberactivistas ha facilitado la movilización de la participación, la coordinación de las acciones y se ha utilizado como una herramienta táctica en sí misma. La utilización de redes informáticas reduce los costos de transacción asociados con la organización de la acción colectiva y, por lo tanto, nivela el campo de juego de la política. En suma, las organizaciones pueden beneficiarse del uso de las TICs mejorando su capacidad para comunicarse de manera efectiva con mayor velocidad, costos reducidos y facilidad de interacción entre una red internacionalmente dispersa (Pickerill, 2004).

Porotrolado, se ha caracterizado a este fenómeno como un “pluralismo acelerado”, que opera sin apoyo institucional o estructuras, donde el proceso grupal pierde parte de su dependencia del público estable y las instituciones privadas.

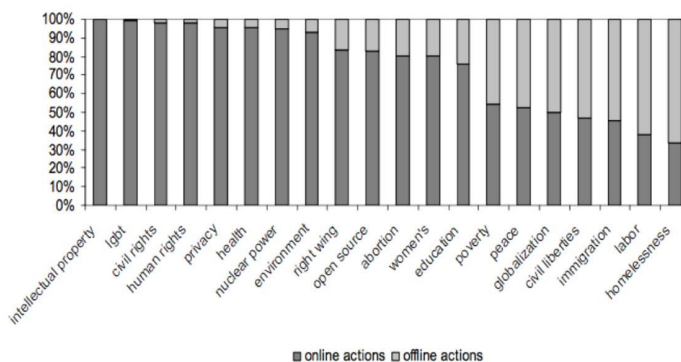
[...] Según esta interpretación, el cyberactivismo se mantendría centrado en torno a grupos y redes (en lugar de individuos solitarios), pero estos vínculos serían más difusos, fluidos y de corto plazo, y el ciclo de movilización y respuesta se movería más rápidamente (Pickerill, 2004:5)

Por su parte, Jennifer Earl (2012) agrega que Internet simplemente acentúa o acelera procesos bien conocidos que impulsan el activismo y la protesta. Argumenta que, aunque los movimientos políticos pueden llegar a un público mucho más amplio de manera más rápida y menos costosa con Internet, ninguno de los procesos teóricos fundamentales que impulsan el activismo se ve notablemente alterado. Es decir:

[...] aunque Internet puede permitir que los grupos difundan información rápidamente, reduce el costo de la comunicación en línea y/o mejora la capacidad de los grupos de crear y representar amplias coaliciones online, no cambia quiénes son los activistas, qué hacen los activistas o cómo lo hacen de una manera más fundamental (Earl, 2012: 428).

Para ilustrar la masificación que ha tenido el uso de internet por parte de los actores políticos, Earl llevó a cabo un estudio en 2012 sobre las tendencias de protesta online y offline, analizando los sitios web de distintas organizaciones en veinte áreas temáticas. Entre los resultados, encontró que el 67% de los casos analizados utilizaban acciones online en sus formas de organización y participación. Cabe resaltar que, dentro de este universo, los movimientos políticos encuadrados en la dimensión temática “mujeres”, presentan un alto nivel de acciones de protesta online, alrededor de más del 80%.

### Tipo de acciones de protesta por área temática



Fuente: Earl, J. (2012). Hanging the world one webpage at a time: conceptualizing and explaining internet activism. *Mobilization: An International Journal*, 15(4), 425-446.

### ***Ni Una Menos*: un caso de cyberactivismo político.**

Como se mencionó anteriormente, uno de los rasgos más relevantes de *Ni Una Menos*, y que va a establecerse como la base de su masividad, es el uso de las redes sociales como una estrategia comunicacional fundamental para la organización de su acción colectiva. A continuación se describirán los aspectos más significativos del movimiento, que lo ubican dentro de esta nue-



va modalidad de participación política denominada cyberactivismo político.

### Tipos de cyberactivismo político

Dentro de la tipología de los activismos en Internet que propone Jennifer Earl (2012)<sup>4</sup>, podríamos enmarcar el uso de las redes sociales en el movimiento *Ni Una Menos* como un modo de *Activismo offline facilitado por las TICs*. A partir de esta categoría, la autora describe el uso de canales de difusión, como sitios web o redes sociales, para transmitir información y facilitar la participación en eventos de protesta fuera de línea. En este caso, internet no es concebido como un espacio autónomo e independiente, sino como un medio para organizar y coordinar acciones colectivas fuera del ámbito virtual. En el caso de *Ni Una Menos*, la utilización de las redes sociales, específicamente Facebook y Twitter, representaron las estrategias comunicacionales y de difusión que potenciaron la convocatoria para una acción fuera de línea: la concentración y movilización del 3 de junio de 2015.

Las redes sociales funcionaron como un espacio fértil en el cual las primeras acciones del movimiento comenzaron a multiplicarse. El elemento disparador, a través del cual se va gestar la idea de *Ni Una Menos* y de la convocatoria a una manifestación, fue un tuit lanzado por una de sus integrantes. Esto interpeló al resto de compañeras que luego constituirían el grupo organizador de la movilización.

*“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 (...)”* (Mercedes Funes, organizadora) (Díaz & López, 2016: 52).

A partir de allí, el uso de las redes sociales va a ser una herramienta funda-

---

<sup>4</sup>Earl propone una tipología de cuatro categorías para describir los principales tipos de activismo en internet: Folletos en internet (Brochure-ware), Activismo offline facilitado por las TICs, Participación en acciones de protesta online y Organización de acciones de protesta en línea (Earl,2012:428-433)

mental para el movimiento. El impacto que se tuvo en este ámbito, representó un evento sin precedentes en la historia de las acciones feministas en el país:

*“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. 834 organizaciones sociales, desde ONG hasta sindicatos, clubes y asociaciones vecinales adhirió por las redes. 2.13 personalidades de la Argentina y 2 0 de otros países de América atina 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 en Díaz & López, 2016: 47)

Sin embargo, este fuerte impacto en el espacio virtual fue canalizado por la organización para ampliar la convocatoria a la manifestación. La acción de protesta surge y se masifica en las redes sociales, pero el objetivo final es un repertorio de protesta clásico: la concentración y movilización en el espacio público.

Si bien la movilización del 3 de junio fue la acción más importante y emblemática del movimiento, no fue la única. Paralelamente a esta convocatoria, se llevaron adelante campañas en las redes sociales. La principal consistió en acudir a personajes públicos para que muestren un cartel con la consigna de *Ni Una Menos* y la convocatoria a la marcha. Estas imágenes circularon los días previos a la movilización como una forma de convocatoria y visibilización. Este tipo de acciones pueden ser considerada dentro de lo que Jennifer Earl (2012) denomina como *Participación en acciones de protesta online*. Para la autora, el activismo en Internet también puede significar participación en línea en acciones de protesta online, como solicitudes en línea, boicots, campañas de escritura de cartas en línea, manifestaciones y demostraciones virtuales.

De esta campaña de difusión, se desprendió una nueva acción que implicaba un compromiso más profundo a los representantes políticos y dirigentes que habían participado con una foto. La campaña se denominó #DeLaFotoALaFirma.

*“En esa convocatoria que empezamos a hacer, primero acudimos a famosas. 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 (...)*" (Mercedes Funes, organizadora) (Díaz & López, 2016: 53).

Como sostiene Earl (2012), las acciones de protesta se están discutiendo en los sitios web o redes sociales antes de que sucedan, alentando la participación de los visitantes del sitio y facilitando el evento. En el caso de *Ni Una Menos*, el uso de las redes sociales se ha llevado a cabo, tanto como el espacio privilegiado de la acción colectiva (campañas) como un medio de difusión y ampliación de sus acciones colectivas fuera del mundo virtual (manifestaciones).

### **Impacto del uso de las TICs en la acción política**

Como se mencionó, el uso y aplicación de tecnologías digitales impacta de manera significativa en las formas de organización de la acción colectiva y el fomento de la participación política. En este sentido, algunos de los efectos identificados en el movimiento *Ni Una Menos* son:

#### **Interacción rápida:**

Según Pickerill (2004), los activistas pueden usar las TICs para aumentar la velocidad y la regularidad de su comunicación, reduciendo así la carga de la distancia. Además, tal rapidez puede mejorar los tiempos de respuesta y ayudar a reunir información. La capacidad de generar apoyo y movilización también es posible dentro de un marco de tiempo más corto al proporcionar un conducto fácil a través del cual notificar a los activistas sobre los eventos. Las mismas organizadoras del evento de protesta son capaces de identificar los beneficios que les otorgó la rapidez de los espacios virtuales utilizados, y lo expresaban de la siguiente manera:

*" las redes tienen la inmediatez, la frescura que un medio no podría tener. No endioso las redes, pero tampoco me parecen una porquería. Fue así: „Está pasando esto“(...) „Bueno, hacé tal cosa“. Una de las chicas le escribió a iniers –historietista–: „Estamos haciendo esto. ¿Te copás haciendo un dibujo?“. iniers estaba de vacaciones en España, hizo el dibujo 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: a estrategia tiene un límite"* (Soledad Vallejos, organizadora) (Díaz & López, 2016: 22).

### **Efecto multiplicador:**

Con internet, los actores políticos pueden llegar a audiencias mucho más amplias y a menor costo (Earl, 2012); esto es lo que se conoce como “efecto de viralización”. La llegada por redes sociales a personas no militantes también fue una característica notoria del movimiento *Ni Una Menos*. Fue una consigna que llegó a la sociedad de forma masiva, atravesando las barreras de las organizaciones feministas, movimientos de mujeres y organizaciones políticas.

*“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) (Díaz & López, 2016: 46).

Asimismo, el uso de las redes contribuyó a la viralización del evento, provocando como resultado que la convocatoria fuera un éxito en cuanto a la cantidad de gente que asistió: en la primera marcha, sólo en Buenos Aires concurrieron 250.000 personas, y a nivel nacional se logró una cantidad de 400.000 personas de alrededor de 120 ciudades del país.

*“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) (Díaz & López, 2016: 65).

*“Recién el mismo 3 de junio del año pasado nos dimos cuenta de la magnitud de la convocatoria (...) Sabíamos que iba a haber mucha gente, pero no tanta. 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 (...)”* (Mercedes Funes, organizadora) (Díaz & López, 2016: 53)

### **Organización interna:**

Las TICs tienen el potencial de aliviar algunas de las tensiones a las que se enfrentan las organizaciones y los grupos durante la comunicación interna y la coordinación. Además permiten establecer formas innovadoras en la constitución de las estructuras de poder y toma de decisiones. Pickerill (2004), propone la noción de *Convergencia de la comunicación* en el cual sostiene que la utilización de las TICs permite superar las dificultades de

comunicación organizacional, contribuir a mejorar el flujo de información dentro de un grupo y, de este modo, potencialmente, ayudar a su eficacia en el logro de sus objetivos. Las organizadoras comentaron que utilizaron también las TICs, principalmente redes sociales y Whatsapp, para fines de organización interna:

*“(...) 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) (Díaz & López, 2016: 33).

*“El primer chat privado que tuvimos fue por Twitter. A los pocos días armamos uno de WhatsApp, que todavía sigue funcionando las 24 horas, porque todas tenemos horarios distintos. (...)”* (Mercedes Funes, organizadora) (Díaz & López, 2016: 54).

Por otro lado, Mosca (2008) utiliza el concepto de *Organización horizontal o Internal Democracy*, a partir del cual Internet es percibido como una oportunidad para facilitar la difusión del poder y la ampliación de la participación en el movimiento, mejorando la democracia interna. Asimismo, Pickerill (2004) sostiene que las TICs permiten generar estructuras de poder horizontales no jerárquicas al interior de la organización. Podríamos decir que la consigna *Ni Una Menos* pasó a ser de propiedad colectiva, ya que prácticamente cualquier persona que se sintiera identificada con la causa podía levantar este cartel y pronunciarse en contra de la violencia machista. En ese sentido, se trató de un movimiento totalmente abierto, sin ninguna restricción de ingreso o salida.

*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) (Díaz & López, 2016: 33).

Además de contribuir a una mayor horizontalidad de la estructura interna, el uso de las TICs, como afirma Pickerill (2004), posibilita establecer vínculos más fluidos y de corto plazo asentados en relaciones organizativas más laxas y desestructuradas.

*“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) (Díaz & López, 2016: 32).

### **Cohesión de redes (Working together):**

Una de las principales ventajas de utilizar las TICS es que fortalecen la cohesión de redes y el trabajo en enjambre, a partir de la habilidad de conectar con otros grupos activistas, movilizaciones de ayuda y generación de campañas colectivas (Pickerill, 2004). En el caso de *Ni Una Menos*, la campaña a través de las redes hizo que se acoplaran otras organizaciones feministas, organizaciones y movimientos políticos, ONGs y diferentes colectivos de ámbitos diversos que compartían la causa, formando una especie de “coalición” de organizaciones que participaron de la movilización y ayudaron en la difusión de la misma.

*“Ni Una Menos no terminó. Es algo que recién está empezando. 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 sabes 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) (Díaz & López, 2016: 23).

### **Alcance global:**

Pickerill (2004) sostiene que la creación de redes cohesionadas aumenta, a su vez, la capacidad de los activistas para establecer redes en una escala global, y para que emerjan movimientos políticos aún más amplios de tales coaliciones. El fenómeno de *Ni Una Menos* tuvo enormes repercusiones en el ámbito internacional, expandiéndose a otros países de América Latina y de otras regiones. Países como Francia, España, México, Guatemala, Bolivia, Chile, Paraguay, Uruguay y Perú se sumaron a la consigna y al paro nacional de mujeres que se convocó en el año 2016 en Argentina, organizando manifestaciones en distintas ciudades.

*“Nosotras queremos tener un feminismo de base popular e internacional, no nacional. Estamos en red con grupos de México, Perú, Brasil. Hay una vida internacional que hay que llevar por el lado de una lucha anticapitalista radical.”* (Cecilia Palmeiro, organizadora) (Díaz & López, 2016: 32).

*“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 1 mujeres en lo que va del año en este país. (...) En Santiago de Chile, la concentración se ubicó frente al Palacio de la Moneda.” (Pagina/12, 04/06/2015: 9 en Díaz & López, 2016: 31).*

*“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 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 en Díaz & López, 2016:31).*

### **El cyberactivismo político y su contexto: élites políticas y medios masivos de comunicación.**

Lorenzo Mosca (2008) afirma que Internet representa un medio de “doble faz” y un desafío para los movimientos sociales y políticos, porque, por un lado, es una herramienta que empodera a actores e individuos colectivos con pocos recursos, facilitando una interacción más bidireccional e interactiva con el exterior. Pero, por otro lado, la capacidad real de instalar una demanda y ejercer presión sobre los actores que toman las decisiones de políticas públicas es muy difusa.

En su estudio, Mosca entrevistó a líderes del movimiento *Global Justice Movement* de Italia, para detectar fortalezas y debilidades de la comunicación en Internet. Entre los hallazgos de sus entrevistas advierte que la percepción del impacto del uso de Internet por parte de los miembros de esta organización varía según los diferentes objetivos de su acción y fortalece tipos específicos de comunicación. En general, encontró que se fortalecen más las relaciones de los movimientos con los medios de comunicación, pero no así con las élites políticas que se encontraban en posiciones claves de toma de decisión.

### **Élites Políticas:**

En cuanto a las élites políticas, se encuentra que las acciones ejecutadas a través de Internet a menudo se ignoraban y raramente eran efectivas. Según algunos entrevistados, los responsables de la toma de decisiones públicas en general no están interesados en estas acciones en línea. La causa, según el autor, es que los políticos dirigen su

atención principalmente hacia lo que piensan sus votantes sobre un tema específico, pero no están muy preocupados por los reclamos planteados por personas que no son parte de su propio electorado. La naturaleza sin fronteras de Internet explica el impacto limitado de las campañas online en los tomadores de decisiones públicas (Mosca, 2008).

Podríamos decir que en el caso de *Ni Una Menos*, el mensaje transmitido no fue totalmente ignorado por parte de las élites políticas, de hecho, muchas figuras hicieron eco del reclamo uniéndose a la consigna en sus redes sociales y también asistiendo a la movilización. Además, como se mencionó anteriormente en cuanto al funcionamiento del movimiento bajo la modalidad de participación online, muchos dirigentes políticos y legisladores se comprometieron en la campaña “#DeLaFotoALaFirma”.

Sin embargo, debemos matizar que, si bien hubo una recepción positiva por parte del arco político que lo llevó a mostrar públicamente su apoyo hacia el movimiento, muchas de las políticas públicas que se reclamaron para prevenir y proteger a las víctimas de la violencia machista, posteriormente a la primera movilización no fueron debidamente instrumentadas y efectivizadas.

*“Una cosa que quedó clarísima a partir de Ni Una Menos es que sin una opinión pública, una sociedad movilizadada 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.”* (Soledad Vallejos, organizadora) (Díaz & López, 2016: 20).

*“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) (Díaz & López, 2016: 53).

### **Medios masivos de comunicación:**

En el estudio realizado por Lorenzo Mosca (2008), los entrevistados consideran que Internet es más eficaz para dirigirse a los periodistas y atraer masivamente la cobertura de los medios, que a la cla-



se política. En el caso de *Ni Una Menos*, la repercusión mediática fue muy importante, no solo a nivel nacional sino también internacional.

*“ 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 en Díaz & López, 2016: 19)*

Las causas de esta efectiva llegada a los medios masivos de comunicación, poseen varias aristas. En primer lugar, hay que tener en cuenta lo que Mosca puntualiza con respecto al material que transita por las redes y su utilización por parte del periodismo. En este sentido, el autor sostiene que, muchas veces, los comunicados de prensa, fotos y documentos que se publican en sitios web o redes sociales por las organizaciones, son utilizados por los periodistas como fuentes de información para sus artículos. Esto fue un factor de relevancia en el caso argentino, que ya que en este país el uso de las redes por parte de los medios masivos de comunicación se produce de una manera generalizada. En consecuencia, permitió darle un impulso muy grande a la convocatoria de la marcha y sus repercusiones posteriores.

*“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 (...)” (Soledad Vallejos, organizadora) (Díaz & López, 2016: 21).*

Si bien en el estudio de Mosca se hace referencia a los sitios web como lugares de memoria, donde los movimientos sociales pueden narrar su historia, almacenar sus documentos y materiales, al mismo tiempo, las organizaciones no pueden superar el “sesgo de selección” de la prensa. “Los periodistas siguen siendo los guardianes de la información fuera de línea y tienden

a dar una mayor visibilidad a los actores institucionales” (Mosca, 2008: 18).

Sobre este elemento, hay que aclarar que el movimiento *Ni Una Menos* tiene la particularidad de constituirse por numerosas periodistas y especialistas en comunicación, las cuales poseen en su haber importantes vinculaciones y contactos internacionales. Este sustrato fue utilizado para tejer redes con medios internacionales que se adelantaron a la primicia nacional y, en gran medida, impusieron una agenda mediática en el país.

*“(...) Además, la comunicación es nuestra área de expertos, 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) (Díaz & López, 2016:60).

La composición del movimiento es fundamental para entender por qué se logró romper el sesgo de selección de los medios masivos de comunicación e introducir la problemática de la violencia machista de una manera más generalizada. Sin embargo, las integrantes entrevistadas de *Ni Una Menos*, no dejan de perder de vista que la agenda de los medios se “abre” a partir de la presión social:

*“(...) 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”* (Luciana Peker, organizadora) (Díaz & López, 2016: 8).

En este sentido, la acción política de los movimientos toma centralidad en el entramado de poder que se teje entre clase política, medios de comunicación y sujetos sociales. Si bien, las redes sociales representan un vehículo fundamental en la lucha por instalar la problemática de la violencia machista en la sociedad y reclamar por políticas públicas, las entrevistadas sostienen que eso no desplaza la importancia que representa la agencia y praxis política de las mujeres al interior de las organizaciones feministas.

*“Para entrar en la agenda de los medios, tenés que generar suficiente ruido. una vez que estás en la agenda de los medios, saltas a la agenda política. Es todo un paquete. Por eso depende tanto de nosotros, depende mucho de la base”* (Mercedes Funes, organizadora) (Díaz & López, 2016: 60).

## Consideraciones finales

Este recorrido por las diversas estrategias comunicacionales del movimiento argentino *Ni Una Menos*, permitió afirmar la centralidad que adquirió el uso de las TICs en la masividad y extensión regional de su acción colectiva. Los aspectos esenciales del cyberactivismo político que va a adoptar desde su constitución, le permitieron atravesar los límites de las vías tradicionales de intermediación con los actores sociales y políticos.

Desarrolló un uso variado de las TICs, tanto en el espacio privilegiado de la acción colectiva con campañas de difusión (*Participación en acciones de protesta online*), como así también concibiéndolas como un medio de difusión y ampliación de sus acciones de protesta fuera del mundo virtual (*Activismo offline facilitado por las TICs*). Esto le permitió aumentar la velocidad de la difusión y establecer una interacción rápida en la comunicación, generar un efecto multiplicador que viralizó el evento de protesta y construir más fácilmente redes organizativas con diversos actores políticos a nivel nacional y regional. Otro elemento destacado que se desprende del análisis, es el impacto que generó el uso de las TICs en la organización interna, donde se manifestaron formas ágiles de comunicación y coordinación de la acción colectiva, como así también la posibilidad de establecer modalidades innovadoras en la constitución de las estructuras de poder y toma de decisiones. En el marco de todos estos elementos, el movimiento *Ni una Menos* adquirió un carácter global y logró imponer una agenda tanto a los medios de comunicación masiva como así también a las élites políticas, quienes no pudieron ignorar el reclamo.

Sin embargo, estas afirmaciones exigen resaltar al menos tres aspectos específicos del movimiento y matices fundamentales del análisis: en primer lugar, la coyuntura social y mediática que se constituyó como terreno fértil para la construcción de discursos contra los femicidios y la violencia machista; por otro lado, la composición del movimiento, representado principalmente por periodistas y especialistas en comunicación, pusieron al servicio de la organización herramientas fundamentales en el uso de las redes sociales y un capital social muy importante en el ámbito

del periodismo local e internacional; y finalmente, si bien, las redes sociales representan un vehículo fundamental en la lucha por instalar la problemática de la violencia machista en la sociedad y reclamar por políticas públicas, las entrevistadas sostuvieron que eso no desplazó la importancia que representa la agencia y praxis política de las mujeres al interior de las organizaciones feministas. En este sentido, la acción política de los movimientos sociales toma centralidad en el entramado que se teje entre medios de comunicación y uso de las redes sociales. Frente a esto, podemos decir junto a Jennifer Earl (2012), que si bien los movimientos pueden llegar a un público mucho más amplio de manera más rápida y menos costosa con el uso de Internet, los procesos teóricos tradicionales de los actores políticos no cambian de manera sustancial. Es decir, aunque Internet puede permitir que los grupos difundan información rápidamente, reducir el costo de la comunicación en línea y / o mejorar la capacidad de los grupos de crear y representar amplias coaliciones online, no cambia quiénes son los activistas, qué hacen o cómo lo hacen de una manera fundamental (Earl, 2012).

### **Referencias Bibliográficas:**

- Earl, J. (2012). Hanging the world one webpage at time: conceptualizing and explaining internet activism. *Mobilization: An International Journal*, 15(4), 425-446.
- Díaz, N., & López, A. (octubre de 2016). Anexo de Tesis de licenciatura en Comunicación Social "Ni una menos: un grito común". Recuperado el 15 de diciembre de 2017, de Repositorio institucional de la Universidad Nacional de La Plata: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/58537>
- Mosca, L. (2008). A Double-Faced Medium? The challenges and opportunities of the Internet for Social Movements. En *Net Working: Citizen Initiated Internet Politics* (págs. 43-73).
- Pickerill, J. (2004). Rethinking political participation. En O.a. *Electronyc Democracy: Mobilisation*. School of Media and Information Curtin University of Technology.
- Sanpedro Blanco V., y Resina de la Fuente J. (2004). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. *Ayer*, 80(10), 139-162.
- Sitio web Ni Una Menos: [www.niunamenos.com.ar](http://www.niunamenos.com.ar)
- Sorell, T. (2015). Human Rights and Hacktivism: The cases of Wikileaks and Anonymous. *Journal of Human Rights Practice*, 7(3), 391-410.