

Laudano, Claudia

Acerca de la apropiación feminista de TICs

EN: Chaher, Sandra, compiladora (2018). Argentina : medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Comunicación para la Igualdad Ediciones. pp. 138-146

Laudano, C (2018). Acerca de la apropiación feminista de TICs. EN: Chaher, Sandra, compiladora. Argentina: medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Comunicación para la Igualdad Ediciones. pp. 138-146. En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.649/pm.649.pdf>

Información adicional en www.memoria.fahce.unlp.edu.ar



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

ARGENTINA: MEDIOS DE COMUNICACION Y GENERO

¿HEMOS CUMPLIDO CON LA PLATAFORMA DE ACCION DE BEIJING?

TEMAS

Estereotipos en las noticias y la publicidad

Sindicatos

Empresas

Políticas públicas

TICs

Comunicación indígena

Educación

Movimientos

GAMAG

AUTORAS

Barcaglioni

Chaher - Espíndola

Fernández Camacho

Florentín - Frydman

Gabioud - Laudano

Mignoli - Pedraza

Ramírez Barahona

Sabanes Plou

Spinetta

COMPILADORA

Sandra Chaher

Argentina: medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing? / Barcaglioni, Gabriela ... [et al.] ; compilado por Sandra Chaher. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones, 2018. Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-45579-3-3

1. Comunicación. 2. Estudios de Género. 3. Medios de Comunicación. I. Barcaglioni, Gabriela, II. Chaher, Sandra, comp.
CDD 302.23

Diseño y Diagramación: Mariel Burstein - PisoTres.

Este trabajo fue realizado con apoyo del Instituto Nacional de las Mujeres (Argentina).

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Febrero 2018.

Asociación Civil Comunicación para la Igualdad

www.comunicarigualdad.com.ar

INDICE

Introducción	3
Alianza Global de Medios y Género, Sabrina Frydman	5
Los medios nos miran, nosotras los miramos para transformarlos, Gabriela Barcaglioni, Claudia Florentín y Marcela Gabioud	13
La transformación de los estereotipos en la publicidad, Paola Ramírez Barahona	26
Políticas públicas de comunicación: Hacia la transversalización de la dimensión de género, Sandra Chaher	43
Las mujeres en el ámbito laboral de los medios de comunicación, Virginia Pedraza	60
Ahora es cuándo: el momento de la paridad, Marcela Espíndola	74
Educación, comunicación y género. Derechos en retirada, Mariana Fernández Camacho	84
Organizaciones de mujeres y redes de periodistas. El ojo vigilante de la sociedad civil, Belén Spinetta	99
Comunicación indígena sin perspectiva de género, Luciana Mignoli	111
Políticas públicas de género y tecnologías de información y comunicación en Argentina: Hablemos de desafíos, Dafne Sabanes Plou	121
Acerca de la apropiación feminista de TICS, Claudia Laudano	138

ACERCA DE LA APROPIACION FEMINISTA DE TICS

Activistas feministas, junto a artistas y creativas, se lanzaron a fines de los '90 al ciberespacio con expectativas de generar experiencias comunicativas a escala planetaria en pos de subvertir los códigos culturales androcéntricos, en un escenario que en principio se presentaba ideal para la libre expresión. Atravesando diferentes etapas, la apropiación de las TICS por parte del feminismo nunca decayó desde entonces teniendo a nivel local y global picos intensos los últimos años en torno a eventos como el Ni Una Menos y el Paro Internacional de Mujeres. Se trata, sin embargo, de procesos no exentos de tensiones y contradicciones, como las prácticas renovadas de violencia en los espacios digitales y la brecha digital de género en el acceso y, sobre todo, en la apropiación.

Claudia Laudano

Profesora Titular por concurso de Tecnología y Medios de Comunicación y del Seminario Tecnologías Digitales y Feminismo, en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata. En 2016 estuvo a cargo de la asignatura Introducción a la Teoría Feminista y de Género, en la misma facultad. Investigadora categoría II en el Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales, UNLP-CONICET, especializada en las áreas de comunicación, tecnologías digitales, género y teoría feminista. En la actualidad dirige la investigación “Feminismos contemporáneos y Tecnologías de información y comunicación”. Desde 1995 dicta seminarios de grado y posgrado de su especialidad en distintas universidades argentinas y participa como profesora invitada en diferentes centros académicos del exterior. Publicó artículos especializados en revistas nacionales e internacionales y recibió premios y distinciones por su labor académica y en investigación.

Introducción

A principios de los años '90, el desarrollo vertiginoso de internet y las tecnologías de información y comunicación a nivel mundial generó un entusiasmo renovado en sectores feministas, en particular de países del norte. Dejando atrás posiciones tecnofóbicas, feministas activistas junto a artistas y creativas se lanzaron al ciberespacio con expectativas de generar experiencias comunicativas a escala planetaria en pos de subvertir los códigos culturales androcéntricos, en un escenario que en principio se presentaba ideal para la libre expresión.

A modo de pantallazo de la apropiación de Tics, como procesos materiales y simbólicos de dotación de sentido para determinados grupos o sectores, según las necesidades que el propio grupo define y las competencias disponibles (Thompson, 1998), en Argentina se pueden identificar algunas experiencias colectivas exitosas de ciberactivismo feminista. En tal sentido, a lo largo de los años '90 se registra una primera etapa de incursionar en el uso del correo electrónico y el acceso a las primeras conferencias electrónicas y listas de distribución de información por parte de un número acotado de activistas, grupos y ongs feministas, por ejemplo, ante el Foro de ONGs de América Latina y el Caribe en Mar del Plata en 1994, preparatorio para la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing '95. Por entonces, la brecha digital de género y clase en el país se evidenciaba en el número reducido de mujeres con acceso a computadoras, con servicios de conexión a internet costosos y deficientes, más cierta suspicacia hacia el escenario tecnológico que se presentaba.

Una segunda etapa podría localizarse en la aparición en el ciberespacio de portales informativos de ongs y grupos de mujeres en la web 1.0 como modalidades aggiornadas de difusión, en mayor medida a partir del año 2000 (Rosales y Rimaro, 2009) y la conformación de listas electrónicas de debate. Entre ellas destaca por su significatividad en la construcción y la consolidación de intercambios feministas, en primer lugar, la lista de discusión RIMA -Red Informativa de Mujeres de Argentina- vigente desde el 2000 hasta la actualidad (Ocampo y De Cicco, 2003; Friedman, 2017), junto a otras listas temáticas referidas a la legalización del aborto, contra la violencia hacia las mujeres, por la abolición de la prostitución y la trata de mujeres para explotación sexual, o bien, la conformación de un espacio con marca generacional, como la lista Jóvenes Feministas, con tráfico intenso entre 2000 y 2006 (Laudano, 2016). De modo paulatino, con el abaratamiento de costos y las competencias adquiridas, las experimentaciones pioneras dieron lugar entonces a la apropiación material y simbólica de Tics por parte de un número mayor de activistas interesadas en el intercambio y la participación en acciones en favor de sus derechos y la visibilidad de perspectivas feministas, con tácticas combinadas entre el ciberespacio y el espacio público tradicional.

Con grados variables de coexistencia temporal, los dispositivos tecnológicos disponibles ofrecieron a la vez posibilidades diferenciadas de intercambio y participación a distinta escala, como prácticas ciberfeministas que fortalecieron el entramado de difusión y conexión para tejer redes y organizar acciones articuladas, acorde al calendario feminista con sus fechas clave, campañas temáticas y de presión, la organización de jornadas y seminarios de debate, la participación en los Encuentros Nacionales de Mujeres, las asambleas y encuentros feministas, y las articulaciones transfronterizas, como las distintas redes temáticas latinoamericanas y los Encuentros Feministas Latinoamericanos y del Caribe, entre otros.

Blogueando feminismo

En consonancia con lo que ocurría en diferentes países del norte a comienzos del siglo XXI (Kennedy, 2007; Violi, 2008), avanzada la primera década, se constituyó una blogósfera intensa urdida por un conjunto de “colectivas” de jóvenes feministas desde mediados de la primera década. De tal modo, el blogueo constituyó una práctica política frecuente entre grupos feministas de diferentes ciudades del país como especificidad generacional (Laudano, 2016), que potenciaba el intercambio y la visibilidad feminista en la web, facilitado por los bajos requerimientos técnicos de las plantillas para gestionar blogs respecto de la administración de páginas webs. Como momento histórico singular del ecosistema de medios, los blogs constituyeron el sustrato material posibilitador y potenciador de una escena vibrante y punzante para las críticas al sistema patriarcal, las campañas temáticas específicas y las articulaciones políticas de la mano de una nueva camada de activistas feministas, vinculadas con distintos espacios del movimiento de mujeres. A la vez, una blogósfera feminista como instancia propicia para la circulación de símbolos, slogans y la creatividad estético-política, realimentada por la participación en espacios públicos tradicionales del movimiento de mujeres, que redundaba en la potenciación de prácticas on y off line.

Sin embargo, estos intercambios decrecieron de modo gradual a principios de la primera década del siglo XXI, con una migración marcada hacia una plataforma infocomunicacional en auge por ese entonces, Facebook. En efecto, a partir del relevamiento de una veintena de blogs feministas, se constata que entre 2011 y 2012 la casi totalidad de los blogs abandonaron su actividad y redirigieron a visitantes y blogueras lectoras hacia sus perfiles en Facebook. Con esta plataforma se iniciaría una nueva etapa, de extendido uso por parte de grupos y activistas feministas, que propiciará formas enredadas de acción y estimulará usos y apropiaciones con fuerte carga testimonial respecto de diferentes prácticas violentas, así como convocatorias a acciones colectivas de protesta, en línea y en la calle, con diferentes grados de organización y urgencia.

#NiUnaMenos: Características del activismo digital feminista

La manifestación simultánea de 400.000 personas en, al menos, 240 localidades argentinas¹³³ para cuestionar los feminicidios y la violencia hacia mujeres y jóvenes el 3 de junio de 2015, bajo la consigna Ni Una Menos, fue resultado de una convocatoria multimediática y multisectorial, articulada en torno a una demanda histórica del feminismo y el movimiento de mujeres del país. En diferentes localidades contó con el impulso de grupos de mujeres y feministas, jóvenes, docentes, estudiantes, organizaciones sociales, partidos políticos, más el apoyo de gran parte del arco periodístico-mediático y ningún sector social organizado como opositor.

Lejos de ser un fenómeno espontáneo, la iniciativa se gestó durante 23 días. El tuit inicial de una periodista indignada frente al factor desencadenante del femniicidio de una chica de 14 años, que se sumaba a la lista del 2015, preguntando: “¿*No vamos a hacer nada? Nos están matando*”, cristalizó en la convocatoria a movilizar con fecha y lugar precisos. Convertido en hashtag, #NiUnaMenos rápidamente se diseminó por los muros de Facebook, la red social más utilizada en el país, con 25 millones de usuarios/as mensuales por entonces, frente a los 5 millones de Twitter, y desde allí siguió un derrotero nómada, difícil de especificar en sus modulaciones, por medios “tradicionales” de comunicación, en primer lugar, en sus versiones digitales, y luego en múltiples espacios radiales y televisivos (algunos con audiencias masivas), diarios nacionales, agencias informativas y publicaciones periódicas. La principal modalidad de adhesión por foto o selfie con el cartel #NiUnaMenos, una intervención sencilla y de baja intensidad de compromiso, apelando a personas conocidas de diferentes ámbitos, en particular del espectáculo y del deporte, para llegar a sus seguidores/as, reales y virtuales, resultó una práctica de alta eficacia simbólica para extender los márgenes de la visibilidad de la propuesta. Sin embargo, con el correr de los días, la e-táctica de adhesión vía foto presentó dificultades, al ser apropiada sin escrúpulos por personajes mediáticos cuestionados por sexistas, funcionarios/as y diferentes candidatos/as partidarios/as, lo cual generó malestar en sectores feministas y del movimiento de mujeres, y una serie de “memes” de repudio.

A la vez, la convocatoria fue ampliamente difundida desde un ciberactivismo feminista tenaz, que desde tiempos históricos denunciaba los feminicidios anunciados por los medios a la vez que se organizaban protestas de distinta índole en línea y en la calle para fechas clave del calendario feminista como el 25 de noviembre y el 8 de marzo, bajo consignas como “*No es un caso aislado, se llama patriarcado*”, así como “siluetazos” y concentraciones en distintas ciudades. Un

133 - La cifra de 400.000 participantes es una estimación propia que surge del cálculo promedio de 230.000 concurrentes al acto en Buenos Aires, según las organizadoras, y del relevamiento personal de diversas fuentes en 239 localidades, con actividades y movilizaciones que oscilan entre 50.000 y 60.000 participantes.

hecho significativo se generó con la apertura de ciento diez sitios en la plataforma Facebook con la denominación Ni Una Menos + nombre de localidad, bajo modalidades de páginas, grupos de organización (públicos y cerrados) y eventos para convocar a las movilizaciones, cerca de la mitad con suficiente antelación para coordinar acciones en línea y presenciales, según los casos (Laudano, 2017). Respecto de Twitter, el 3 de junio de 2015 se produjo un hecho inédito en la historia de la plataforma en español: una temática del movimiento de mujeres y el feminismo lideró las tendencias de la conversación nacional y, luego, la global. Un salto cualitativo se produjo respecto de la apropiación de la plataforma digital, cuando una comunidad activa, sensibilizada con la problemática de violencia hacia las mujeres, instaló a fuerza de tuits el hashtag #NiUnaMenos en el primer puesto del ranking de las tendencias (TT) en Argentina desde la mañana hasta el anochecer; a la vez que se transformó en número uno de la tendencia global luego del mediodía. A partir de entonces, esta experiencia sería capitalizada in crescendo desde el ciberactivismo feminista en sucesivos “tuitazos” para jerarquizar determinadas temáticas en la discusión pública o bien, acompañar de manera puntual procesos de visibilización de ciertas causas, en particular, vinculadas con la legalización del aborto, la búsqueda de chicas y mujeres desaparecidas, contra la violencia hacia las mujeres y los feminicidios, los travesticidios, el abuso sexual infantil, la lesbofobia, entre otras. En tal sentido, por la frecuencia de las convocatorias y la respuesta colectiva generada, 2017 podría considerarse el año de los tuitazos feministas en el país.

#8M 2017: Paro Internacional de Mujeres

El 8 de marzo de 2017 se gestó un acontecimiento singular en la historia feminista: el primer Paro Internacional de Mujeres con adhesión de 57 países, y destacada participación de países latinoamericanos y caribeños, tras un nutrido proceso de coordinación desde tecnologías digitales.

Esta articulación histórica a nivel mundial contó entre sus antecedentes principales con dos paros nacionales realizados por las mujeres de Polonia en octubre de 2016 para frenar la avanzada conservadora sobre derechos adquiridos, en particular respecto del aborto, y el paro nacional de mujeres de Argentina para reclamar por el cese de los feminicidios y la violencia hacia mujeres y jóvenes, en octubre de 2016. Experiencias masivas que obtuvieron gran repercusión mediática internacional y en redes sociales y rememoraron la gesta de las mujeres de Islandia en 1975, en pleno auge de la segunda ola feminista del norte, cuando decidieron retirarse antes de sus trabajos y no realizar quehaceres domésticos ni de cuidados para colocar en el centro de la discusión pública la contribución colectiva de las mujeres a la sostenibilidad de la vida.

El proceso organizativo del #8M abarcó cuatro meses, con una primera articulación en torno al día internacional de la no violencia contra las mujeres, el 25 de noviembre de 2016. Luego, un impulso significativo constituyó la multitudinaria Marcha de las Mujeres en Washington contra el presidente electo Donald Trump el 21 enero de 2017, con más de 600 manifestaciones en los 5 continentes y una intensa participación en redes sociales. Para ese entonces, el movimiento de mujeres como sujeto político internacional demostraba capacidad de movilización articulada on y off line, y contaba con 40 países adherentes al paro internacional. Respecto de la gestación de un acontecimiento internacional de tamaño envergadura, visto desde Argentina, la apropiación de Tics se desarrolló en tres niveles diferenciados analíticamente: nacional, latinoamericano e internacional. A nivel nacional, adherir al paro implicaba ante todo suscribir “El llamado de las mujeres”, un documento disponible en la página web bilingüe (inglés, español) del Paro Internacional de Mujeres¹³⁴, donde básicamente se exigía a los gobiernos *“respuestas a la actual violencia social, legal, sexual, política, moral y verbal experimentada por las mujeres en diversas latitudes”*, ante la situación de crisis del capitalismo, con la advertencia de que esa crisis no la pagarían las mujeres. Luego, asumir la difusión de la convocatoria en el país, relevar demandas específicas de las mujeres en cada lugar y organizar junto a los distintos grupos y organizaciones de mujeres medidas de fuerza dentro de un repertorio adaptable, mediante un evento público en la plataforma Facebook. Este requisito, no explicitado, se transformó en la modalidad dominante en el proceso organizativo, dado el uso extendido de la plataforma a escala global, que posibilitaba a la vez añadir el enlace al listado de países adherentes al evento central.

A modo complementario, se planificó el uso de otra red social, Twitter, para llevar adelante acciones generales de difusión y puntuales de intervención, vía tuitazos, desde una cuenta específica en español, coadministrada por integrantes de cuatro países latinoamericanos, quienes articulaban acciones organizativas a nivel regional. Entre otras cuestiones, se sincronizaron los horarios de los tuitazos (dos de los cuales se transformaron en Trending Topic con los hashtags #MujeresEnHuelga y #Yoparo8M), se definieron rasgos básicos de una estética política regional con el color violeta (símbolo feminista de larga data) y una iconografía diversa de rostros de mujeres y jóvenes, junto a la elaboración de materiales de difusión.

En Argentina, el proceso de convocatoria y organización se realizó desde acciones en línea junto a coordinaciones presenciales en asambleas y reuniones organizativas en 65 localidades, donde se elaboraron documentos y petitorios propios. Las modalidades para manifestarse fueron múltiples, acorde a las posibilidades y características de los distintos tipos de trabajos realizados por las mujeres a diario. A las tradicionales medidas de cese de actividades en los lugares

134 - Más información en www.parodemujeres.com, acceso 20 de enero 2018.

de trabajo para las asalariadas, con diferentes horarios según los sectores, acuerdos sindicales y las propias resoluciones de las protagonistas, se sumaron asambleas en ámbitos laborales para discutir la situación de las mujeres, el uso de banderas y cintas color violeta y un “ruidazo” al mediodía; pero, sobre todo, se convocó a interrumpir el trabajo doméstico y de cuidados para hacer visible una parte fundamental del trabajo no remunerado, en mayor medida a cargo de mujeres. Como broche final, el #8M se confluó en una movilización simultánea en al menos 105 lugares, según datos confirmados, que sumarían -entre Ciudad de Buenos Aires y quienes se movilizaron del conurbano bonaerense- 250.000 participantes, más 200.000 en el resto del país.

A modo de conclusiones

Un recorrido por las diferentes experiencias analizadas permite visualizar instancias colectivas de apropiación material y simbólica de Tics a disposición, que se fortalecieron en el tiempo, con diferentes grados de organización interna y coordinación nacional e internacional, en articulación con el activismo feminista tradicional. Estos procesos, sin embargo, no están exentos de tensiones y contradicciones, como las prácticas renovadas de violencia en los espacios digitales hacia activistas y grupos feministas.

A la vez, para evitar un entusiasmo desmedido respecto de las potencialidades del ciberactivismo digital, resultan insoslayables ciertas advertencias respecto de sus limitaciones, vinculadas con el acceso a las Tics, la conectividad y las competencias digitales y comunicativas, englobadas como distintas dimensiones de las brechas digitales, así como con la imperiosa discusión en torno a la democratización del acceso a la información y el uso de la palabra (Castells y otros, 2007; Castaño, 2008; Tilly y Wood, 2010); ya que pueden destacar las voces de ciertos grupos o personas con mayores habilidades y capital social, al tiempo que opacan las acciones colectivas y las trayectorias vitales de sectores del movimiento de mujeres y el feminismo. Para una discusión más amplia vinculada con principios de autonomía tecnológica, cabe recordar que tanto Facebook como Twitter son plataformas corporativas y que, dentro de los retos pendientes del activismo digital feminista en el país, aún espera un debate extendido acerca de estrategias de software libre.

Bibliografía

Castaño, Cecilia 2008 *La segunda brecha digital* (Madrid: Cátedra).

Castells, Manuel y otros 2007 *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global* (Barcelona: Ariel/Fundación Telefónica).

Friedman, Elisabeth 2017 *Interpreting the Internet: Feminist and Queer Counterpublics in Latin America* (California: University of California Press).

Kennedy, Tracy 2007 “The Personal is Political: Feminist Blogging and Virtual Consciousness-Raising” in *The Scholar and Feminist Online* Vol. 5, N^o 2.

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

Laudano, Claudia 2017 “Movilizaciones #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos en Argentina. Entre el activismo digital y #ElFeminismoLoHizo”, Ponencia presentada en el Seminario Internacional 13th Women’s Worlds Congress & Fazendo Gênero 11, Florianópolis, 30 de julio al 4 de agosto.

Ocampo, Irene y De Cicco, Gabriela 2003 “Rima. Una experiencia de comunicación feminista alternativa” en Gerber, Elisabet (comp.) *Género y Comunicación. Las mujeres en los medios masivos y en la agenda política* (Argentina: Friedrich Ebert).

Rosales, María Belén y Rimaro, Ana 2009 “Activismo feminista en la red. Usos y apropiaciones del espacio virtual”, Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Tilly, Charles y Wood, Lesley 2010 *Los movimientos sociales, 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook* (Barcelona: Crítica).

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

Violi, Patricia 2008 “Espacio público y espacio privado en la era de internet. El caso de los blogs” en *Cuadernos de Información y Comunicación* Vol. 13, pp. 39-59.



La Asociación Civil Comunicación para la Igualdad es una organización de la sociedad civil de Argentina que promueve la igualdad de género en la comunicación.

Fue fundada en febrero del 2012 por parte del equipo que creó e integró, hasta su cierre, la Asociación Civil Artemisa Comunicación entre el 2005 y el 2011, una organización pionera en Argentina en la promoción de la comunicación con perspectiva de género.

Las áreas de trabajo de Comunicación para la Igualdad son la capacitación en comunicación y género; el análisis y la investigación de medios; el monitoreo de políticas públicas; la incidencia política; y el asesoramiento institucional y empresario.

www.comunicarigualdad.com.ar
comunicarigualdad@gmail.com