

Acerca del uso estratégico de TIC en movilizaciones feministas

*Claudia N. Laudano**

Introducción

Surgido a mediados de los años noventa, el ciberfeminismo se instituyó como corriente de pensamiento y acción feminista que explora los vínculos entre las mujeres, Internet y las tecnologías digitales. Desde entonces, ha desarrollado un vasto cuerpo teórico tanto como innumerables prácticas políticas (Haraway, 1995, Plant, 1997, Braidotti, 2002, Antrobus, 2004, Miguel y Boix, 2013, Zafra, 2013). El clima epocal caracterizado por la expansión de tecnologías de información y comunicación (TIC), con ritmos más acelerados en países del norte, revitalizó el activismo de grupos de mujeres y feministas, a la vez que generó entusiasmo por habitar el ciberespacio, territorio prometededor como locus político para disputar y subvertir los códigos culturales androcéntricos e instituir las propias visiones de mundo.

Respecto de las perspectivas teóricas que analizan los vínculos entre tecnología, sociedad y sujetos, en un arco de fluctuaciones que

* CLAUDIA N. LAUDANO. Doctora. Universidad Nacional de La Plata. *claudialaudano@gmail.com*

abarca férreos determinismos tecnológicos y posiciones de celebración ingenuas, situamos este trabajo desde la corriente de estudios de apropiación de tecnologías, entendida como procesos materiales y simbólicos de acceso y dotación de sentidos de las TIC, según las necesidades y las competencias puestas en juego, en este caso, por parte de mujeres y feministas. Nos referimos a tecnologías a disposición en el mercado y no creadas por los grupos, de las que pueden generarse apropiaciones reproductivas o bien, “logros habilidosos” (Thompson, 1998), con diferentes grados de creatividad (Lago Martínez, Méndez y Gendler, 2017), en el marco de procesos situados e históricos (Benítez Larghi, 2009).

En este trabajo se analizan las principales dimensiones de la apropiación de tecnologías por parte de grupos de mujeres y coaliciones feministas en tres procesos desarrollados entre 2015 y 2018, para impulsar demandas históricas del movimiento de mujeres en Argentina, como parte de estrategias organizativas de difusión y movilización en la escena política tradicional. Las experiencias a analizar corresponden a la movilización nacional #NiUnaMenos de 2015 contra los femicidios y la violencia hacia las mujeres, el Paro Internacional de Mujeres del #8M 2017 y el debate por la legalización del aborto en el Congreso de la Nación durante 2018. En las tres oportunidades se generó una participación multitudinaria en diferentes coyunturas sociopolíticas, con notable repercusión en la arena nacional e internacional. Desde un punto de vista metodológico, se realiza etnografía virtual de las distintas plataformas digitales utilizadas en cada caso y entrevistas a referentes claves de los procesos.

Antes de entrar al análisis específico, cabe aclarar dos cuestiones. Por un lado, aun cuando las experiencias constituyen hitos de gran visibilidad pública, nacional e internacional, en ningún caso se las puede asociar con el estreno feminista o del movimiento de mujeres en el uso y apropiación de TIC en el país para sus fines e intereses, dado que existe una trayectoria rica y diversa al respecto desde mediados de los años '90 (Ocampo y De Cicco, 2003, Rosales y Rimaro, 2009, Laudano, 2016). Por otro, las demandas específicas

en cada caso no se originaron ni se instituyeron por los usos de TIC, sino que constituyen reclamos históricos del movimiento de mujeres y feminista del país, con genealogías e intensidades propias, que en ocasiones resultaron aggiornadas.

#NiUnaMenos y el uso intensivo de redes sociales contra los femicidios

El 3 de junio de 2015 se generó la mayor movilización multisectorial registrada en el país contra los femicidios y la violencia hacia las mujeres y chicas, impulsada desde la consigna feminista Ni Una Menos, transformada en el hashtag #NiUnaMenos en su diseminación por redes sociales. La extensa convocatoria de 23 días de duración, que contó con el apoyo de la mayor parte del arco mediático y una intensa difusión en plataformas digitales a cargo de grupos de mujeres, generó como resultado más visible una manifestación simultánea en al menos unas 240 localidades argentinas, según un relevamiento propio (Laudano, 2017). A la vez, la viralización de la propuesta concitó entusiasmo entre redes de mujeres latinoamericanas y europeas, entre históricas y nuevas, que respondieron con diferentes apoyos a la iniciativa argentina o con movilizaciones propias.

Respecto de redes sociales, en esta oportunidad destacó la utilización predominante de dos plataformas infocomunicacionales comerciales, Facebook y Twitter, con diferencias marcadas, en términos generales, en cuanto al acceso y la apropiación de cada una de ellas por parte de la mayoría de grupos de mujeres y feministas del país. En ese sentido, en primer lugar, en cuanto a Facebook, la red social utilizada en el país por 24 millones de usuarios/as, equivalente a más del 80% de quienes accedían a Internet, se relevó la apertura de 110 espacios por localidades (Ni Una Menos Córdoba, #NiUnaMenos La Plata, etc.), bajo modalidades de páginas, grupos (públicos y cerrados) y eventos. En definitiva, un espacio más que fértil para fines de convocatoria, debate y organización, dentro de las socialidades

conectadas contemporáneas (Van Dijck, 2016), apropiado por grupos de mujeres y feministas.

En segundo lugar, el mismo 3 de junio se produjo un hecho singular en la plataforma Twitter. Por primera vez en Latinoamérica un hashtag feminista, #NiUnaMenos, resultó ser trending topic y liderar durante horas la discusión en el país y en las tendencias globales. Un salto cualitativo se produjo entonces respecto de la apropiación tecnológica de la plataforma para fines feministas, dado que la misma resulta muy valorada por sectores políticos y mediáticos en la actualidad, aun con un acceso limitado a 4 millones de usuarios/as respecto de 42 millones de habitantes. No obstante, la caja de resonancia de las ciberacciones “exitosas” es significativa.

Si bien el grito colectivo que reclamó de manera multisectorial y masiva en diferentes escenarios públicos a lo largo de la convocatoria focalizó en la noción clásica de violencia contra mujeres y chicas, y más específicamente en los femicidios; albergó a su vez otras demandas feministas emergentes en la sociedad, como el acoso callejero, las violaciones y la explotación sexual, que desbordaran con creces la principal consigna convocante.

Respecto de las redes sociales, la ciberacción devenida trending topic exitoso con repercusiones dentro de ámbitos políticos nacionales y resonancias internacionales se constituirá en lo inmediato en el tuitazo iniciático a emular en distintas causas; ya sea como e-táctica exclusiva o acoplada en los repertorios de acción de grupos y organizaciones (Van Laer y Van Aelst, 2010).

#8M 2017 primer Paro Internacional de Mujeres

Tras un intenso período de organización y coordinación favorecido por tecnologías digitales, el 8 de marzo de 2017 se generó un hecho inédito en la historia del movimiento feminista global, el primer Paro Internacional de Mujeres, más conocido como #8M, impulsado

por participantes de 57 países de los cinco continentes, con notable activismo de latinoamericanas y caribeñas.

En torno a este hito histórico se articularon variadas acciones de protesta (Alfonso, Díaz Lozano y Ruiz Castelli, 2018), centradas en la noción de paro, aunque con una notable resignificación, en tanto no sólo incluyó la medida clásica de cese parcial o total de tareas remuneradas sino a la vez de las reproductivas y de cuidado, para evidenciar las contribuciones a la gestión de la vida, que a pesar de contar con décadas de debate teórico y activista (Federici, 2013, Carrasco, 2014), aún pugnan por ser reconocidas en el orden de lo social.

Dentro del abanico de reivindicaciones históricas del 8 de marzo en el país figuran los reclamos en áreas de trabajo, remunerado como no remunerado, violencias de género en todo su abanico, el acceso al aborto legal, las denuncias de abusos sexuales y discriminación, entre otros. El broche del día fue una movilización global para adquirir visibilidad, que en el caso de Argentina se hizo de manera simultánea en más de un centenar de localidades bajo consignas tales como “Nosotras movemos el mundo, ahora lo paramos”, “Si nuestras vidas no valen, produzcan sin nosotras”, “La solidaridad es nuestra arma” y “Ni una Menos. Vivas Nos Queremos”.

Por otro lado, la labor organizativa y de difusión pública de un acontecimiento excepcional como un paro internacional de mujeres de tamaño envergadura se hizo, a nivel mundial, sobre la base de un conjunto discreto de recursos digitales, pertenecientes a distintos momentos del ecosistema de medios, concentrados en un par de plataformas comerciales (Facebook y Twitter), una página web y una dirección de correo electrónico. A éstos, podrían añadirse otros dispositivos involucrados en cuestiones de organización interna, como Skype, que facilitó una copresencialidad aggiornada a los tiempos que corren (Earl and Kimport, 2011) y decenas de mensajes de Whatsapp para difusión urgente y comunicación intragrupal.

El grupo impulsor del paro internacional confeccionó un evento central en la plataforma Facebook, coordinado por mujeres polacas y latinoamericanas, en principio bilingüe, en español e inglés,

ampliado luego a otras lenguas, con el objetivo principal de facilitar información acerca de la medida de fuerza y un menú de acciones posibles para concretarla.

No obstante, con el transcurso del tiempo, la red social se instituyó de hecho como espacio compilador de las adhesiones al paro por parte de los países, con los respectivos enlaces a cada evento local en la misma plataforma. De tal modo, la plataforma Facebook se erigió en el principal espacio digital para la convocatoria y difusión del primer Paro Internacional de Mujeres, por la simple razón de su presencia y accesibilidad predominantes a escala mundial.

En cuanto a la plataforma Twitter, junto a las tareas básicas de difusión y de activismo digital en apoyo a causa de mujeres en países que requerían solidaridad internacional, se registra una serie fructífera de acciones tácticas convocadas bajo los hashtags #8M, #MujeresEnHuelga y #NosotrasParamos, entre los principales, desde donde se generaron testimonios en torno a las razones del paro, la situación de precariedad y desigualdad en distintos órdenes sociales, las luchas por diferentes derechos y los anhelos de transformación. Más allá del logro habilidoso de liderar los tópicos trending de las conversaciones por largas horas en la plataforma, con visibilidad nacional e internacional, los miles de posts bajo cada hashtag pueden ser leídos como mapas irrepitibles que amplían los horizontes de inteligibilidad de las condiciones de subordinación y las desigualdades generizadas en múltiples cruces (Laudano, 2018).

#AbortoLegalYa: El grito que inundó las redes

Por primera vez en la historia del país, en 2018 un proyecto de ley para la interrupción voluntaria del embarazo fue debatido en el Congreso de la Nación y obtuvo media sanción favorable, con un resultado final negativo en la segunda cámara por un margen exiguo de votos. El proyecto fue redactado y presentado por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, una articulación federal

con trece años de trayectoria, conformada por unas 500 organizaciones y grupos de todo el país, quien lideró el proceso de movilización nacional conocido como marea verde, en las calles y en las redes.

Para ese entonces, se contaba con una nutrida trayectoria en el campo de la apropiación tecnológica por temáticas vinculadas con la legalización del aborto, con hitos en los años 2016 y 2017, referidos a acciones exclusivamente en línea y otras, como instancias organizativas vinculadas a movilizaciones en territorio (Goldsmán, 2018, Laudano, 2018b).

A principios del 2018, se empezó a tejer un proceso denso entre viralización en redes y mediatización, por las imbricaciones entre fenómenos que involucraron a personajes del mundo del espectáculo y desataron cataratas de posteos, alrededor de dos ciberacciones puntuales. En primer lugar, el hashtag #AbortoLegalYa se posicionó en el tope de las tendencias tuiteras como respuesta a las afirmaciones de un actor que ensalzó la maternidad como destino privilegiado para las mujeres, y, en segundo lugar, otra intervención de una actriz que al cuestionar al feminismo desde equívocos clásicos como amar a los varones y respetarlos, desató una conversación intensa en Twitter con el hashtag #Soyfeminista durante dos días seguidos hacia fines de enero. Una notable repercusión mediática de esta ciberacción feminista espontánea llevó de inmediato el debate a la televisión, entre ellos, a programas de chimento, con presencia de mujeres feministas que abordaron diferentes tópicos.

Dichos programas obtuvieron alto rating y por sus discusiones resultaron tendencia en redes de la mano del ciberactivismo feminista, hasta que la propuesta de un conductor televisivo de discutir el aborto legal viralizó de nuevo el hashtag #AbortoLegal en redes. A poco tiempo, se encendió el proceso organizativo en la tradicional esfera pública, mientras que a mediados de febrero empezaron las movilizaciones en el país conocidas como pañuelazos, junto a acciones en redes sociales. Allí se localizan las dos dimensiones de la estrategia organizativa: por un lado, las movilizaciones en la esfera pública tradicional con los denominados “pañuelazos” en el país y,

por otro, en las acciones digitales en redes en torno al hashtag principal #AbortoLegalYa.

En este sentido es que las ciberacciones feministas espontáneas en torno a los hashtags feministas #AbortoLegal y #Soyfeminista durante enero de 2018 constituyeron un factor desencadenante fundamental para el tratamiento legislativo del proyecto por la legalización del aborto, en tanto lograron repercusiones mediáticas y un desarrollo televisivo inesperado, que realimentaron a la vez el proceso de discusión en redes.

Hasta la media sanción favorable de la ley, se identifica un marcado predominio en redes sociales por parte de las acciones digitales a favor del aborto legal (“las redes son nuestras”, proclamaba la marea verde exultante), con escasa incidencia de los sectores contrarios, que, no obstante, se fortalecieron a partir de la derrota sufrida en la primera votación, en la Cámara de Diputados. A partir de entonces, procuraron una estrategia ofensiva en diferentes campos, imitando los recursos básicos del repertorio: creación de un pañuelo celeste, pañuelazos, tuitazos, mayor presencia en medios e incidencia directa en legisladores. En cuanto a las estrategias digitales, lograron algunos trending topics con hashtags como #CuidemosLasDosVidas, #ArgentinaQuiereVida, #LaVidaNoSeNegocia, #SalvemosLasDosVidas, #MarchaPorLaVida y #VotemosVida, con epicentro en su particular noción de vida (Laudano, 2018b).

En el último período del debate, entre julio y agosto de 2018, cuando ocurrió la votación en el Senado, la arena digital se constituyó en una instancia significativa de disputa. Cabe destacar que la Campaña Nacional por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito logró desplazar la discusión centrada en la noción de vida (fetal) hacia otro terreno, sintetizado con gran astucia desde el hashtag #AbortolegalOclandestino, a la vez que interpeló a posicionarse por la continuidad de la clandestinidad de la práctica o bien, la garantía del acceso a la salud pública para las interrupciones voluntarias de embarazos.

En síntesis, en el transcurso de las acciones en línea se configuró una comunidad sólida a favor de la legalización del aborto, que

acompañó el pedido del tratamiento legislativo del proyecto en el Congreso de la Nación. El clima de opinión desbordó con creces las convocatorias bisemanales a tuitear y ser trending topics, para intervenir durante las participaciones de funcionarias o políticos en programas televisivos, narrar historias en torno a la acción “Mi Pañuelo Verde”, volver a poner en escena experiencias polifónicas desde #YoAborté, así como relatos de acompañamientos a abortar o hablar en nombre de mujeres muertas por practicarse abortos inseguros.

El 2018 será recordado como un año fructífero para el ciberactivismo feminista por el #Abortolegal en el país. Un ciclo intenso con momentos de activismo febril se desplegó entre enero y agosto e incluyó una impronta digital incluso el día de la votación definitiva en el Senado de la Nación, el 8 de agosto, cuando la consigna #AbortoLegalYa, en modo hashtag, coronó los tres escenarios instalados por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito para la vigilia del resultado. Si el ciberactivismo feminista constituyó un factor desencadenante del debate legislativo; en su devenir, se transformó en una de las dimensiones significativas del reclamo por la legalización del aborto junto a la multitudinaria movilización nacional.

Desde el punto de vista del ecosistema de medios contemporáneo, constituye a la vez la instancia inaugural de una trama fértil entre procesos inescindibles de viralización en redes y mediatización de discusiones televisivas por la legalización del aborto, como parte de las estrategias de la marea verde. Al mismo tiempo, implica una experiencia líder de apropiación estratégica de tecnologías digitales por parte de una coalición feminista con múltiples repercusiones en la arena pública.

A modo de conclusiones

En el arco temporal que abarca entre 2015-2018 se observa una apropiación tecnológica in crescendo por parte de grupos y coaliciones

feministas para sus objetivos específicos, con logros significativos respecto de la capitalización de habilidades y competencias en el uso de diferentes recursos así como la resonancia mediática y política lograda, dentro del país y con proyecciones externas.

En tal sentido, desde la convocatoria #NiUnaMenos el ciberactivismo feminista, lejos de un mero clicktivismo, desempeñó un papel activo y de intenso compromiso en la difusión como en la organización de eventos locales, junto a la participación en el primer tuitazo con un hashtag feminista exitoso.

Luego, durante la organización del Paro Internacional de Mujeres se observa una capitalización fructífera del uso de las plataformas infocomunicacionales para la difusión, pero sobre todo para la organización y la coordinación de un acontecimiento de tamaño envergadura mundial con un conjunto discreto de dispositivos que, apropiados a su vez por innumerables grupos y ciberactivistas en países adherentes, resultaron eficaces a los fines propuestos en diferentes escalas.

En tercer lugar, durante el debate por la legalización del aborto en 2018 se registra una experticia adquirida en el manejo de ciertas ciberacciones de incidencia política en medios de comunicación como en esferas políticas, en particular, referidas a los tuitazos que lograron ser tendencia de debate con asiduidad y sostuvieron la discusión en redes sociales a la par del debate legislativo. No obstante, el ciberactivismo, en particular, el feminista, desbordó con creces dicha participación y, entre otras, generó numerosos testimonios en línea desde el renovado #YoAborté.

Ahora bien, respecto de las limitaciones y retos a discutir respecto de las plataformas comerciales utilizadas se podría plantear que dicha elección no contempló las múltiples denuncias de mujeres y grupos feministas por censura ni la gama de violencias específicas que se desarrollaron en el entorno de la plataforma, la mayoría de las veces sin resolución adecuada por parte de las empresas. Junto a aspectos señalados a lo largo de los años en cuanto a limitaciones vinculadas con las brechas digitales y la democratización del acceso a la

información y las voces y rostros que se visualizan, en general con mayor capital cultural, conforme la dinámica de las interacciones en las plataformas, se reaviva entonces el debate por la conveniencia de utilizar plataformas globales corporativas más aún cuando éstas monetizan las entusiastas intervenciones a medida que ocurren.

Por el momento, en estos procesos sinuosos de apropiación tecnológica por parte de diferentes expresiones feministas, con sus complejidades y contradicciones, lejos del romanticismo inicial, se estaría privilegiando la apropiación de las plataformas a disposición desde usos que pueden considerarse creativos o innovadores respecto de los planeados en origen y que resultan beneficiosos en cuanto a la incidencia política, a los ojos de las propias activistas.

Referencias bibliográficas

Alfonso, M. B., Díaz Lozano, J. y Ruiz Castelli, C. (comps.) 2018 *Movidas por el deseo. Genealogías, recorridos y luchas en torno al 8M* (Buenos Aires: El Colectivo).

Antrobus, P. (2004) *The global women's movement* (London: Zed Books).

Benítez Larghi, S. 2009 "La lucha desigual por la apropiación de las TIC en las Organizaciones de Trabajadores Desocupados", Tesis de Doctorado, Buenos Aires.

Braidotti, R. 2002 *Metamorphoses* (Cambridge: Polity Press).

Carrasco, C. (ed.) 2014 *Con voz propia: la economía feminista como apuesta teórica y política* (Madrid: La oveja roja).

Earl, J. & Kimport, K. 2011 *Digitally Enabled Social Change. Activism in the Internet Age* (Cambridge: MIT Press).

Federici, S. 2013 *Revolución en punto cero* (Buenos Aires: Traficantes de Sueños).

Goldsmán, F. 2018 “#LibertadParaBelen: Twitter y el debate sobre aborto en la Argentina”, Tesis de Maestría, Bahía.

Haraway, D. 1995 *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza* (Madrid: Cátedra).

Lago Martínez, S., Méndez, A. y Gendler, M. 2017 “Teoría, debates y nuevas perspectivas sobre la apropiación de tecnologías digitales” en Cabello, R. y López, A. (eds.) *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías* (Rada Tilly: Del gato gris).

Laudano, C. 2016 “Feministas en ‘la red’. Reflexiones en torno a las potencialidades y restricciones de la participación en el ciberespacio” en Rovetto, F. y Fabbri, L. (comps.) *Sin feminismo no hay democracia: género y ciencias sociales* (Rosario: Último Recurso).

Laudano, C. 2017 “Movilizaciones #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos en Argentina. Entre el activismo digital y #ElFeminismoLoHizo”, Ponencia presentada en el Seminario Internacional 13th Women’sWorldsCongress&FazendoGênero 11, Florianópolis, 30 de julio al 4 de agosto. En http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1503871106_ARQUIVO_Laudano_Texto_completo_MM_FG.pdf acceso 30 de junio de 2019.

Laudano, C. 2018a “#8M Paro internacional de mujeres. Reflexiones en torno a la apropiación feminista de TIC” en Lago Martínez, S., Álvarez, A., Gendler, M. y Méndez, A. (eds.) *Acerca de la Apropiación de Tecnologías: teoría, estudios y debates* (Rada Tilly: Del gato gris). En <http://www.delgato-gris.com.ar/2018/10/03/acerca-de-la-apropiacion-de-tecnologias-teoria-estudios-y-debates/> acceso 30 de junio de 2019.

Laudano, C. 2018b #AbortoLegalYa en Redes Sociales. Exposición en Sesión Informativa, Plenario de Comisiones, Cámara de Diputados de la Nación. En *Latfem* (Buenos Aires) 23 de mayo <http://latfem.org/abortolegalya-que-el-2018-sea-por-fin-el-ano-de-la-legalizacion-del-aborto-en-el-pais/> acceso 30 de junio de 2019.

Miguel, A. de y Boix, M. 2013 “Los géneros de la red: los ciberfeminismos” en Natansohn, G. (coord.) *Internet en código femenino* (Buenos Aires: La Crujía).

Ocampo, I. y De Cicco, G. 2003 “Rima. Una experiencia de comunicación feminista alternativa” en Gerber, E. (comp.) *Género y Comunicación. Las mujeres en los medios masivos y en la agenda política* (Buenos Aires: Friedrich Ebert).

Plant, S. 1997 *Ceros + Unos* (Barcelona: Destino).

Rosales, M. B. y Rimaro, A. 2009 “Activismo feminista en la red. Usos y apropiaciones del espacio virtual”, Tesis de Licenciatura, La Plata.

Thompson, J. 1998 *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (Buenos Aires: Paidós).

Van Dijck, J. 2016 *La cultura de la conectividad* (Buenos Aires: Siglo XXI).

Van Laer, J. & Van Aelst, P. 2010 “Internet and social movement action repertoires” in *Information, Communication & Society* (London). Vol. 13, N° 8. En <http://dx.doi.org/10.1080/13691181003628307> acceso 30 de junio de 2019.

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