

XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2017.

#NiUnaMenos: de la red a la agenda pública.

Marina Acosta.

Cita:

Marina Acosta (2017). *#NiUnaMenos: de la red a la agenda pública. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-022/116>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

#NiUnaMenos: de la red a la agenda pública

Marina Acosta

Eje 1: Tecnologías digitales, Comunicación y Sociedad

Nombre de mesa: Tecnologías digitales, Comunicación y Sociedad

Pertenencia: Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires)

E-mail: macosta@sociales.uba.ar

Resumen

A mediados de 2015, la opinión pública argentina se estremeció con un nuevo caso de violencia de género tematizado por la prensa. Este caso de femicidio, así tipificado por el Código Penal de Argentina, se sumaba a una larga lista dada a conocer también por los medios de comunicación. Un grupo de periodistas mujeres lanzó, a través del hashtag #Niunamenos, una convocatoria a la plaza ubicada frente al Congreso de la Nación para pedir el cese de hostilidades hacia el género. Las TIC permitieron que el mensaje se amplificara y el día de la convocatoria se registrara, no sólo en la ciudad de Buenos Aires sino en los principales distritos del país, una movilización masiva. El #Niunamenos logró visibilizar un tema preocupante para la sociedad argentina y definió una agenda de demandas por cambios políticos y culturales tendientes a revertir el maltrato cotidiano al que muchas mujeres están sometidas. En este sentido, la sociedad de la información y el conocimiento, entendida como nuevo paradigma de las teorías de la comunicación, permite mostrar también cómo el uso de las TIC resulta una fértil herramienta de activación política ciudadana.

Palabras clave

#NiUnaMenos- Tecnopolítica- TIC- violencia de género

1. Introducción

A mediados de 2015, la opinión pública argentina se estremeció con un nuevo caso de violencia de género tematizado por la prensa. Una adolescente había sido obligada a abortar y tras ello su pareja y sus padres la habían matado a golpes y enterrado en el patio de su casa. El caso de femicidio, así tipificado por el Código Penal de Argentina, se sumaba a una larga lista dada a conocer también por los medios de comunicación.

Un grupo de periodistas mujeres lanzó a través del *hashtag* #Niunamenos, una convocatoria a la plaza ubicada frente al Congreso de la Nación para pedir el cese de hostilidades hacia el género. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) permitieron que el mensaje se amplificara y el día de la convocatoria se registrara- no sólo en la ciudad de Buenos Aires sino en los principales distritos del país- una movilización masiva: alrededor de 200 mil personas.

El #Niunamenos logró visibilizar un tema preocupante para la sociedad argentina y definió una agenda de demandas por cambios políticos y culturales tendientes a revertir el maltrato cotidiano al que muchas mujeres están sometidas. La sociedad de la información y el conocimiento, entendida como nuevo paradigma de las teorías de la comunicación, permite mostrar cómo el uso de las TIC resulta una fértil herramienta de activación política ciudadana. Se plantea, así, el tema del “buen uso” de las redes sociales, en tanto aporte para la mejora de la agenda relativa a las políticas públicas dirigidas a un sector social de gran vulnerabilidad.

El estudio científico de los movimientos sociales es vital para entender no sólo el nuevo paradigma de la comunicación social sino además para comprender los procesos de cambio político, que van más allá de las insuficientes explicaciones que la ciencia política tradicional pueda dar. La novedad y complejidad del fenómeno de la acción colectiva requiere, como advierte Manuel Castells, una innovación pluridisciplinar que permita seguir la dinámica de redes características de estos movimientos (2012).

Este estudio exploratorio considera al movimiento #NiUnaMenos como caso paradigmático de las multitudes vigilantes que se han organizado y desarrollado al calor de las posibilidades que ofrece la sociedad red (Castells, 2009; 2012; Sampredo, 2005). Preferimos enmarcar el fenómeno dentro de los desarrollos teóricos de la *tecnopolítica* pues ella nos permite dar cuenta de la dimensión colectiva de la irrupción en la escena pública de dicho movimiento.

Presentamos el análisis como un estudio de caso en tanto estrategia de investigación empírica sustentada en múltiples fuentes de evidencia (Yin, 1994). Para la producción de datos realizamos un análisis documental. La documentación hace referencia al uso de información disponible (cualquiera sea su carácter documental: numérico o no numérico, elaborado o en bruto) (Valles, 1997: 109). Para ello nos adentraremos en el *ecosistema de comunicación online* (Toret, 2015). Como campo principal de análisis hemos elegido a la red social *Twitter* dado que se convirtió en el principal escenario de la dinámica de actuación del #NiUnaMenos. En este espacio se produjo la movilización, organización, discusión y difusión. Además, el movimiento toma su nombre, valga la aclaración, de un *hashtag*.

Optamos por realizar un análisis de contenido de dicho ecosistema que nos sirva como primer acercamiento general a este fenómeno. En este sentido, aclaramos que nos concentraremos en el surgimiento del movimiento por lo que para poder analizar su gestación y desarrollo hemos decidido realizar un recorte temporal que va del 11 de mayo de 2015, cuando se escribe el primer *tuit* sobre el tema, al 3 de junio de 2015, fecha que registra la movilización multitudinaria¹. Retomaremos, sin embargo, temporalidades anteriores que nos permitan explicar y contextualizar los antecedentes del caso bajo estudio. Identificamos, entonces, tres fases: 1) la irrupción en la red social (11 de mayo); 2) la difusión (12 de mayo al 2 de junio); 3) la movilización masiva (3 de junio).

2. Estado de la Cuestión

2.1. La violencia de género en Argentina

Según un informe de 2016 del Observatorio de Femicidios “Adriana Marisel Zambrano”, coordinado por la asociación civil Casa de Encuentro, de los 290 femicidios registrados en Argentina durante ese año, el 48,2% fueron niñas y adolescentes. Quienes las mataron son hombres que tienen entre 31 y 50 años (40%) y el lugar más frecuente de los asesinatos son las viviendas (54%). Las tres provincias con mayor registro de muertes son Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. El documento concluye que en Argentina, en promedio, se produce un femicidio cada 30 horas².

La problemática es similar en el resto de América Latina que convierte a la región en una de las más violentas. Un documento de 2015 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)-titulado *Prevenir los Conflictos, Transformar la Justicia, Garantizar la Paz*³- determinó que de los 25 países del mundo con las tasas más altas de femicidios, 14 pertenecían a América Latina. Guatemala, El Salvador y Honduras presentan los índices más altos mientras que Argentina y México registran cifras alarmantes, en términos absolutos, con más de 250 femicidios por año.

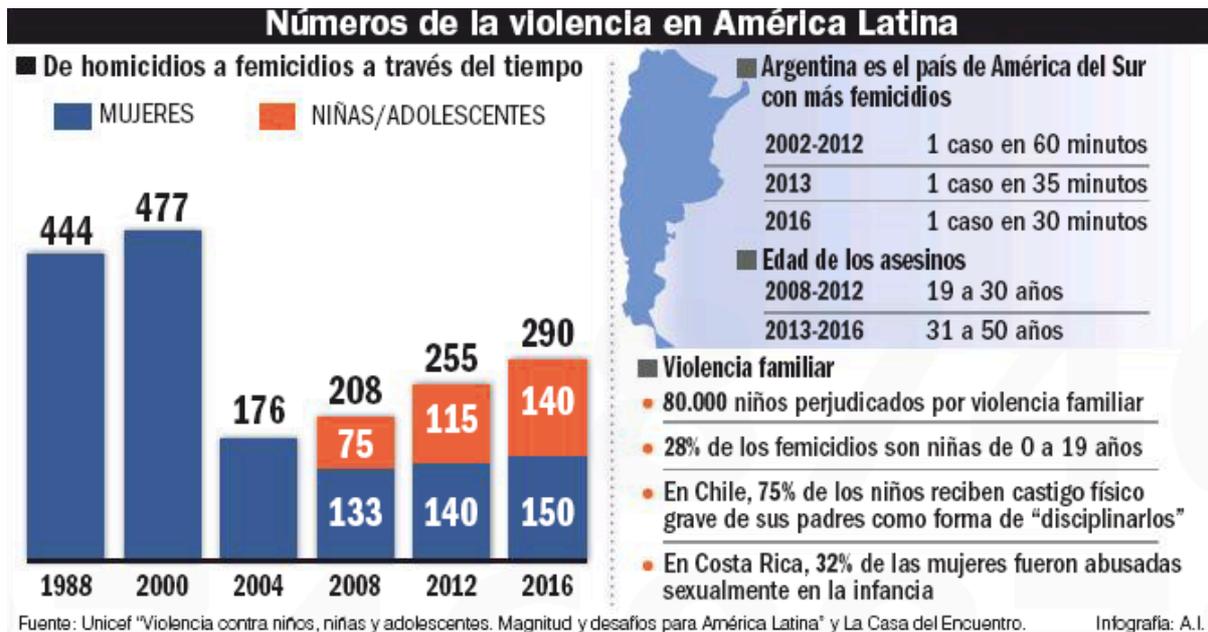
¹ A la masiva movilización de junio de 2015, le siguieron tres convocatorias más en 2016 y 2017.

² Fuente: <http://sosella.org/wp-content/uploads/2016/11/Informe-de-investigacion-de-femicidios-en-Argentina-2016.pdf>. Consulta: abril de 2017.

³ Ver informe en:

<http://www2.unwomen.org/~media/field%20office%20colombia/documentos/publicaciones/2016/unw-global-study-1325-2015-sp.pdf?v=1&d=20160412T183442> Consulta: junio de 2017.

Gráfico 1: La violencia de género en América Latina



Fuente: diario Perfil, 12/03/2017, p.59.

Frente a este escenario, movimientos sociales en distintos países de América Latina se han organizado para exigir el fin de la violencia contra las mujeres. Estos movimientos, liderados en general por activistas y movimientos feministas, han sido fundamentales no sólo para introducir la temática en la agenda pública sino además para exigir a los gobiernos cambios en sus políticas públicas.

2.2. Redes de comunicación

En las sociedades de la información y el conocimiento, la acción colectiva suele tener como epicentro a las TIC (Castells, 2010; 2012). Esto permite afirmar, por un lado, el uso de las redes como herramientas de participación política y por otro, que las TIC no son sólo un canal fundamental de expresión de los movimientos sociales sino además un componente relevante para comprender su configuración.

Los desarrollos de la plataforma conocida como Internet hicieron resurgir la idea del ensanchamiento del espacio público, una gran plaza pública, para la participación ciudadana que genera, indefectiblemente, un mayor acceso a la información pública (Goldberg, 2010; Norris, 2001; Sampedro, 2005).

No conviene pasar por alto, sin embargo, que las discusiones sobre tal potencial de Internet como instrumento de participación política encuentran dos posiciones antagónicas: las *ciberoptimistas* y las *ciberescépticas*. Mientras que las primeras conciben a Internet como una estructura de oportunidad para la participación en tanto favorece una comunicación interactiva eficaz, las segundas, en cambio, ponderan los aspectos contextuales por encima del potencial tecnológico (del Campo García y Resina de la Fuente, 2010; Resina de la Fuente, 2010).

Los movimientos sociales recurren a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación para amplificar las bases de sustento de su protesta (Cammaerts, 2012). Por su naturaleza, las redes digitales siempre están abiertas y constituyen una nueva vía de participación ciudadana que, a su vez, cobra un nuevo valor en términos de activismo y deliberación sobre los asuntos públicos (del Campo García y Resina de la Fuente, 2010; Sampedro y Resina de la Fuente, 2010; Resina de la Fuente, 2010). Existe, en sentido, un cierto consenso sobre la idea de que los movimientos sociales han logrado una cierta “maduración comunicacional” mucho más sólida de la que pueden tener otros actores sociales tales como partidos políticos o sindicatos, por nombrar sólo algunos (Barranquero, 2014).

La profusa literatura que se aboca a estudiar las vinculaciones entre la acción colectiva y los nuevos espacios de participación que ofrecen las plataformas digitales evidencia un creciente interés académico en la temática (Alcazan et al., 2012; Castells, 2012; Cruells e Ibarra, 2013; Gerbaudo, 2012; Lago Martínez, 2012; Sádaba, 2012; Sádaba y Gordo, 2008; Sorj y Fausto, 2016; Terré y Barranquero, 2013; Toret, 2013; 2015). Empero son escasos los trabajos específicos abocados a estudiar las particularidades tecnopolíticas del #NiUnaMenos (Sorj y Fausto, 2016).

La movilización social se organiza en torno a nodos que crean las posibilidades concretas de la acción colectiva y se vuelven imprescindibles no sólo para su actuación sino también para los efectos de la influencia que buscan (Lago Martínez, 2012). Cabe destacar que a pesar de las particularidades de cada caso, lo cierto es que en todos los movimientos sociales se repite un modelo que se caracteriza por cinco rasgos centrales: 1) se inician en Internet y se difunden por redes móviles; 2) se convierten en movimientos visibles para la sociedad a través del espacio urbano; 3) surgen al margen de los canales tradicionales de los partidos políticos y sindicatos y desafían la autoridad estatal; 4) su masa crítica incide en las instituciones de representación y obtienen ciertas victorias reivindicativas; 5) son movimientos en red, sin centro formalizado, basado en redes multimodales múltiples y cambiantes (Castells, 2015: 18).

2.2.1. Twitter como escenario de la movilización social

La red social *Twitter* es una plataforma gratuita que provee un servicio de *microblogging* por medio del cual permite a sus usuarios leer, difundir y recibir mensajes que no superen los 140 caracteres. En esa extensión se pueden incluir *links* a fotos, imágenes, audios y videos. Desde 2009 ha despertado un gran interés en diferentes campos de las ciencias sociales⁴ (Christensen, 2011; Lovejoy et al., 2012, Orihuela, 2011; Van Dijck, 2016).

Fueron, sin embargo, los episodios de la *Primavera Árabe* en 2011 los que encendieron las alarmas en la academia sobre el potencial que las redes sociales en general y Twitter en particular podía tener para el activismo político (Bastos et al., 2015; Castells, 2009; 2012; Soengas, 2013). Desde algunas perspectivas, las reivindicaciones políticas o sociales de la acción colectiva tienen como epicentro a los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales, considerados como lugares donde se disputa la lucha por la interpretación (Fillieule y Tartakowsky, 2015).

Tal disputa encuentra en los *hashtags* su eje de articulación. Como se verá más adelante, éstos tienen una clara dimensión performativa, “hablan por sí mismos, para sí y para otros con la finalidad de extender acontecimiento entre los ecos de la retroalimentación mediática global” (Toret, 2013: 62).

3. Marco Teórico

3.1. Sociedad de la información y el conocimiento

Desde el fin de la Guerra Fría, el uso de las TIC comenzó a intensificarse y la información se convirtió en un factor fundamental en la reorganización de las relaciones de poder de la sociedad. La centralidad de las redes, entendidas como “complejas estructuras de comunicación establecidas en torno a un conjunto de objetivos que garantizan (...) unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución gracias a su capacidad para adaptarse al entorno operativo” posibilitó la emergencia de un nuevo paradigma comunicacional (Castells, 2012: 46).

Si las redes provocaron importantes impactos en la organización de la producción en la sociedad capitalista, la digitalización terminó de dar forma a la sociedad de la información⁵.

⁴ En rigor, ese año se lanzó oficialmente en su versión en idioma inglés; recién en 2009, la plataforma estuvo disponible para los usuarios de habla hispana (se trataba del tercer idioma elegido tras el inglés y el japonés). Durante ese año también, la red experimentó un rediseño en su interfaz.

⁵ No conviene pasar por alto que la digitalización estableció también las condiciones para la *cultura de la convergencia mediática*. Tal proceso, que altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público, ha sido analizado lúcidamente por Jenkins (2008).

Pues ha sido ella la que ha modificado sustancialmente las relaciones interpersonales y los sistemas de producción, educación y entretenimiento. Entre los cambios acaecidos destaca la nueva comprensión de la dimensión espacio-temporal de los sujetos sociales y su cotidianidad misma (Crovi Druetta, 2002).

Destaca, además, el desarrollo de una *cultura de la conectividad* donde los medios conectivos penetran cada vez más en las relaciones humanas, codificándolas como algoritmos y transformándolas en mercancías que producen valor (Van Dijck, 2016). Empero, las narrativas transmedias comienzan a servir también para hacer política e incidir en el imaginario social con nuevas ideas (Scolari, 2015).

3.2. Ciberactivismo y Tecropolítica

El espacio digital se presenta como una “nueva vía de participación” en la que la ciudadanía cobra un nuevo valor en términos de activismo y deliberación sobre los asuntos públicos. Al mismo tiempo los medios de comunicación convencionales son cuestionados por su “déficit democrático” en la elaboración de la *agenda setting* (del Campo García y Resina de la Fuente, 2010).

La ciudadanía tiene el poder de politizar sus demandas y canalizar a través de Internet sus reclamos. Esta concepción se distancia de la propuesta que entiende al ciudadano como sujeto pasivo receptor de derechos. El 15M español, por citar un ejemplo, evidencia el rol de estos nuevos actores, en su mayoría jóvenes, que pudieron autoconvocarse ya sea por las plataformas digitales o telefonía móvil, para salir a la calle a reclamar por sus demandas. Estos procesos manifiestan el poder de las redes como herramientas para empoderar a una ciudadanía que busca incluir su reclamo en la agenda política.

En el marco de la *sociedad red*, la ciudadanía se constituye también mediante las herramientas de debate, discusión y deliberación que ofrece la propia arquitectura de Internet. Asimismo, los acontecimientos digitales que allí se producen conllevan una fuerte dimensión performativa; es decir, “crean con antelación en el digital el mundo que se quiere vivir en el mundo físico” (Toret, 2013: 51).

Tales desarrollos tienen como telón de fondo teórico a la tecropolítica que “se basa en la comprensión masiva, intuitiva y profunda de la capacidad política de organizarnos en red mediados por la tecnología (...)” (Toret, 2015: 63). Se trata, en efecto, del uso estratégico de las herramientas digitales para la organización, comunicación y acción colectiva (Toret, 2013: 20). El concepto recuerda, por cierto, a la *autocomunicación de masas* (Castells, 2009) que

supone a su vez un patrón de autoorganización política en la sociedad red (Alcazan et al., 2012; Guitérrez Rubí, 2014; Jurado Gilabert, 2013).

4. Análisis

Como planteamos en el inicio del trabajo, en los primeros días del mes de mayo de 2015, la opinión pública argentina se conmovió por un nuevo caso de femicidio. Una joven de catorce años, Chiara Páez, embarazada aparecía enterrada en el patio de la casa de su novio. La Justicia había determinado que antes de matarla, le habían querido practicar un aborto.

Marcela Ojeda, una reconocida cronista de amplia trayectoria en la radio, escribió el 11 de mayo de ese año en su cuenta de *Twitter* @Marcelitaojeda: "Actrices, políticas, artistas, empresarias, referentes sociales... mujeres, todas, bah.. no vamos a levntar la voz? NOS ESTAN MATANDO:

Imagen 1: Tuit disparador del #NiUnaMenos



Fuente: Twitter @Marcelitaojeda.

La reflexión de la periodista encontró respuesta y se convirtió en el disparador de un verdadero fenómeno de organización bajo el *hashtag* #NiUnaMenos⁶. Ese *hashtag* retroalimentó la secuencia de la acción colectiva (dimensión performativa).

Con el correr de las horas, los *tuits* se fueron multiplicando entre varias periodistas, escritoras y militantes: @soygridbeck (Ingrid Beck), @solevallejos (SoledadVallejos), @claudiapinieiro (Claudia Piñeiro)), @mercedesfunes (Mercedes Funes), @fetccheves (Florencia Etcheves), @gabrielagrosso (Gabriela Grosso), @hindelita (Hinde Pomeranic).

⁶ En rigor, si bien el lema se hizo popular en el país ese día, el NiUnaMenos argentino deriva de El #NiUnaMenos deriva de "Ni una mujer menos, ni una muerta más", de la activista feminista Susana Chávez Castillo, quien denunciaba los alarmantes casos de femicidios ocurridos en Ciudad Juárez, estado de Chihuahua (México), ocurridos entre 2013 y 2015.

Surgió entonces una consigna (*basta de femicidios*) y la propuesta de una manifestación para el 3 de junio de ese año. De pronto, como había ocurrido en otras latitudes, *Twitter* se convertía en un espacio donde un grupo de mujeres se organizaban para hablar públicamente de un tema preocupante para la sociedad argentina. El *#NiUnaMenos* activaba un gran acto de habla colectivo; cabe recordar que el *hashtag* fue durante varios días *trending topic*.

Las organizadoras llevaron adelante algunas estrategias interesantes para amplificar la propuesta. Por caso, empezaron a *arrobar* a figuras públicas con muchos seguidores y a pedirles fotos con el cartel del *#NiUnaMenos* y la convocatoria a la plaza.

La viralización del mensaje sorprendió a las propias organizadoras: "No nos imaginamos este nivel de convocatoria, nos superó completamente, está ya fuera de nuestro alcance. Lo que sí estamos consensuando es un documento para leer en el acto del 3 de junio, y exigir a partir de ahí que haya políticas públicas en relación con los femicidios" (Ingrid Beck)⁷.

Entre los distintos apoyos que se recibían aparecieron también los de la clase política. Se produjo un breve debate entre las organizadoras que pronto llegaron a una conclusión: "Yo creo que cuando vos llamás a una consigna de esta naturaleza, lo importante es que vaya todo el mundo y se banquen las consecuencias, hay políticos que se sacan la foto y después se tienen que bancar convertirse en un meme, es un problema de ellos. Además, ya que estamos en un año electoral, que haya un compromiso abierto a que éste sea un tema de campaña" (Hinde Pomeraniec)⁸.

El apoyo de los políticos a la movilización no fue aleatorio. El tema había "estallado" en el medio de la campaña electoral de 2015 para las elecciones provinciales y nacionales. Por lo que las organizadoras reconocían que los partidos políticos tenían necesariamente que "hacerse eco" del reclamo: "Se estaba interpelando a los candidatos y comprometiéndolos con la problemática. Logramos que la violencia machista fuera tema de campaña" (Marcela Ojeda)⁹.

4.1. Las demandas del movimiento

Las demandas del *#NiUnaMenos* se sintetizaron en una serie de puntos¹⁰:

⁷ Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1793195-niunamenos-como-salir-de-twitter-y-llegar-a-la-calle>. Consulta: junio de 2017.

⁸ Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1793195-niunamenos-como-salir-de-twitter-y-llegar-a-la-calle>. Consulta: junio de 2017.

⁹ Fuente: <http://www.eldiplo.org/notas-web/un-grito-vigente?token=&nID=1>. Consulta: junio de 2017.

¹⁰ El documento completo puede consultarse en http://s1000050.ferozo.com/wp-content/uploads/2015/06/documento_OK-1-1.pdf. El mismo fue leído el 3 de junio en el Congreso por los artistas Maitena, Erica Rivas y Juan Minujin.

- 1) Implementación del Plan de Acción contra la Violencia hacia las Mujeres (Ley 26.485) aprobada, por amplia mayoría, en marzo de 2009 y promulgada en abril de ese año¹¹. Sin embargo, hasta entonces quedaba pendiente la reglamentación de algunos artículos como el Plan Nacional de Acción para la Prevención, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres. Sin la reglamentación completa de la normativa sería muy difícil revertir el aumento de la violencia.
- 2) Necesidad de contar con un registro oficial de femicidios dado que los datos sobre la problemática provenían de la organización no gubernamental Casa del Encuentro. Frente a este escenario se solicitaba contar con estadísticas oficiales.
- 3) La violencia institucional del Poder Judicial. Puntualmente se criticaba el sistema de doble denuncia (primero en la comisaría y luego en fiscalía) y que el aporte de pruebas y testigos dependiera exclusivamente de las víctimas. Para el #NiUnaMenos se trataba, en definitiva, de un modelo de gestión judicial de la violencia contra las mujeres que suma desprotección para ellas e impunidad para los agresores. el Poder Judicial agrega otro tipo de violencia para la denunciante: la violencia institucional.
- 4) El tratamiento mediático de la violencia doméstica. La apelación de la deontología periodística pretendía incentivar a los *media* para que elaborasen nuevos protocolos, además del imprescindible cumplimiento de los ya existentes.

4.2. El impacto en la agenda política

En el contexto de la campaña electoral por las presidenciales de 2015 y para que los apoyos de los políticos no se quedaran en meros *tuits* y *retuits*, desde la cuenta de *Twitter* @NiUnaMenos se hizo un pedido a las 15 fórmulas que participaban de las Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO) para que dieran a conocer sus programas para combatir la violencia machista y se comprometieran públicamente con la firma de un documento de cinco puntopuntos:

¹¹ <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>

violencia de género. Pretendemos el cumplimiento efectivo de la ley 26485, sancionada en 2009, de protección integral para prevenir, erradicar y sancionar la violencia contra las mujeres”¹⁵. En el punto 20 de la del FIT: “Basta de femicidios. Ni una menos. Por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito. Anticonceptivos para no abortar, aborto legal para no morir (...) Por plena libertad para todas y todos de ejercer la elección de su sexualidad. Contra toda forma de opresión sexual (...)”¹⁶.

Aún cuando sabemos que las plataformas electorales no representan una fuente de importancia para una gran parte del electorado, constituyen documentos relevantes en los regímenes democráticos. En ellas pueden rastrearse los posicionamientos de los partidos políticos respecto de ciertos temas. Que buena parte de los candidatos aquí analizados no hayan incluido en sus programas a la problemática y que, en cambio, se hayan hecho eco de las propuestas del #NiUnaMenos sólo en las redes sociales revela pues un claro oportunismo electoral.

4.3. De la red a las agendas

Como hemos advertido, el #NiUnaMenos llevó la problemática de la violencia doméstica a la agenda pública. A continuación enumeramos los principales logros del movimiento surgido al calor de los micro sistemas digitales. Casi todos ellos se dieron durante el mismo mes (junio) de realizada la movilización:

- 1) El Gobierno nacional oficializó la Unidad de Registro, Sistematización y Seguimiento de Femicidios y de Homicidios Agravados por el Género, una dependencia de la Secretaría de Derechos Humanos que busca prevenir esos delitos y brindar pautas para optimizar las políticas públicas¹⁷.
- 2) La Corte Suprema de la Nación convocó a las autoridades de las cortes de todas las provincias y a las cámaras federales, para trabajar en la confección del Registro de Femicidios de la justicia argentina.
- 3) La procuradora general de la Nación, Alejandra Gils Carbó, creó la Unidad Fiscal Especializada en Violencia contra las Mujeres (UFEM). El objetivo: potenciar las

¹⁵ Fuente: <https://www.pjn.gov.ar/cne/secelec/document/plataformas/1919-1-Alianza%20Progresistas%20.%20PLATAFORMA%20POLITICA%20on.pdf>. Consulta: julio de 2017.

¹⁶ Fuente: [https://www.pjn.gov.ar/cne/secelec/document/plataformas/1929-1-4.%20Plataforma%20Electoral%20FIT%20Nacional%202015%20\(3\).pdf](https://www.pjn.gov.ar/cne/secelec/document/plataformas/1929-1-4.%20Plataforma%20Electoral%20FIT%20Nacional%202015%20(3).pdf). Consulta: julio de 2017.

¹⁷ Ver: <http://www.jus.gob.ar/derechoshumanos/unidad-de-registro.-sistematizacion-y-seguimiento-de-femicidios-y-de-homicidios-agravados-por-el-genero.aspx>

estrategias de investigación y persecución de los delitos relacionados con la violencia de género y trabajar sobre los modos en que sus distintas manifestaciones afectan a otros grupos en situación de vulnerabilidad por su orientación sexual e identidad de género¹⁸.

- 4) Los gobiernos de varias provincias del país anunciaron la creación de nuevas herramientas preventivas y de asistencia (como refugios para las mujeres en situación de riesgo) y la creación de juzgados exclusivo para casos de violencia de género.
- 5) El Consejo Superior de la Universidad de Buenos Aires (UBA) aprobó un “Protocolo de intervención institucional ante denuncias por violencia de género, acoso sexual y discriminación de género”. El procedimiento rige para las relaciones laborales y/o educativas que se desarrollen en el marco de cualquier dependencia de la UBA¹⁹.

Es evidente que los logros del movimiento de la sociedad civil fueron muchos y representaron grandes avances en la problemática. Hemos dado cuenta del impacto en las agendas del sistema político y del poder judicial. No menos importante ha sido la contundencia en la definición de la agenda mediática.

Los medios tradicionales acompañaron, desde el inicio, la convocatoria del 3 de junio tensionando los postulados clásicos de la *agenda-setting* respecto de la fijación de temas por parte de la prensa gráfica. Que los diarios se hayan hecho eco de las demandas del movimiento revela el poder cada vez más creciente de las redes sociales en la tematización de la realidad. Las ediciones del 4 de junio se presentaron atípicas para la prensa gráfica. El #NiUnaMenos logró lo que sucede en contados casos: todos los diarios generalistas coincidieron en abrir sus temarios con la histórica movilización en la Plaza de los dos Congresos.

No menos importante fue la cobertura de los canales de televisión. Las señales de noticias como C5N, TN y Crónica Tv, por nombrar algunas, cubrieron la manifestación con móviles en vivo. La programación habitual fue “levantada” y la movilización se convirtió en verdadero protagonista de la jornada mediática. Los zócalos de la pantalla anclaban el mensaje con el *hashtag* #NiUnaMenos.

¹⁸ Ver: <https://www.mpf.gob.ar/ufem/>

¹⁹ Ver: http://www.uba.ar/archivos_uba/2015-12-09_4043.pdf

5. Conclusiones

A pesar de que es difícil analizar un fenómeno que aún está en movimiento y transformación, el análisis que presentamos nos permite llegar a algunas conclusiones. En un contexto de polarización electoral como el que se vivió en Argentina durante 2015, el #NiUnaMenos logró aunar voluntades de todos los sectores. Eso fue posible si concebimos al movimiento gestado en las redes sociales como un ejemplo exitoso de campaña tecnopolítica. Se trató, efectivamente, de una construcción colectiva a través de los microsistemas digitales que posibilitaron una dinámica de participación que se fue gestando con flujos de información masivo.

Las redes sociales permitieron *grosso modo*: 1) amplificar del mensaje pues lo que comenzó siendo una conversación virtual de un grupo de mujeres preocupadas por la creciente violencia machista se convirtió en una inmensa red de comunicación que trascendió las fronteras domésticas; 2) definir un nuevo espacio de crítica social. Si bien los noticieros de televisión y la prensa gráfica se hacían eco, en sus agendas, de ciertas demandas de algunas organizaciones no gubernamentales especializadas, lo cierto es que *Twitter* se convirtió en el principal espacio de discusión masiva del tema; 3) la creación de un acto de habla colectivo y su dimensión performativa para construir acontecimientos y marcos cognitivos.

El campo de estudio de los movimientos sociales y el uso de las nuevas tecnologías es muy nuevo. A las ciencias sociales se les presentan varios interrogantes sobre cómo abordar este fenómeno complejo que obliga a realizar importantes esfuerzos metodológicos y conceptuales. Estamos ante la presencia de nuevas formas estratégicas de comunicación y organización colectiva mediadas por la tecnopolítica. En este sentido, en el plano epistemológico, el reto para la disciplina es enorme pues se trata de pensar un nuevo modelo de análisis interdisciplinar que pueda dar cuenta de las múltiples dimensiones y dinámicas de un objeto de estudio en permanente construcción.

6. Bibliografía

- Alcazan, A. et al. (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones*. Barcelona: Icaria.
- Barranquero, A. (2014). Comunicación, cambio social y ONG en España. Pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunales. El caso del 15M. Commons. *Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 3 (1), 6-28.
- Bastos, M., Mercea, D. y Charpentier, A. (2015). Tents, Tweets, and Events: The Interplay Between Ongoing Protests and Social Media. *Journal of Communication*, 65, 320-350.

- Cammaerts, B. (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal Communication* 27 (2), 117-134.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2015): ‘Prólogo. El estudio científico de los movimientos sociales del XXI’. En *Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas. Un estudio sobre la gestación y explosión del 15M*. Barcelona: UOC.
- Christensen, C. (2011). Twitter Revolutions?. Addressing Social Media and Dissent. *The Communication Review*, 14, 155-157.
- Crovi Drueta, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 45 (185), 13-33.
- Cruells, M. e Ibarra, P. (Eds.) (2013): *La democracia del futuro: Del 15 M a la emergencia de una sociedad civil viva*. Barcelona: Icaria.
- del Campo García, E. y Resina de la Fuente, J. (2010): “Redes sociales, ciberpolítica y nuevas movilizaciones: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana”. Ponencia presentada en el X Congreso Español de Sociología, Universidad Pública de Navarra, Pamplona, España.
- Fillieule, O y Tartakowsky. *La manifestación. Cuando la acción colectiva toma las calles*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gerbaudo, P. (2012): *Tweets and the streets. Social media and contemporary activism*. London: Pluto Press.
- Goldberg, G. (2010): Rethinking the public/virtual sphere: The problem with participation. *New Media & Society*, 15, 739-754.
- Guitérrez Rubí, A. (2014). *Tecnopolítica. El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción política colectiva*. En línea: <http://www.gutierrezrubi.es/wpcontent/uploads/2014/11/Tecnopol%C3%ADtica.pdf>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jerez, A., Sampedro, V. y López Rey, J. (2008): *Del 0,7 a la desobediencia civil. Política e información del movimiento y las ONG de desarrollo (1994-2000)*. Madrid: CIS.
- Jurado Gilabert, F. (2013). *Tecnopolítica, redes y movimientos sociales. De la revolución en las comunicaciones al cambio de paradigma*. Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.
- Lago Martínez, S. (Comp.) (2012). *Ciberespacio y Resistencias. Exploración en la cultura digital*. Buenos Aires: Hekht.
- Lovejoy, K., Waters, R. y Saxton, G. (2012). Engaging stakeholders through Twitter: how nonprofit organizations are getting more out of 140 characters or less. *Public Relations Review*, 38, 313-318.

- Millaleo, S. y Cárcamo, P. (2014). *Mediaciones del sistema político frente al activismo digital*. Santiago: Fundación Democracia y Desarrollo.
- Norris, P. (2001). *Digital divide. Civic engagement, information, poverty and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Orihuela, J.L. (2011). *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*. Barcelona: Alienta
- Resina de la Fuente, J. (2010). Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana. *Mediaciones Sociales*, 7, 143-164.
- Rovetto, F. (2015). Violencia contra las mujeres: comunicación visual y acción política en “Ni Una Menos” y “Vivas Nos Queremos”. *Contratexto*, 24, 13-34.
- Sádaba, I. (2012). Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y digitales. *ARBOR. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188 (756), 781-794.
- Sádaba, I. y Gordo, A. (2008): *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Sampedro, V. (2004): Identidades mediáticas. La lógica del régimen de visibilidad contemporánea. *Sphera Pública*, 4, 17-35.
- Sampedro, V. (Ed.) (2005). *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Scolari, C. (2015). “Prólogo”. En *Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Madrid: Gedisa.
- Soengas, X. (2013). El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial. *Comunicar*, 41, 147-155.
- Sorj, B. y Fausto, S. (Comps.) (2016). *Activismo político en tiempos de Internet*. San Pablo: Plataforma Democrática.
- Terré, E. y Barranquero, A. (2013). De mitos y sublimes digitales: movimientos sociales y tecnologías de la comunicación desde una perspectiva histórica. *Redes.com*, 8, 27-47.
- Toret, J. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: UOC.
- Toret, J. (coord.)(2015). *Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas. Un estudio sobre la gestación y explosión del 15M*. Barcelona: UOC.
- Valles, M. (1997). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI*.
- Yin, R. (1989). *Case Study Research: design and methods, applied social research Methods Series*: Newbury: Sage.