



Contratexto

ISSN: 1025-9945

contratexto@ulima.edu.pe

Universidad de Lima

Perú

Rovetto, Florencia Laura

Violencia contra las mujeres: comunicación visual y acción política en "Ni Una Menos" y
"Vivas Nos Queremos"

Contratexto, núm. 24, julio-diciembre, 2015, pp. 13-34

Universidad de Lima

Surco, Perú

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667377002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Violencia contra las mujeres: comunicación visual y acción política en “Ni Una Menos” y “Vivas Nos Queremos”

Florencia Laura Rovetto
(Universidad Nacional de Entre Ríos y Universidad Nacional
de Rosario, Argentina)

Recibido: 17/7/2015

Aprobado: 24/9/2015

RESUMEN. En este artículo nos proponemos realizar un ejercicio de crítica cultural y política comparando las narrativas visuales de dos campañas que visibilizan y denuncian la violencia contra las mujeres a través de la plataforma virtual de Facebook: #NiUnaMenos, de Argentina y #VivasNosQueremos de México. Las imágenes circulantes en ambas campañas surgen con el objetivo de denunciar y visibilizar las consecuencias sociales y culturales de las estructuras patriarcales de poder en los distintos ámbitos de la sociedad. Aquí, nos preguntamos por la representación y circulación pública de imaginarios sociales, los modos de producir sentidos divergentes y acciones políticas para hacerle frente a este flagrante problema social en ambos países.

Palabras clave: violencia contra las mujeres / cultura visual / Facebook / acción política / campaña gráfica

Violence Against Women, Visual Communication and Political Action in “Ni Una Menos” and “Vivas Nos Queremos”

ABSTRACT. In this article we analyze from a cultural and political criticism perspective two visual narratives of two campaigns that make visible and denounce violence against women through Facebook: #NiUnaMenos, created in Argentina, and #VivasNosQueremos, created in Mexico. The images that these campaigns disseminate aim at making visible and exposing the social and cultural consequences of patriarchal power structures in different spheres of society. Here we look at public representation and circulation of social imagery as well as at ways of producing divergent senses and political action in order to confront this flagrant social problem in both countries.

Key words: violence against women / visual culture / Facebook / political action / graphic media campaign

Introducción

Nos proponemos analizar dos campañas gráficas contemporáneas originadas en México y Argentina, orientadas a denunciar la violencia contra las mujeres que tuvieron como principal espacio de circulación la red social de Facebook (en adelante, FB), aunque en ambos casos la desbordaron y trascendieron. Interesa examinar la *materialidad significativa* (De Lauretis, 1992) de las imágenes que pone en escena el cuerpo de las mujeres en tanto *locus* en que se exhibe la potencia predatoria de la dominación patriarcal y sobre el cual se desatan “guerras” íntimas y públicas, ambas de orden político (Segato, 2014).

Para ello, situamos la emergencia de ambas convocatorias en sus contextos espaciales específicos, revisando sus antecedentes y condiciones de irrupción que pueden ser interpretadas como inmediata y evanescente, en un caso; o como deriva de una praxis

política donde es posible advertir el despliegue y la articulación programática¹ de las luchas feministas en el continente latinoamericano, en el otro. Finalmente, analizamos un repertorio de materiales iconográficos relevados en las páginas de FB de ambas campañas, para abordar la dimensión política de estas figuraciones en el entramado de la cultura visual en la que se inscriben y circulan.

No se trata de realizar un mero juicio ético-estético de la iconografía circulante en las redes sociales a propósito de las campañas analizadas, sino de evaluar las posibilidades de enunciación y acción política que estas ofrecen –en y más allá de las redes virtuales– frente al problema estructural de la violencia contra las mujeres, que pervive a pesar de los avances en materia de legislaciones y políticas públicas en ambos Estados destinadas a la eliminación de todas las formas de violencia que se ejerce sobre ellas².

-
- 1 Una programática en las luchas feministas encarnadas por los movimientos de mujeres tiene, desde sus orígenes, un marcado carácter ‘internacionalista’, al advertir como denominador común en la vida de todas las mujeres el régimen de dominación patriarcal sobre el que se montan históricamente todas las demás formas de dominación (Luna, 2003). No obstante, los feminismos contemporáneos han problematizado (no sin contradicciones y tensiones) las formas particulares de dominación patriarcal en su intersección con otros clivajes determinantes como la raza, la etnia, la religión, la edad, el lugar de origen, etc. Atendiendo estas distinciones, en este trabajo entendemos que la lucha por la eliminación de la violencia contra las mujeres (plurales y diversas del Abya Yala) está hoy en el centro de la agenda política de los feminismos latinoamericanos (Gargallo, 2006).
 - 2 En los últimos años, tanto en México como en Argentina se han sancionado normativas legales para prevenir y sancionar todas las formas de violencia contra las mujeres. Las normativas más relevantes son la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre

Dada la centralidad de las imágenes y su adscripción a campañas destinadas a la movilización social, nos preguntamos por sus modos de representar la violencia contra las mujeres que pueden ser leídos como formas oficiales o hegemónicas de representación o apuestas para construir sentidos alternativos, insurgentes o contrahegemónicos de acción política. ¿Qué nos dicen estas imágenes de la relación entre violencia, cuerpo de las mujeres y acción política? ¿Qué muestran y qué ocultan de las relaciones de poder que naturalizan la violencia machista en nuestras sociedades? ¿Qué disputas culturales se juegan en la circulación de imágenes públicas en ambas campañas y a través de qué recursos iconográficos se despliegan? Y ¿cómo generar iconografías comprensibles para grupos cada vez más amplios, sin que se construya sobre el residuo iconográfico de los estereotipos de género y refuercen los discursos que permiten que esas violencias existan?

Partimos de considerar que una mirada crítica sobre ambas campañas gráficas nos permite poner en evidencia el problema de la violencia contra las mujeres en sus dimensiones políti-

ca, social y cultural, y con ello develan las operaciones metaestables del poder patriarcal (Amorós, 1994), fraguadas en dos corpus de imágenes que pueden ser consideradas como series donde se ‘interseccionan’ múltiples dimensiones (de género, raza, etnia, edad, etc.) imbricadas en relaciones de poder y desigualdad.

Las imágenes aquí analizadas constituyen un corpus discursivo que remite a su exterior situacional (Charaudeau y Maingueneau, 2005) y permite observar en qué medida la “cultura visual” se inscribe en el campo de las luchas simbólicas por el poder, la hegemonía del imaginario social (Castoriadis, 1993), en las formas de percibirnos e interpretar pertenencias, exclusiones, diferencias y desigualdades (Caggiano, 2012). Sostenemos, junto con Jelin, que, a través de las imágenes visuales se puede “percibir lo oculto y hacer visible lo invisible, pero también, con otros sentidos, se puede ocultar lo visible, silenciar lo que podría ser percibido y resulta amenazante” (en Caggiano, 2012, p. 17).

El repertorio de imágenes digitales seleccionado para este análisis está compuesto, mayoritariamente, por

de Violencia, sancionada en México el 1 de febrero de 2007, y la Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales (N.º 26.485), sancionada en Argentina el 11 de marzo de 2009. Ambas legislaciones se enmarcan en instrumentos jurídicos internacionales, como la Convención Interamericana para la Prevención, Sanción y Erradicación de la Violencia contra la Mujer (CEDAW - Convención Belém do Pará) que vinculan a los países miembros de la OEA que la han ratificado o se han adherido a ella.

ilustraciones, en el caso argentino, y por grabados, en el caso mexicano, pero los materiales relevados en sendas páginas de FB incluyen fotografías, imágenes tratadas o producidas con programas informáticos. Todas ellas pueden ser definidas, primariamente, como “carteles” que combinan elementos comunicativos de ‘anclaje’ y ‘relevé’ (Barthes, 1986) instituyendo escenas de la temática que evocan en el ‘inconsciente óptico’ de las memorias sociales (Benjamín, 1989).

De esta manera, las imágenes analizadas no se limitan a ilustrar el mensaje sino que ‘son el mensaje’. Además, el repertorio relevado en ambas campañas públicas pone en escena, de manera contrastante, las formas de producción y reproducción de relaciones de poder y desigualdad que estructuran la violencia contra las mujeres, así como las expresiones de resistencia y acción política que pretenden desmontarla. Aquí proponemos mirar ambos conjuntos de imágenes como archivos visuales que se entremez-

clan, oponen y desafían en contextos sociales donde las desapariciones y asesinatos pueden “ser vistos” en tanto epifenómenos fragmentados y dispersos de la letalidad de las mujeres o como modos de producir y gestionar la vida humana. En el estudio de estas imágenes en el entramado de la cultura visual contemporánea, se torna crucial observar la politicidad de su circulación a través de una mirada personal y a la vez colectiva.

Irrupción de las campañas en el espacio público: redes y calles

En julio de 2014, la colectiva feminista mexicana Mujeres Grabando Resistencias³ (en adelante, MGR) comienza a difundir la campaña gráfica internacional #VivasNosQueremos. Como sostienen sus iniciadoras en la página web de MGR, esta convocatoria es parte de un proyecto político-cultural “para crear mensajes claros y entendibles contra la violencia hacia las mu-

3 Aquí relevamos una selección de imágenes publicadas en <https://www.facebook.com/mujeresgrabando>, entre los meses de junio de 2014 y mayo de 2015. Además de esta página de FB, la organización feminista MGR cuenta con otro canal digital de difusión previo en la página web <<http://mugre.ecpm68.org/>>. El origen de esta colectiva se relaciona con la Escuela de Cultura Popular Mártires del ‘68, organización comunitaria fundada en 1988, para quienes el trabajo gráfico constituye un instrumento de denuncia, información y organización política. Realizan talleres de producción gráfica en distintas ciudades mexicanas, denunciando a la minería, las privatizaciones, los feminicidios, las desapariciones en Ayotzinapa, entre otros. Más información en <<http://rufianrevista.org/?portfolio=escuela-de-cultura-popular-martires-del-68>>.

jeros, los feminicidios⁴ y el derecho a la autodefensa para intervenir en las calles de México y otros países del Abya Yala”. Como resultado de esa primera convocatoria recibieron diecisiete grabados que hicieron circular por la red social FB y distribuyeron a través de colectivas feministas en México, Europa y otros países latinoamericanos para imprimir y pegar en las calles o realizar intervenciones políticas en el espacio público. A partir de allí –además de difundir los grabados recibidos y creados por las militantes de la propia organización– compartieron en su página de FB imágenes fotográficas de las acciones callejeras emprendidas durante la primera etapa de producción. En febrero de 2015 lanzaron una segunda convocatoria de *#VivasNosQueremos* con el fin de “sumar cómplices” para

la creación gráfica y multiplicar la difusión de la campaña⁵.

En conjunto, la propuesta de MGR presenta claros vínculos estéticos-políticos con la tradición muralista, género artístico que se inicia después de la revolución mexicana y representa escenas cotidianas en el espacio público con fuerte contenido ideológico (Eder, 1982). En esta serie, el grabado prima como técnica artística y de reproducción, ya que se imprime a través de diversos soportes, como las tradicionales serigrafías (impresas en calcomanías, postales o afiches) que se combinan con el uso, cada vez más difundido, de las nuevas tecnologías infocomunicacionales para la circulación en red de las luchas y reivindicaciones feministas.

Por su parte, el 10 de mayo de 2015 se inicia en Argentina la campaña grá-

-
- 4 La utilización de los términos femicidio o feminicidio es parte de un debate abierto en el campo del pensamiento y la praxis feminista así como en el ámbito jurídico (Fernández, 2012). Para los fines de este trabajo utilizaremos feminicidio, asumiendo la dimensión política del término por referir a la especificidad de los asesinatos de mujeres y por ponderar la responsabilidad del Estado. Estos crímenes sexistas ponen en evidencia la necesidad de la intervención de políticas públicas para erradicarlos y –de manera paradójica y contradictoria– la transformación de género de ese Estado y sus instituciones como parte de la solución del problema (Lagarde, 2006). Por la misma razón optamos por los términos ‘violencia machista’ y ‘violencia contra las mujeres’ y desestimamos la noción de ‘violencia de género’ que oculta la responsabilidad de los varones en tanto perpetradores directos o indirectos.
 5. En las dos convocatorias de MGR se llama a la creación de grabados en linóleo o madera (de 28 x 38 cm) en vertical, blanco y negro que deben incluir: 1) el *hashtag* *#VivasNosQueremos*, 2) una frase, texto o palabra(s) aparte del *hashtag*, y 3) la creación gráfica. En la convocatoria se anuncia que los grabados recibidos en formato digital también serán impresos en serigrafías (de 75 x 90 cm) para su reproducción y su circulación, tanto en las redes sociales digitales como en los espacios públicos bajo los términos de la licencia Copyleft, sin uso lucrativo y para su libre difusión.

fica *#NiUnaMenos*. El detonante fue la noticia sobre el hallazgo del cuerpo sin vida de Chiara Páez, de catorce años⁶. La reacción circuló primero a través de las redes sociales (principalmente, FB y Twitter) y ocupó rápidamente todo el arco mediático. En las redes se puede ubicar el origen y la fundación de la convocatoria mediante una frase que ya estaba instalada y recorría como un susurro los dispositivos virtuales de comunicación. En pocas horas alcanzó su momento de condensación provocando la circulación de una gran cantidad de imágenes compuestas principalmente por ilustraciones que incluían el *hashtag* *#NiUnaMenos* y la referencia a marchar el “3 de junio a las 17 horas” en más de sesenta ciudades de todo el país⁷.

Así, la inmediata viralización de la convocatoria aglutinó detrás de una sola consigna a una polifónica ‘multitud’ conformada por una masa anónima de personas indignadas por el creciente número de feminicidios –presentados dramáticamente y casi

a diario por los medios de comunicación tradicionales–, “personalidades de la cultura”, candidatos políticos en plena campaña electoral y organizaciones históricas del movimiento de mujeres, que al calor de tanta adhesión pública y mediática renovaron su exigencia por la “declaración de emergencia social en materia de violencia contra las mujeres” y la reasignación urgente de presupuesto a los efectos de materializar las políticas públicas necesarias para atender tal situación, entre otras reivindicaciones desoídas y postergadas por la clase política y las instituciones públicas, como el debate legislativo y la urgente sanción de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo.

Tal como lo han expresado algunas representantes de estas mismas organizaciones, el tema ya estaba en las calles, en los medios de comunicación y en las redes, solo faltaba “una chispa” para que ardiera. ¿Quién podría quedar al margen de manifestarse públicamente en contra de los asesina-

6 En la localidad de Rufino, al sur de la provincia de Santa Fe, Chiara Páez, que era buscada desde el domingo 3 de mayo, apareció enterrada en la casa del novio, de 16 años, quien confesó el crimen y fue detenido. Más información sobre el caso en la agencia de noticias nacional (<http://www.telam.com.ar/notas/201505/104789-chiara-paez-fiscal-novio-confesion.html>).

7 Fue la constante y rítmica acumulación de noticias sobre asesinatos de mujeres, las últimas, además adolescentes, lo que desencadenó la necesidad de viralizar en las redes el “grito” de ¡Basta de feminicidios!, “Ni una (mujer) menos”, “Ni una (muerta) más”. Para María Pía López (2015), “si esto cuajó es porque había algo que lo preexistía, una conjunción entre ánimo social y trabajo minucioso de los grupos activistas que venían, con empecinamiento necesario aunque tantas veces desoído, tratando de llamar la atención sobre la cuestión”.

tos de mujeres? Así, con una masividad inaudita, *#NiUnaMenos* se convirtió en pocas horas

en un territorio profuso, en el que comenzaron a coexistir retóricas de distinto tipo, inteligencias diversas, apuestas políticas no solo heterogéneas sino contradictorias, tenacidades militantes y organizativas, novedades tecnológicas, compromisos feministas y pericia en medios de comunicación (López, 2015).

Por otra parte, entre los antecedentes de ambas convocatorias podemos destacar elementos que dan cuenta de la relevancia actual de la violencia contra las mujeres en cada uno de los países, así como de las líneas de continuidad que ambas campañas presentan en el marco de procesos de visibilización y construcción iconográfica sobre la problemática que ponen en escena.

Aunque puedan resultar incompletas las referencias estadísticas que

mencionamos en estas líneas, con el fin de señalar la magnitud actual del problema de la violencia contra las mujeres, apelamos a los datos ofrecidos periódicamente por la asociación civil La Casa del Encuentro⁸, que en los últimos cinco años en Argentina contabilizó 1808 feminicidios de mujeres y niñas. De estos, 277 casos se produjeron en el año 2014, arrojando un promedio de una mujer asesinada cada 26 horas en dicho país. Por su parte, el Observatorio Ciudadano Nacional contra el Feminicidio, de México, describe la situación actual de la violencia contra las mujeres en este país como una “realidad lacerante”. Dicha entidad contabilizó 1596 asesinatos de mujeres y niñas solo en el año 2014, con un promedio de más de cinco feminicidios producidos diariamente⁹.

A su vez, ciertas imágenes promovidas en el contexto de ambas campañas presentan líneas de continuidad

8 Ante la ausencia de estadísticas oficiales sobre feminicidios en Argentina, la asociación civil La Casa del Encuentro crea en 2009 el Observatorio de Femicidios en Argentina Adriana Marisel Zambrano, que además de elaborar informes anuales procura generar propuestas de incidencia en políticas públicas y legislativas. Las estadísticas elaboradas por esta asociación recogen las informaciones publicadas por las agencias informativas y los diarios de distribución nacional o provincial. Estos informes gozan de alta legitimidad en el campo político y académico al ser los más consultados y reproducidos en la actualidad. Más información en <<http://lacasadelencuentroblog.blogspot.com.ar/>>.

9 El Observatorio Ciudadano Nacional del Feminicidio (OCNF) es una alianza formada por 49 organizaciones de derechos humanos y de mujeres en 21 estados de la república mexicana y el Distrito Federal, que procura monitorear y exigir rendición de cuentas a las instituciones a cargo de prevenir y sancionar la violencia contra las mujeres y el feminicidio. Sus registros también están basados en la revisión diaria de notas para llevar el pulso de la violencia contra las mujeres y así realizar denuncias, entre otras acciones. Más información en <<http://observatoriofeminicidio.blogspot.com.ar/p/quienes-somos.html>>.

con antecedentes iconográficos cuya reproducción y circulación también se materializó con anterioridad en las calles y las redes sociales. A modo de ejemplo podemos mencionar los “siluetazos”¹⁰ en Argentina. Esta

iniciativa precedente de producción artístico-política e intervención visual pone en escena el cuerpo de las mujeres asesinadas, apelando a una memoria gráfica colectiva para denunciar y movilizar afectividades¹¹.

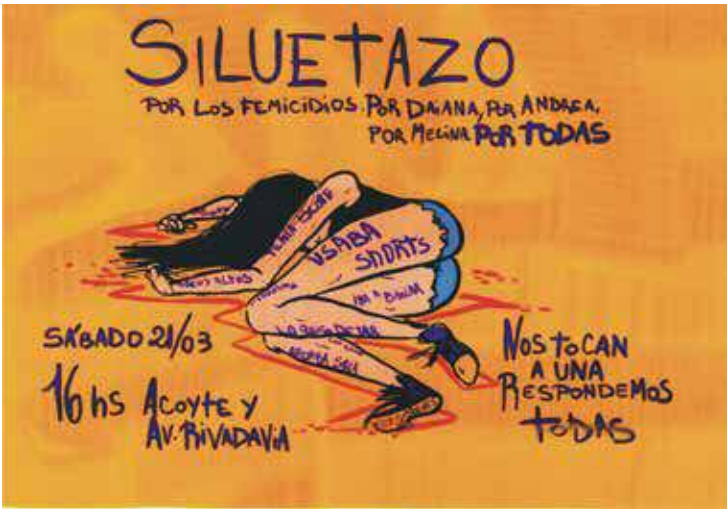


Figura 1. Ilustración para la convocatoria a una manifestación pública previa, celebrada el 21 de marzo de 2015
Fuente: FB oficial #NiUnaMenos

- 10 Los “siluetazos” denuncian los feminicidios y ponen en evidencia la impunidad que envuelve su condena social y jurídica, apelando a un tipo de intervenciones utilizadas en el país para dar cuenta de las desaparecidas y los desaparecidos por la última dictadura, politiza los asesinatos y desapariciones de mujeres “en democracia” como productos de la violencia sistémica machista. Para profundizar sobre los siluetazos como práctica artístico-política en la Argentina puede consultarse a Longoni y Bruzzone (2008).
- 11 En marzo de 2015 dos jóvenes artistas plásticas hacen el primer llamado a un siluetazo a través de las redes sociales, con el objetivo de repudiar los feminicidios y desapariciones. Invitan a acudir con cartones, estenciles y aerosoles, a marchar y a organizarse. Luego, en el marco de la convocatoria del 3 de junio se organiza el cuarto siluetazo, en el que surgen imágenes como la que vemos en la figura 2. Véase FB campaña #NiUnaMenos, en <<https://www.facebook.com/events/470768433089896/>>.

La siguiente fotografía muestra la práctica de “construir” el siluetazo en el marco de la concentración pública celebrada en Argentina el 3 de junio de 2015. Esta imagen conlleva cierta voluntad testimonial y opera reteniendo un instante espacio-temporal real de intervención. En la imagen, tomada de la página de FB oficial de *#NiUnaMenos*, se agencian sentidos en torno a la memoria de un saber compartido, puesto en acto a través de su realización, por parte de mujeres activistas, en el espacio público.



Figura 2. Práctica de siluetazo en la concentración del 3 de junio de 2015 en Capital Federal
Fuente: FB oficial *#NiUnaMenos*

Por su parte, en el caso mexicano, como antecedente directo de la campaña *#VivasNosQueremos*, en abril de 2011 –primero empapelando Ciudad Juárez y luego extendiéndose a todo el país– se inicia una campaña fotográfica de retratos con los nombres propios de las mujeres desaparecidas y asesinadas en distintas ciudades¹².



Figura 3. Retratos de mujeres desaparecidas y asesinadas en México
Fuente: Asociación Civil Nuestras Hijas de Regreso a Casa

12 La iniciativa surge en 2011, de la mano de la asociación civil Nuestras Hijas de Regreso a Casa, que tiene su origen en Ciudad Juárez y Chihuahua en 1993. Las imágenes de retratos con consignas circulan por las redes y son impresas en estenciles, carteles y serigrafías con retratos y nombres propios, sumando las consignas de *#HastaEncontrarlas* y *#VivasNosQueremos* que forma parte de la campaña más reciente de MGR analizada en este trabajo. Para más información véase <<http://nuestrashijasderegresoacasa.blogspot.com.ar/2015/04/vivas-las-queremos-vivas-nos-queremos.html>>.

Estos carteles, que también circulan por las redes sociales, remiten a una búsqueda activa “hasta encontrarlas”, y ponen el acento en formas personales de nominación: “me desaparecieron” y “vivas nos queremos”. De este modo, la campaña también supera el mero registro visual para convertirse en una consigna política, junto con las marcas de identidad (retrato y nombre propio) y la localización espacial de los feminicidios. En la página de FB de la organización MGR, analizada en este trabajo, se reproducen más de cincuenta carteles de este tipo.

Análisis de las campañas en FB: convocatorias y estrategias de visualidad

En este apartado analizamos las imágenes seleccionadas de las páginas de FB de *#NiUnaMenos* y *#VivasNosQueremos* que, en nuestra interpretación, se erigen como ejemplos de los modos de representar la relación entre la violencia ejercida sobre el cuerpo de las mujeres y las formas de denuncia pública y acción política para enfrentarla.

A continuación se retoman los interrogantes planteados en torno a las prácticas de visualización y las disputas culturales que evidencian los recursos iconográficos puestos a circular en la red en tanto elementos de significación hegemónica o contrahegemónica sobre la violencia contra las mujeres. Sin agotar con este trabajo las pretensiones analíticas, los ejemplos

relevados nos permiten abordar las diferencias más notables que presentan ambas campañas, evaluar los sistemas de referencia simbólica, implícitos en dichas representaciones, así como las relaciones de fuerza que tensan la construcción y el reforzamiento de los imaginarios sociales. Aquí, la red social FB interesa no tanto por su carácter de dispositivo tecnológico sino por sus posibilidades de constituirse como espacio de enunciación en contextos temporo-espaciales simultáneos y, al mismo tiempo, divergentes.

En los ejemplos que siguen se pueden distinguir formas visuales constantes y contradictorias, algunas de las cuales se presentan cargadas de sentido programático de cierto activismo militante (de mujeres o feministas) donde tienen lugar nuevos modos de (re)presentación y prácticas de visualización colectiva (De Lauretis, 1992), mientras otras apelan a ciertas reiteraciones significantes, apoyadas en elementos iconográficos tradicionales, basados en clichés y estereotipos.

Consignas de las campañas

Desde la perspectiva que aborda la relación entre lenguaje y acción (Charaudeau y Maingueneau, 2005) advertimos que en la consigna de la campaña ‘Ni Una Menos’ el enunciado pesa sobre un sujeto individual e indiferenciado que remite al colectivo de potenciales alocutarias (Ni Una [mujer] Menos). Aquí, el sujeto de la

alocución está fuera del enunciado, y el enunciado da lugar a múltiples interpretaciones que hacen perder fuerza política a los propósitos iniciales de la campaña. Dicha dispersión también puede colegirse con el modo espontáneo de la reacción y la convocatoria que se condensan tras una frase (re)victimizante. ‘Ni Una Menos’, en su rápida circulación y diseminada apropiación, fue adquiriendo distintos sentidos y produciendo algo del orden de la confusión, tal como lo describe López (2015):

Echada a rodar, la frasecita tiene distinta suerte: desde ser cartel que engalana una fuerza policial o un conductor de televisión experto en alimentar con cuerpos femeninos las fauces del espectáculo televisivo, desde eso a ser caja de resonancia para que familiares y deudos de víctimas puedan gritar su desdicha y su combate o grupos feministas aliar la consigna con persistentes demandas, como la del derecho al aborto. Basta recorrer las redes para ver esta diseminada diferencia [...]. Ni Una Menos tiene un tono, entonces, según quién la pronuncie. La voz común que se conjuga como grito es el *Basta a la violencia que se ejerce contra la autonomía y el cuerpo de la mujer* (...). Imagino una plaza con muchas banderas y muchas consignas y también con muchas personas que no acostumbran ir a movilizaciones pero que esta vez sienten la urgencia de pensar, con otras y con otros, modos de preservar la vida y de hacer justicia.

Por su parte, la consigna ‘Vivas Nos Queremos’ pone en juego la identidad

de quien(es) la enuncia(n) como el colectivo de mujeres que se manifiesta a través de un ‘Nosotras’ que se verbaliza vitalmente y que, en la misma operación de afirmarse, excluye a otros (para el caso, los varones).

A su vez, en este enunciado, acción y lenguaje fundan la intención perlocutoria del intercambio (Austin, 1982; Charaudeau y Maingueneau, 2005), mientras remiten a luchas históricas en el continente, asociada –en el caso argentino– a las organizaciones de familiares de desaparecidos por la última dictadura militar. En la actualidad, la consigna “Vivos/as los/as llevaron, Vivos/as los/as queremos” es reapropiada por familiares de desaparecidos/as en distintos países de la región; consignas que también son enarboladas por organizaciones feministas en su lucha contra la trata.

En ambos casos se puede observar una mirada discordante respecto de la misma problemática. Las consignas muestran el punto de encuentro entre el marco de acción –que determina la identidad social del sujeto hablante y su legitimidad– y su puesta en escena enunciativa, que construye la identidad discursiva del sujeto enunciadore en un contexto determinado. Así, el primer caso, ‘Ni Una Menos’, se presenta como la forma hegemónica y legítima de construir consenso frente a un malestar que no logra traspasar los límites de la reacción. Mientras que ‘Vivas Nos Queremos’ instala una autoadscripción a cierto carácter alternativo de la acción de ‘nombrar’ que

discute y presenta formas contrahegemónicas de la identidad discursiva de quienes la enuncian en un contexto que no permite grandes consensos sino, más bien, posiciones activas y organización colectiva urgente.

Imágenes de las campañas

En este apartado se exponen las imágenes seleccionadas de las páginas de FB de ambas campañas. Los ejemplos presentados a continuación son acompañados de elementos analíticos que permiten esbozar regularidades y diferencias en las estrategias de visualidad sobre la violencia contra las mujeres, atendiendo su dimensión política en el entramado de la cultura visual en la que se inscriben y circulan. Por último, se desarrollan algunas reflexiones finales de carácter provisorio, con las que retomamos los rasgos más sobresalientes de las iconografías que conforman este ejercicio crítico.

En términos generales, la estrategia metodológica utilizada para relevar y analizar las imágenes selecciona-

das articula las preguntas que guían nuestra indagación con los aportes de Charaudeau y Maingueneau (2005) y los criterios propuestos en el manual básico de análisis de la imagen de Villafañe (1984) para interpretar las operaciones retóricas puestas en juego en la construcción de discursos visuales. Con estos aportes procuramos reconocer en cada caso qué elementos de la cultura visual se ponen en juego, cuáles son sus antecedentes iconográficos, qué enfocan y qué ocultan según sus características formales y temáticas y qué disputas político-culturales despliegan en sus modos de construcción, reproducción y circulación. A continuación abordamos comparativamente los rasgos más sobresalientes de ambas campañas.

Estereotipo de femineidad

Comencemos con una de las imágenes más controvertidas de la campaña *#NiUnaMenos*. Esta imagen es la creación de un dibujante de reconocida trayectoria en los medios gráficos¹³. Nos detenemos en la ilustración de Nik

13 En los días previos a la marcha del 3 de junio en Argentina se lanzó una convocatoria dirigida a dibujantes e ilustradores mediante el blog <<http://hacemeundibujo.blogspot.com.ar/>>. A partir de ahí comenzaron a circular en FB muchas “creaciones” de autorías reconocidas como Maitena, Rep, Liniers, Erlich, Langer, entre otras/os. La relevancia de esta participación es relatada por la periodista Marina Abiuso de la siguiente manera: “los dibujos fueron una forma muy importante de difundir la marcha y también la problemática. Nos dimos cuenta de eso cuando vimos que mucha gente en las redes sociales empezaba a usar imágenes de artistas consagrados en sus fotos de perfil”. Para ampliar esta información véase <http://www.clarin.com/cultura/niunamenos-langer-liniers-maitena-bernasconi-femicidio-erlich_0_1366063983.html>.

porque junto con su circulación se viralizaron comentarios y debates¹⁴ controversiales en las redes sociales y porque esta imagen presenta elementos que permiten revisar algunos interrogantes planteados en esta indagación tal como reflexionamos a continuación.

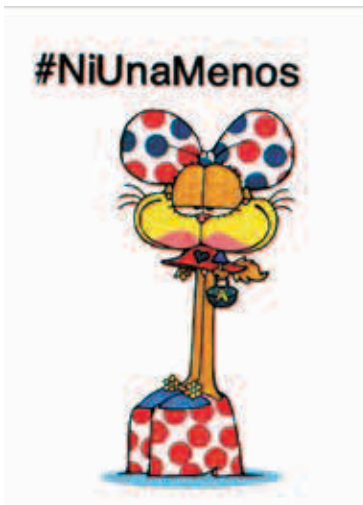


Figura 4: "Agatha"
Fuente: Nik

Mediante la utilización de un personaje ya conocido por protagonizar sus tiras cómicas –"Agatha", la compañera de "Gaturro"– se exacerba un estereotipo hegemónico de femineidad, destacando el maquillaje, los tacos

altos y la falda corta que deja ver su ropa interior. Este tratamiento estereotipado remite a las formas habituales de presentar las noticias de violencia contra las mujeres en los medios de comunicación, donde la víctima es presentada como responsable de la agresión padecida, transmitiendo la idea de que "algo habrá hecho" para "merecer morir" de esa manera.

Diversos ejemplos dan cuenta de este tipo de tratamiento en los informativos de televisión. Para el caso podemos recordar la cobertura del asesinato de la joven Melina Romero en septiembre de 2014, quien fuera hallada en una bolsa de nailon, al borde de un arroyo un mes después de estar desaparecida. Durante ese período los medios de comunicación cubrían la búsqueda policial de la menor, al mismo tiempo que especulaban sobre sus salidas nocturnas y sus prácticas sexuales, entre otros prejuicios: "Melina Romero fue presentada, como muchos otros jóvenes pobres, por sus carencias: ni estudiaba, ni trabajaba, ni era una 'buena adolescente'" (Arduino, 2015).

Frente a estas formas de representación, la actual Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522/09)¹⁵

14 Las críticas a las producciones de algunos dibujantes circularon en los días previos a la marcha con la misma velocidad que las imágenes que se producían en alusión a la convocatoria. Los cuestionamientos a Nik pueden verse en el portal de noticias <<http://www.argnoticias.com>> y en <http://tn.com.ar/sociedad/niunamenos-liniers-conto-por-que-hizo-el-dibujo-de-la-campana_594389>.

15 La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue sancionada en octubre de 2009 por el Congreso de la Nación Argentina y aún está pendiente de su completa aplicación.

establece que la violencia mediática contra las mujeres (como exponente de la violencia simbólica) consiste en la difusión de patrones culturales o discursos estereotipados que promuevan la explotación, injurien, difamen, discriminen, deshonren, humillen o atenten contra su dignidad.

Podemos inferir que este tipo de representaciones iconográficas pone en escena la disputa cultural de lo que es aceptable y condenable socialmente. Salir del hogar, como construcción de la domesticidad, garantía de la familia y de la seguridad tiene funestas consecuencias para algunas mujeres. Frente a actitudes “abyectas” como las de Melina Romero, la sociedad cierra filas y condena. La imagen de Melina Romero recreada en “Agatha” pone en escena el imaginario social que objetualiza el cuerpo de las mu-

jerer mediante múltiples dimensiones imbricadas en las relaciones de poder y desigualdad de clase y género. “Las imágenes muestran todo junto” (Caggiano, 2012, p. 22), y estas figuraciones se tornan indispensables para justificar las operaciones ‘pedagógicas de la crueldad’ sobre el cuerpo de las mujeres (Segato, 2014).

Frente a estas formas de representación, la campaña #VivasNosQueremos, que en su FB expone los grabados recibidos como estandartes y carteles utilizados en diferentes manifestaciones y acciones producidas en el espacio público, pone en escena imágenes de mujeres que al “mostrarse” enuncian enfáticamente su rechazo a la construcción moral que las confina al espacio doméstico y las priva de sus vidas, enajenando sus cuerpos (Murillo, 2006).



Figura 5. “Muero por sacar tu moral de mi vida”
Fuente: FB #VivasNosQueremos



Figura 6. “Mi cuerpo es mío”
Fuente: FB #VivasNosQueremos

Individualidad en el dolor

Otro rasgo característico de ciertas ilustraciones publicadas en la página #NiUnaMenos es aquel que representa el sufrimiento y el dolor como un problema personal, individualizado y experimentado en soledad. Las imágenes de rostros y cuerpos o de sus femeninas metáforas, mediadas por el dolor, parecen borrar las tramas de poder que posibilitan la producción social de la violencia contra las mujeres, tal como se puede ver en los siguientes ejemplos:

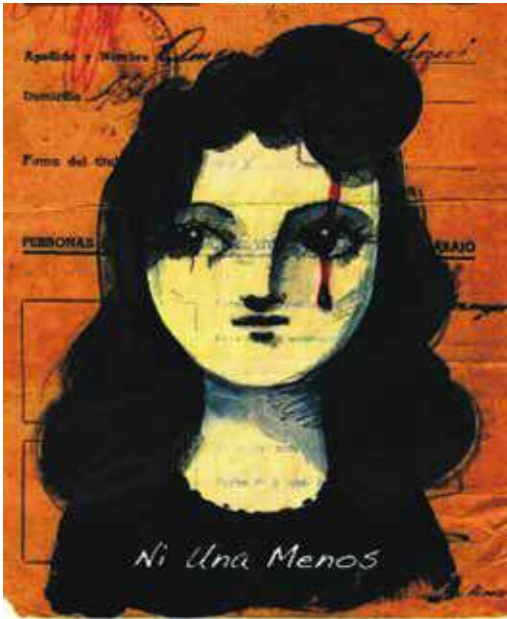


Figura 7. Rostro con lágrimas
Fuente: FB #NiUnaMenos

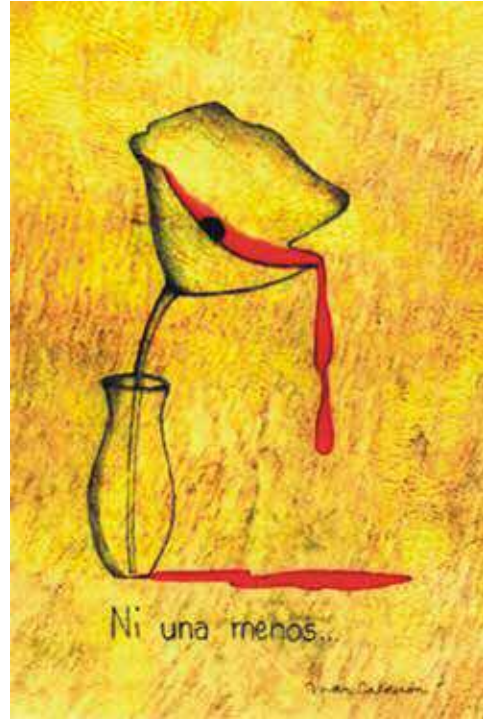


Figura 8. Flor ensangrentada
Fuente: FB #NiUnaMenos

Frente a estas figuraciones del sufrimiento individual, #VivasNosQueremos también muestra imágenes con rostros individualizados, pero que lejos de representar el sufrimiento personal en solitario hacen “político lo personal” y ponen el acento en posiciones activas que interpelan y se oponen amenazantes frente a las prácticas de violencia perpetradas por el colectivo de varones en su conjunto.



Figura 9. “¿Matarme te hizo más hombre?”
Fuente: FB #NiUnaMenos



Figura 10. “¡Estoy harta de tu violencia! Cuidado”
Fuente: FB #VivasNosQueremos

Infantilización

Otra característica común registrada en las ilustraciones relevadas en #NiUnaMenos son las figuraciones de mujeres infantilizadas, inanimadas, angelicales y pasivas. Allí, las mujeres aparecen circunspectas, desprotegidas y pasibles de ser tuteladas/bles para enfrentar la violencia que las victimiza (figura 11).



Figura 11. Niña 1
Fuente: FB #NiUnaMenos

Por su parte, #VivasNosQueremos exhibe grabados que promueven las acciones a largo plazo (figura 12). Este tipo de figuraciones despliegan el proyecto político de eliminar la violencia machista “desde la raíz”. Mientras que en la figura 11 las mujeres aparecen como producto del imaginario predominantemente masculino, caracterizadas por ser silenciosas, casi invisibles e inanimadas, en la figura 12 se exhibe un acto insurgente que corre los límites de lo decible a través de las imágenes. En este ejemplo, además, se condensa el emblema feminista de que “lo per-

sonal es político”, mediante el acto de crear un grabado, transmitir una idea e intervenir en el espacio público.



Figura 12. “Arrancar la violencia de raíz. Cosechar más latidos”
Fuente: FB #VivasNosQueremos

La animalidad del victimario

En el conjunto de las imágenes relevadas en el FB #NiUnaMenos se registran ilustraciones que representan a los varones como feroces perros, chacales o el legendario lobo de los cuentos (figuras 13 y 14). Nuevamente, aquí, las mujeres son representadas como víctimas pasivas pero también, y de forma destacada, los victimarios son representados como animales feroces, deshumanizados y no como los varones con quienes se convive cotidianamente, sujetos con nombre propio con los

que se interactúa en todos los ámbitos de la vida. Esta representación metafórica del agresor, refuerza la idea de que la violencia de género es perpetrada por varones que se “descontrolan” o que padecen alguna patología psíquica. Así, se desdibuja el carácter social y generalizado de la violencia contra las mujeres, privilegiando planteamientos individualizantes, naturalizados o patologizados que tienden a culpar a las víctimas (Fernández, 2012).



Figura 13. Caperucita y el lobo
Fuente: FB #NiUnaMenos



Figura 14. Cuerpo maniatado por perros
Fuente: FB #NiUnaMenos

Frente a esta tendencia, en las figuras 15 y 16 se puede observar que la presencia de los varones está mediada por el mensaje que quiere transmitir. Allí se pone en evidencia que las mujeres resisten, rechazan y enfrentan las distintas formas de violencia machista. Estas imágenes cuestionan que la violencia contra las mujeres en todas las clases y razas a lo largo de toda la historia de la humanidad sea interpretada por los sistemas de significaciones sociales (política, jurídica, médica) como algo que “las mujeres se buscan” y cometen “hombres anormales”. De esta manera, constituyen “pedagogías reparadoras” que permiten disponer de nuevo de la propia existencia, sin temor y sin impunidad (Harding, 1998).



Figura 15. “Un día ya no tendré miedo...”
Fuente: FB #VivasNosQueremos



Figura 16. "Somos las nietas de las brujas..."

Fuente: FB #VivasNosQueremos

Hasta aquí hemos revisado algunos ejemplos relevados de las páginas de ambas campañas, con los que hemos podido analizar la relación entre violencia contra las mujeres, cuerpo y formas de (re)acción política, representadas en las imágenes que circulan por las redes. A su vez, hemos reflexionado en torno a lo que estas figuraciones muestran y ocultan sobre las relaciones de poder que naturalizan la violencia machista en nuestras sociedades; así como dilucidar algunas regularidades discursivas expresadas a través de recursos iconográficos que manifiestan disputas simbólicas, donde se despliegan las luchas históricas del movimiento feminista junto con procesos reactivos que parecen metabolizarlas.

Con lo expuesto hasta aquí nos permitimos advertir que el análisis crítico de estas imágenes revela dos tendencias opuestas: una que refuerza una posición hegemónica basada en la producción autorreferente, abstracta y despolitizada de la lucha contra la violencia machista, y la otra que se construye a través de la especificidad situada de lo que enuncian, denuncian y habilitan en términos de acción política.

Si bien sería apresurado determinar tipologías estables de representaciones visuales, a partir de las figuraciones analizadas, esta comparación nos ha permitido observar las diferencias entre discursos hegemónicos sobre la violencia contra las mujeres, que la muestran como fenómenos esporádicos, dispersos y anómalos, para percibir la sistematicidad de su estructura opresiva enquistada en las propias sociedades democráticas. Y también nos ha permitido reflexionar sobre otros discursos contrahegemónicos posibles para construir "mundos" menos organizados en torno a los ejes de la dominación patriarcal (Haraway, 1995).

Notas finales

Reconociendo las limitaciones que puede tener un primer abordaje sobre la problemática planteada y los múltiples aspectos no incluidos en este análisis, a continuación retomamos las reflexiones iniciales para trazar líneas de continuidad que podemos esbozar

a partir de este trabajo de indagación aún inacabado.

Las imágenes aquí analizadas pueden ser leídas como enunciados paradigmáticos puestos a circular en la red que remiten tanto a las particularidades del contexto de enunciación como a las marcas identitarias de los colectivos que las crean, apropian y reproducen. En este sentido, consideramos relevante abordar, en futuras indagaciones, dos líneas de trabajo.

La primera, orientada a revisar las características contextuales como condición de producción de imágenes para enfrentar política y culturalmente las violencias machistas. A partir de ahí, podemos sostener, a modo de hipótesis de trabajo, que la radicalidad de las creaciones iconográficas en *#VivasNosQueremos*, junto con las prácticas políticas de la organización Mujeres Grabando Resistencias, son emergentes de una sociedad donde se ha consentido y legitimado el despliegue de ‘nuevas formas de guerra que se escribe sobre el cuerpo de las mujeres’. Frente a esta situación, los grabados puestos a circular por los espacios públicos, virtuales y reales, no vienen a resolver un problema de conciencia, sino a crearlo. Por otro lado, en el contexto argentino, donde las crónicas periodísticas diarias con casos de mujeres y jóvenes asesinadas o violentadas por parejas, ex parejas o conocidos, condensó un reclamo que, si bien ya estaba instalado en la agenda de las organizaciones fe-

ministas, se multiplicó, dispersando las demandas de reconocimiento y la disputa política sobre la temática.

Una segunda línea de trabajo se orientará a abordar el uso extendido de las TIC por parte de las organizaciones de mujeres y feministas. A partir de aquí nos interesa profundizar sobre la producción y circulación de este tipo de imágenes en el marco de la agenda de luchas históricas del feminismo, y sobre las posibilidades que ofrecen las redes sociales para subvertir o reforzar las imágenes tradicionales de la femineidad como residuo iconográfico de las violencias sexistas, interpelando las lógicas excluyentes, propias de los discursos hegemónicos de circulación masiva.

Entender estos procesos se torna crucial, dada la centralidad de las redes sociales en la actualidad y por el uso que de ellas hacen las organizaciones feministas, en particular. Ciertamente, al observar la producción social de significados en torno a la violencia contra las mujeres en las campañas analizadas, podemos advertir ciertas prácticas de reconocimiento de e identificación con determinadas posiciones enunciativas en las redes. En este sentido, podemos sostener que las prácticas de producción, apropiación y circulación de estas narrativas visuales en la red irrumpen, transformando los imaginarios y modelos de contagio que invitan a subvertir los clásicos estereotipos de género, desplazarlos y ejercitar el extrañamiento de la mira-

da, produciendo estrategias intersubjetivas de construcción política con la tecnología y a través de esta.

Referencias

- Amorós, C. (1994). Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de "lo masculino" y "lo femenino". *Feminismo, igualdad y diferencia*, pp. 193-214. México, D. F.: UNAM.
- Arduino, I. (17 de junio de 2015). Melina Romero. La mala víctima. *Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-mala-victima>
- Austin, J. (1982 [1962]). *Cómo hacer cosas con palabras: Palabras y acciones*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1986). "Retórica de la imagen". En *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos voces*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (1989). *Discursos interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- Caggiano, S. (2012). *El sentido común visual. Disputas en torno a género, "raza" y clase en imágenes de circulación pública*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Castoriadis, C. (1993). La institución imaginaria de la sociedad. En E. Colombo (Coord.), *El imaginario social*. Montevideo: Altamira y Nordan Comunidad.
- Charaudeau, P., y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- De Lauretis, T. (1992 [1984]). *Alicia ya no: feminismo, semiótica, cine*. Valencia: Universitat de València.
- Eder, R. (1982). "Las mujeres artistas en México". En *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, 50(13), tomo 2, pp. 251-260.
- Fernández, A. M. (2012). Femicidios: la ferocidad del patriarcado. *Nomadías*, 16, pp. 47-73.
- Gargallo, F. (2006). *Ideas feministas latinoamericanas*. (2.^a ed.). México: Universidad Autónoma de México.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres*. Valencia: Cátedra.
- Harding, S. (1998). ¿Existe un método feminista? En E. Bartra (Comp.), *Debates en torno a una metodología feminista*. México, D. F.: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lagarde, M. (2006). Del femicidio al feminicidio. *Desde el Jardín de Freud - Revista de Psicoanálisis*, 6, 216-225.
- Longoni, A., y Bruzzone, G. (Eds.). (2008). *El siluetazo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- López, M. P. (2 de junio de 2015). Ni una menos: aquelarre y algarabía. *Página 12*. Buenos Aires. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-273992-2015-06-02.html>
- Luna, L. (2003). *Los movimientos de mujeres en América Latina y la renovación de la historia política*. Cali: Universidad del Valle/La Manzana de la Discordia.
- Murillo, S. (2006). *El mito de la vida privada: de la entrega al tiempo propio*. Barcelona: Siglo XXI Editores.

Segato, R. (2014). Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres. *Sociedade e Estado*, 2(29), 341-371.

Villafañe, J. (1984). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide.