

Arte y política en plataformas de redes sociales: Instagram y el caso de Línea Peluda.

Josefina Diaz.

Cita:

Josefina Diaz (2019). *Arte y política en plataformas de redes sociales: Instagram y el caso de Línea Peluda*. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/613>

XIII JORNADAS DE SOCIOLOGÍA (FSOC-UBA):
“Las cuestiones de la Sociología y la Sociología en Cuestión”

Arte y política en plataformas de redes sociales: Instagram y el caso de Línea Peluda

Eje 6: Cultura, Significación, Comunicación, Identidades

Mesa 102: Tecnologías digitales, comunicación y sociedad

Josefina Díaz (FSOC-UBA)

Jose.diaz.philip@gmail.com

Resumen

A partir del desarrollo de la digitalización y la tendencia a la (re)producción de signos, símbolos e imágenes con un costo tendiente a 0, el capitalismo cognitivo se apoya en el *copyright* y la creación de cercamientos artificiales para generar valor (Blondeau, 2004; Rullani, 2004). Al mismo tiempo, las tecnologías digitales mediante las que circulan los flujos de capital simbólico, se relacionan con prácticas cotidianas y políticas. En este escenario, la dimensión cultural y comunicacional de los movimientos sociales se vuelve medular (Méndez, 2017). Las tecnologías digitales reconfiguran acciones políticas, dando lugar a nuevos repertorios de protesta (Tilly, 2000), formas de comunicar y organizar actividades reivindicativas. Las plataformas de redes sociales comerciales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, etc.) cobran protagonismo como principales espacios de comunicación.

Este trabajo se propone indagar las posibilidades de apropiaciones disruptivas de redes online privativas (Lago Martínez, Méndez y Gendler, 2017; Gendler, et. al, 2018) cuyas funcionalidades y condiciones de uso responden a fines comerciales y de ocio pero que, a su vez, están vinculadas con la difusión masiva e instantánea de las reivindicaciones, convocatorias y producciones artístico-políticas de movimientos sociales. Para ello, se realizaron observaciones online del Instagram del colectivo artístico feminista “Línea Peluda”. Se trata de un grupo de ilustradoras cuyo medio de comunicación principal es Instagram. Se toma este caso como ejemplo de las nuevas formas de manifestación política y artística problematizando, a su vez, el espacio donde publican sus creaciones a partir de las condiciones de uso que impone la plataforma.

Palabras clave: Tecnologías digitales - Movimientos Sociales - Feminismo - Redes Sociales

1. Introducción

Las relaciones entre movimientos sociales y tecnologías digitales no son determinantes y unívocas sino que configuran un campo de luchas de poder. En este sentido, se indagarán los posibles usos disruptivos y apropiaciones que hacen los movimientos sociales de las redes sociales con fines comerciales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.). Con este objetivo, se realizaron observaciones de las ilustraciones políticas, las fotografías de las manifestaciones en el espacio público, los requisitos y métodos para ser miembro y las condiciones de uso de las obras del colectivo artístico feminista Línea Peluda a través de su principal canal de difusión, Instagram. Para contextualizar socio-históricamente las observaciones primero se realizó una descripción de la sociedad contemporánea principalmente a partir de tres tipos ideales: capitalismo cognitivo (Blondeau, 2004; Rullani, 2004; Mattelart, 2002), Sociedad de la Información (Valderrama, 2012) y economía creativa (Tremblay, 2011; Castells, 2008). En este escenario, se identificó a GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) como grupo de empresas que monopolizan el espacio digital y se apropian de los ideales de la Web 2.0 (conexiones entre pares, cooperación, democratización, etc.) para su discurso publicitario (Zuazo, 2018). Más adelante, se analizaron las características de las sociabilidades online en un espacio donde se imponen los algoritmos con fines comerciales (Van Dijck, 2016) de las principales empresas de tecnología. Luego, se realizó un breve recorrido histórico de la culturización de las acciones políticas (Lago Martínez, 2015) desde los años '60 (Longoni, 2014; Longoni y Davis, 2009) hasta los movimientos sociales contemporáneos y sus formas de organización en red, la imbricación de sus acciones online y offline y los repertorios de acción colectiva con fuertes componentes simbólicos (Méndez, 2017; Lago Martínez, 2015; Castells, 1999; Ortíz, 2008).

Una vez contextualizado el análisis, se observaron las publicaciones de Instagram del colectivo Línea Peluda y se problematizaron las condiciones de uso impuestas por Instagram en relación a los derechos sobre las ilustraciones de las artistas del colectivo político. El eje del trabajo está en la tensión que surge a partir del uso por parte de agrupaciones políticas de redes online privadas cuyas funcionalidades y condiciones responden a fines comerciales pero que, a su vez, permiten difusión masiva e instantánea de sus reivindicaciones.

2. Claves del capitalismo contemporáneo: información, conocimiento, comunicación e innovación

La sociedad postindustrial está caracterizada, a grandes rasgos, por el desplazamiento de una economía industrial por una de servicios, la preeminencia de una clase científica y técnica como conductora del progreso, la innovación como primordial fuente de ganancias y el trabajo basado en el conocimiento y la creación de bienes “inmateriales” (Mattelart, 2002). La caracterización marxista de los trabajadores intelectuales como indirectamente improductivos ya que transfieren un saber social abstracto a las máquinas, es decir, que es objetivado en el capital fijo, definido por Marx como *general intellect*, es criticada por Blondeau (2004) por restringir la productividad a lo material, cuando los bienes “inmateriales” tienen la potencialidad de venderse, intercambiarse y circular. El trabajo “inmaterial”, en este sentido, no es solamente fuente indirecta de productividad, sino que es en sí mismo trabajo productivo que, además, ha cobrado especial protagonismo como fuente de riqueza en la sociedad contemporánea (Blondeau, 2004). El *general intellect* ya no es subsidiario del capital fijo, sino un conjunto de disposiciones capitalizadas por las fuerzas productivas (Blondeau, 2004)¹. Ahora bien, a diferencia de otros, los bienes “inmateriales”, tienen la característica de no ser plenamente apropiables por su reproductibilidad y el costo tendiente a cero cuando se digitalizan (Blondeau, 2004; Rullani, 2004). Esto genera nuevas estrategias de creación de escasez por parte del capital a través del *copyright*, las patentes y otras herramientas legales de restricción a la disponibilidad de bienes “inmateriales” (Rullani, 2004).

Los flujos de innovación de la sociedad contemporánea no escapan de las clásicas relaciones de dependencia, centro-periferia, donde una élite técnica de los países centrales domina el campo técnico-científico. En este sentido, el proyecto definido como Sociedad de la Información, donde las denominadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) deben ser desarrolladas para el progreso social y económico, es sistematizado en la últimas décadas por los países centrales y los sectores dominantes de los países periféricos (Valderrama, 2012). Lo que subyace en el proyecto político de la Sociedad de la Información es la noción de que el desarrollo de las TIC conduce de manera determinante al progreso, promoviendo la idea de que las tecnologías digitales no están inmersas en relaciones de poder, sino que son neutrales e innovadoras por sí mismas (Valderrama, 2012). El determinismo tecnológico implica la pasividad de otras

¹ De todas formas, cabe destacar, que la generación de ganancias de estos bienes “inmateriales” es posible por los soportes materiales de los mismos (el hardware, conductos submarinos, fibra óptica, etc.).

dimensiones culturales, sociales y políticas y el desconocimiento de las especificidades de los diferentes territorios donde se despliegan las tecnologías (Winner, 1983; Valderrama, 2012).

El tecno-optimismo que subyace en la Sociedad de la Información tiene parte de sus orígenes en los '90 cuando Internet comienza a masificarse en Estados Unidos. Internet era considerada una tecnología que iba a promover la democratización, mayores conexiones entre pares, más libertad de expresión, etc. Estos ideales fundaron la Web 2.0 y más tarde van a formar parte del discurso publicitario de las cinco empresas más grandes de tecnología: GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) (Zuazo, 2018). Estas plataformas dominan Internet dejando atrás la utopía de una red abierta conformada por una comunidad de pares y, en cambio, construyen un modelo de negocios donde los datos de los usuarios son un insumo para la generación de valor. Las condiciones que imponen estas plataformas a los internautas tienen el objetivo de delinear un perfil actitudinal, político, emocional, social y cultural con fines comerciales. En efecto, las plataformas de redes sociales comerciales son espacios virtuales de consumo y creación de imágenes, noticias, producciones artísticas, políticas, etc., que modulan subjetividades, prácticas y formas de comunicarse (Gendler, 2018). En este sentido, problematizar la concentración del mundo virtual implica, a su vez, indagar sobre las implicancias que tiene ésta sobre las construcciones identitarias y prácticas de la actualidad.

Adorno y Horkheimer (1988) durante la “era dorada” de Hollywood, acuñaron el concepto de Industria Cultural para advertir sobre la serialización y la masificación de la producción cultural, consecuencia de la aplicación de técnicas de reproducción industrial a las obras artísticas. Con mayor fuerza desde el 2008 a la actualidad, este concepto va a dejar lugar al de “industrias creativas” entendido como mercado de bienes que tienen origen en el trabajo creativo de productores y difusores culturales que no desconocen las motivaciones económicas y la integración de sus productos a las lógicas comerciales (Tremblay, 2011).

Es decir, el campo de la creatividad y el económico ya no son esferas aisladas, sino que las producciones creativas son valorizadas económicamente (Ortíz, 2008), estructurando una “economía creativa” que privilegia el predominio de los servicios y el contenido creativo (Tremblay, 2011). La fácil reproductibilidad de estas mercancías y los canales de difusión masivos conducen a que su consumo esté relacionado a su acceso y disponibilidad y no así a su posesión individual. Es por este motivo que predominan estrategias comerciales del capital como patentes, derechos de autor, *copyright*, mercantilización de las redes de comunicación, entre otras, que generan escasez de este tipo de bienes. Cabe aclarar, que las “industrias creativas” incluyen

software y servicios informáticos, publicidad, producciones artísticas, diseño, etc. que tienen diferentes penetraciones en el mercado (Tremblay, 2011).

Las industrias de la información, la cultura, la comunicación y el conocimiento se posicionan en la sociedad actual como modelos a seguir que tienen en rol de “revitalizar” los modelos económicos tradicionales, desarrollar economías y superar crisis económicas (Tremblay, 2011). La adopción de medidas de flexibilización laboral con el creación de plataformas digitales por parte de algunas empresas (Rappi, Glovo, Uber, etc.) son algunos ejemplos de esta tendencia. Ahora bien, estos modelos no están libres de resistencias, algunos ejemplos de ello son el Software Libre que propone la liberación del código fuente, el *copyleft* y las *Creative Commons* como licencias alternativas al *copyright* (Lago Martínez, et. al. 2012), redes sociales libres diseñadas por movimientos sociales (Lorea/N-1) (Candón Mena, 2013), entre otros casos.

3.Sociabilidad en espacios virtuales monopolizados: de la conexión a la conectividad

En la sociedad actual trazar una línea entre las relaciones sociales *online* y *offline* resulta forzado, ya que son espacios interpenetrados que delimitan subjetividades y lazos sociales. Ahora bien, anteriormente dimos cuenta de la monopolización del espacio virtual por parte de cinco empresas tecnológicas (GAFAM) y su mantra comercial alrededor de la cultura participativa que pregonaba la Web 2.0. La sociabilidad de estas plataformas conforma una red global que programa las actividades de los usuarios para fines específicos, delimitando las posibilidades de acción y dejando afuera usos que no generan ganancias (Van Dijck, 2016). Es decir, no son plataformas neutrales que explotan un insumo como es la información, sino que responden a intereses concretos al inscribir en la economía mundial los datos y experiencias virtuales de las personas que generan circuitos, símbolos, comunidades, etc. (Van Dijck, 2016).

La creciente cantidad de actividades *online* no deja por fuera las políticas y de protesta. Desde 2010 a la actualidad, al uso de correo electrónico para difundir actividades políticas, plataformas políticas, etc. se le suman las redes sociales comerciales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) que permiten una difusión masiva e inmediata. Los movimientos sociales utilizan las redes sociales no sólo para difundir sus ideas y manifestaciones sino como parte constitutiva de sus nuevas formas de resistencia (Lago Martínez, 2015). De esta manera, los movimientos sociales están inscriptos en la sociabilidad *online* modulada (Gendler, 2018) por las grandes empresas de tecnología pero, a su vez, se apropian, de manera limitada, del espacio *online*. Se trata, en este sentido, de una apropiación adaptada que refiere al uso de tecnologías diseñadas por un tercer actor, en este caso

empresas, pero su aprendizaje y prácticas no se alinean con las propuestas por las mismas y son, en este sentido, usos nuevos, disruptivos y creativos (Gendler, et al., 2018).

4. Arte y política en la era digital

Los movimientos sociales de la actualidad no se restringen al espacio público urbano sino que están inmersos en el mundo digital, a través de redes sociales, páginas web, blogs, mensajería digital, etc. Las tecnologías digitales forman parte constitutiva de los tejidos de comunicación, acción y organización política en red de estos movimientos que se distancian del tradicional ejercicio político canalizado en instituciones modernas (Ortíz, 2008). Al mismo tiempo, los horizontes políticos están más relacionados con valores culturales y modos de vida de carácter global (feminismo, ecologismo, etc.), que a intereses materiales de clase.

El carácter global de los movimientos sociales actuales significa la adopción de repertorios de protesta de acción colectiva difundidos mundialmente (Tilly, 2000) que se caracterizan por un fuerte contenido simbólico y lúdico. En este escenario, las ciudades globales (Sassen, 1998) como centros de poder donde circulan y se gestionan los flujos globales y locales de capital, información, mercancías y personas, más que las fábricas, son los principales espacios de acción política. Las tecnologías digitales tienen un rol clave en los nuevos repertorios de acción colectiva de estos movimientos, por lo tanto, no hay un desplazamiento de las acciones del espacio urbano al virtual, sino una continuidad entre las prácticas *online* y *offline* (Ortíz, 2008; Lago Martínez, 2015; Méndez, 2017).

Ahora bien, actualmente las prácticas socioestéticas (Méndez, 2017) tomaron particular protagonismo, pero conforman repertorios de acción colectiva (Tilly, 2000) históricos cuya efervescencia se sitúa en el Mayo Francés en el año 1968 con sus característicos *graffittis*, serigrafías, afiches, etc. (Lago Martínez, 2016). En la actualidad, la centralidad de la esfera cultural lleva a que los movimientos sociales adquieran nuevas estéticas y una tendencia hacia la culturización de las prácticas políticas y una politización de la cultura (Lago Martínez, 2015). En efecto, con la predominancia de las tecnologías digitales y el protagonismo de la “economía creativa”, la dimensión cultural y comunicativa de la protesta social cobra especial relevancia en la actualidad. En la cultura digital muchas de las expresiones estéticas de estos colectivos son imágenes, audiovisuales, etc., que circulan en el espacio virtual. La cultura digital no se restringe, de todas formas, al ciberespacio “(..) sino que se agrega la hipertextualidad entre distintos

medios de comunicación social e industrias culturales (radio, cine, televisión, etc.) y los procesos de interacción social en el contexto cultural más amplio.” (Lago Martínez, 2012, p. 125).

Los colectivos políticos, en este sentido, buscan apropiarse del campo simbólico *online* y *offline* para intervenir en los imaginarios, sentidos, significaciones e imágenes (Lago Martínez, 2016). La facilidad de la reproducción de los productos culturales, la accesibilidad de tecnologías y de redes de comunicación facilita las posibilidades de creación y difusión de obras de artistas no profesionales y en particular de los movimientos sociales. De esta manera, la producción cultural ya no pertenece a un grupo reducido de artistas o a una vanguardia, sino que es masiva y múltiple. Esto último no implica una democratización de las producciones artísticas, es decir, siguen operando relaciones de poder donde los capitales simbólicos, culturales, sociales y económicos operan como fuentes de legitimación. En este sentido, también la brecha digital puede limitar el acceso y la producción de cultura *online* de algunos sectores sociales.

La cibercultura es un espacio de lucha de poder donde los movimientos sociales tienen su lugar promoviendo la creación colectiva y múltiple de las obras político-culturales (Lago Martínez, 2015, 2016; Ortíz, 2008). Estas pujas de poder significan también la preocupación de los movimientos sociales por el control y la capacidad de censurar los flujos de información por parte de los gobiernos y los proveedores de Internet (ISP) (Lago Martínez, 2015). A su vez, la digitalización significa el corrimiento de un esquema barrial, local y regional a uno global y la inmediatez de las comunicaciones reconfigura la tradicional matriz espacio-tiempo difundiéndole sus límites y exigiendo una acción propagandística acorde o “viralizable”, donde las redes sociales son los medios más eficientes (Lago Martínez, 2008, 2016). Esto se traduce en una tensión entre las potencialidades de las tecnologías digitales y en particular de las redes sociales, para ampliar el horizonte de intervención política y aumentar las posibilidades de compartir prácticas, debatir, coordinar y expandirse y las funcionalidades que ofrecen las grandes corporaciones y el control de las conexiones por parte de las mismas.

5. Arte político en Instagram: el caso de Línea Peluda

Como mencionamos anteriormente, en el capitalismo contemporáneo los símbolos e imágenes son comercializados por grandes empresas, donde las tecnológicas son centrales. En este mercado, las plataformas de redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.) juegan un papel fundamental en la distribución y producción de mercancías simbólicas. Las prácticas políticas forman parte del,

cada vez más amplio, conjunto de acciones posibles de realizar en estas redes sociales. En efecto, son canales de propaganda política fundamentales tanto para los partidos tradicionales (por ejemplo, perfiles de estas redes de funcionarios públicos) como para los movimientos sociales como el feminista o el ecologista. Estas redes comunicativas son soportes de visibilidad de acciones políticas y a la vez “*se convierten en un suelo fértil para que germinen acciones colectivas*” (Sádaba, 2012, p. 780). En este trabajo pondremos el foco en Instagram, una plataforma de red social lanzada en 2010 y adquirida en 2012 por la empresa Facebook. Con 800 millones de usuarios a nivel mundial, se caracteriza por ser una red social que pondera las imágenes y los videos por sobre el texto y que ha adquirido popularidad en los últimos años (Genbeta 4 de octubre de 2017).

Por su parte, dentro de los movimientos sociales protagonistas de la actualidad, el feminismo cobró especial visibilización y masividad en Argentina después del primer Ni Una Menos en 2015 y más tarde con las concentraciones por la Legalización del Aborto en 2018. En los últimos años, nace lo que se ha definido como Cuarta Ola Feminista caracterizada, entre otros aspectos, por la masividad, la comunicación por redes sociales y la producción cultural (Notas 22 de febrero de 2017; La Vanguardia 11 de noviembre de 2018) . En este contexto, durante la campaña por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito, se formó el colectivo Línea Peluda autodefinido como dibujantxs unidxs. Su objetivo fue difundir el reclamo por la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo a través de dibujos e ilustraciones. Más adelante incorporaron a sus reivindicaciones el reclamo por la Educación Sexual Integral. La forma de participar es uniéndose a un grupo cerrado de Facebook que contiene dos preguntas filtro para ingresar. 1. “¿Sos ilustradorx, dibujantx o caricaturista?” 2. “¿Sos varón cis?”. Este grupo de Facebook indica cómo tiene que ser la imagen y luego dónde subirla o mandarla. Cuentan con 67.182 seguidores y sus participantes van desde Maitena (reconocida historietista) hasta ilustradorxs menos conocidxs. Estas son algunas de sus publicaciones:

Fuente: Extraído del
Fuente: Extraído del
Publicación del 12
Publicación del 13 de



Instagram Línea Peluda
Instagram de Línea Peluda
de abril de 2018
abril de 2018

Las acciones políticas y estéticas de Línea Peluda, si bien, tienen su origen en el mundo virtual, se articulan con manifestaciones en el espacio público. Durante las jornadas de junio y agosto de 2018 en el Congreso de la Nación en reclamo por la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo, Línea Peluda colocó sus dibujos en las paredes (que luego fueron puestos a libre disposición de lxs participantes de la protesta) y realizó un gran dibujo colectivo invitando a lxs participantes de la protesta a dibujar en torno al reclamo. En este sentido, Línea Peluda como colectivo inscripto en los nuevos formatos comunicacionales y culturales de acción política, lleva adelante prácticas socioestéticas definidas como “(..) *formas relacionales y comunicativas que utilizan recursos estéticos y se constituyen a través de la mutua implicación entre varias dimensiones de la acción humana, de sus relaciones sociales y de las prácticas artísticas varias.*” (Méndez, 2017, p. 82)

Son, en este sentido, acciones reivindicativas donde lo estético es utilizado como medio de denuncia (Méndez, 2017) para la causa feminista. La intervención estética en el caso de Línea Peluda tiene la particularidad de nacer en el mundo digital y luego pasar al espacio urbano. Es decir, no se trató en primera instancia de acciones estético-políticas que se llevaron adelante en la ciudad y que luego, a partir de una cobertura, se difundieron en plataformas de redes sociales, sino que el colectivo nació en las redes sociales y trasladó sus producciones al *offline*. De una instancia comunicativa y digital se pasa a una concreción material en el espacio urbano (Sádaba, 2012). La virtualidad es parte constitutiva del colectivo Línea Peluda pero, esto no significa su restricción a las redes sociales y en particular a Instagram, sino una articulación *offline-online* de sus acciones de concientización y reclamo. Las tecnologías comunicacionales pasan a ser recursos legítimos de protesta social (Sádaba, 2012), sin que necesariamente su horizonte político implique la liberalización del espacio virtual, como es el caso del colectivo Línea Peluda. Las redes de los movimientos sociales y en particular del feminista son cada vez más amplias, están organizadas en redes de nodos, son descentralizadas y tienen un fuerte componente creativo y simbólico (Lago Martínez, 2008). Internet y en particular las plataformas de redes sociales son, en este sentido, tecnologías de comunicación que no sólo funcionan como medio sino como estructurantes de sus acciones políticas y estéticas.

Ahora bien, la facilitación de la interacción entre los usuarios que brindó la Web 2.0 se apoya actualmente en servicios comerciales que implican la no privacidad de los datos, términos de uso abusivos, la posibilidad de censura, el control y la vigilancia de la sociabilización *online* de los

usuarios en general (Gendler, 2018) y en particular de los movimientos sociales (Cándon Mena, 2013). Sin embargo, la generalización en el uso de estas redes sociales hace que se conviertan en espacios fundamentales de difusión de puntos de vista, noticias, convocatorias a marchas, etc. El colectivo Línea Peluda forma parte de una apropiación adaptada (Gendler et al., 2018) y a la vez feminista y colectiva del espacio virtual y en particular de las redes sociales. Internet se configura en un campo donde conviven fuerzas contra-hegemónicas, como los colectivos feministas y los poderes dominantes como las grandes corporaciones de tecnología (GAFAM). En el caso de Línea Peluda, al difundir sus obras en Instagram pierde, en alguna medida, el control sobre sus redes de comunicación e incluso sobre sus ilustraciones. Abordaremos esto último en el siguiente apartado. En este escenario, surgen como alternativa a estas redes *online* comerciales, espacios de soberanía tecnológica donde los movimientos sociales tienen lugar en la innovación como lo es la red Lorea/N-1 pensada para el movimiento 15-M o indignados de España con funcionalidades orientadas para el debate, la organización y la coordinación del movimiento. De esta manera, la relación entre movimientos sociales y tecnologías digitales se produce por dos vías complementarias: “*el uso de disruptivo de tecnologías ajenas*” (Cándon Mena, 2013, p. 1) como es el caso de Línea Peluda y “*la creación de proyectos propios de innovación tecnológica*” (Cándon Mena, 2013 p. 1) como lo es Lorea/N-1 del 15-M . Se produce de esta manera un entramado complejo de relaciones recíprocas entre tecnologías digitales y movimientos sociales, donde éstos últimos no son actores pasivos frente a las primeras, sino que se apropian de manera adaptada o a través de creaciones tecnológicas (Gendler et al., 2018) ..

6. Condiciones de uso: problematización de la difusión de producciones artísticas en Instagram

Las relaciones de producción en el capitalismo cognitivo se caracterizan por el intercambio de capital simbólico, lo que se traduce en la mercantilización de flujos globales de signos, imágenes y demás intangibles. Los bienes “inmateriales” o informacionales, como mencionamos anteriormente, tienen la particularidad de no ser plenamente apropiables por su por su reproductibilidad y el costo tendiente a cero de la misma cuando son digitalizados (Blondeau, 2004; Rullani, 2004; Zuckerfeld, 2010). La expansión y circulación de estos bienes se articula y tiene como soporte fundamental a las tecnologías digitales y en especial Internet. Ahora bien, Internet no es aquella utopía de espacio comunitario y de colaboración de la Web 2.0 (Van Dijck, 2016) sino un espacio monopolizado por El Club de los Cinco

(Zuazo, 2018). De esta manera, estas empresas se apropian de los circuitos, discursos e incluso de las producciones artísticas que circulan en el mundo *online*.

En el caso de Línea Peluda, sus producciones artísticas se difunden principalmente en Instagram, lo que implica una concesión de derechos de sus obras a esta red social. Las condiciones de uso de la red exigen “licencia mundial para alojar, distribuir, modificar, mantener, reproducir, mostrar o comunicar públicamente y traducir los contenidos de los usuarios, así como para crear contenido derivado - esta licencia termina cuando el contenido se elimina, siempre y cuando no lo haya subido otro usuario -” (Extraído de las condiciones de uso de Instagram). A pesar de ello, en su Instagram Línea Peluda establece condiciones para el uso de sus ilustraciones: siempre que sea “para la causa” (feminista) y “sin fines de lucro” (extraído del Instagram de Línea Peluda) y, por su parte, las artistas siempre firman sus obras. Es decir, podríamos advertir una preocupación por parte de las participantes por la utilización de sus producciones para otros fines que no son las reivindicaciones feministas, pero sin embargo se aceptan condiciones de Instagram que no restringen su uso a los fines que el colectivo desea. Se producen, de esta manera, tensiones y contradicciones entre los usos disruptivos de los espacios virtuales y las potencialidades de difusión y convocatoria que brinda la generalización del uso de redes sociales como Instagram.

7. Conclusiones

Los “movimientos en red” del capitalismo avanzado se caracterizan por estar conectados de forma multimodal a través de redes sociales *online* y *offline* y por llevar adelante acciones políticas en Internet articuladas con las que desarrollan en las ciudades (Lago Martínez, 2015). La dimensión cultural y comunicacional de los movimientos sociales contemporáneos es constitutiva de los mismos (Méndez, 2017), lo que se traduce en la adopción de protestas con fuerte carácter simbólico.

En el contexto que se ha descrito esta ponencia,, las tecnologías digitales pasan a ser estructurantes de los nuevos repertorios de acción colectiva y el ciberespacio se convierte en un campo donde circulan y se conectan redes mundiales de activistas, medios de contrainformación, entre otros proyectos y actores políticos (Lago Martínez 2015, 2016).

Las apropiación de estas tecnologías por parte de estos movimientos presenta limitaciones cuando la red responde a intereses comerciales de grandes corporaciones, como sucede en el caso de Línea Peluda. Por su parte, otras corrientes dentro del feminismo como el ciberfeminismo (Natansohn, 2018) buscan nuevas formas de soberanía digital, autonomía y la apropiación de los

espacios virtuales por parte de las mujeres como parte de la inclusión digital. En efecto, la relación entre movimientos sociales, sus acciones políticas y las tecnologías digitales no es unívoca, sino que toma diferentes formas de acuerdo a las especificidades de los movimientos y colectivos, los contextos políticos, sociales y económicos y el desarrollo tecnológico (Sábada, 2012).

Bibliografía

Araújo, Santiago (4 de octubre 2017). Instagram ya tiene 800 millones de usuarios activos, 100 millones más desde abril. *Genbeta*. Recuperado de <https://www.genbeta.com>

Blondeau, O. (2004). Capítulo 1 “Génesis y subversión del capitalismo informacional”. En *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños. Archivo

Candón Mena, José (2013) “Movimientos sociales y procesos de innovación. Una mirada crítica de las redes sociales y tecnológicas”. En Francisco Sierra Caballero (coord.) *Ciudadanía, Tecnología y Cultura*. Barcelona, Editorial Gedisa.

Castells, Manuel (1999). Capítulo 2 “La otra cara de la tierra: movimientos sociales contra el nuevo orden global”. En *La era de la información. Vol II El poder de la identidad*. México, Siglo XXI Editores.

_____ (2008). “Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones”, en *TELOS*, N° 77.

De Titto, Julia (22 de febrero de 2017). El feminismo se sube a la cuarta ola. *Notas Periodismo Popular*. Recuperado de <https://notasperiodismopopular.com.ar>

Gendler, Martín (2018). “Gubernamentalidad Algorítmica, Redes Sociales y Neutralidad de la Red. Una relación necesaria”. En *Revista Avatares de la Comunicación y la Cultura*, N° 15. Recuperado de: <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/article/view/12956/pdf>

Gendler, Martín; Méndez, Anahí; Samaniego, Flavia y Amado, Sheila (2018). “Uso, apropiación, cooptación y creación: pensando nuevas herramientas para el abordaje de la Apropiación Social de Tecnologías”. En En Lago Martínez, S; Álvarez, A; Gendler, M y Méndez, A (eds.) *Acerca de la apropiación de tecnologías: teoría, estudios y debates*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Del Gato Gris.

Horkheimer, Max y Adorno, Theodor (1988). “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”. En *Dialéctica del Iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires.

Lago Martínez, Silvia (2008). “Internet y cultura digital: la intervención política y militante”. En *Revista Nómada*, N° 28, pp. 102-111. Colombia: Universidad Central

Lago Martínez, Silvia (comp.) (2012). *Ciberspacio y Resistencias. Exploración en la cultura digital*. Buenos Aires: Hekht Libros.

_____ (2015). “Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red”. En *Revista Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N.º 128, pp. 113-130. Ecuador: CIESPAL. Recuperado de: http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2304/128_mon06

_____ (2016). “Colectivos sociales y tecnologías digitales: nuevos escenarios de la intervención política y social en Buenos Aires”. En F. Sierra Caballero y T. Gravante (coord.) *Tecnopolítica en América Latina y Caribe*. Quito: GEDISA/CIESPAL.

Larry, Lessing (2008). “Creative Commons y cultura libre. Una legislación insensata”. En *TELOS*, N°77.

Longoni, Ana (2014). *Vanguardia y revolución*. Buenos Aires, Ariel.

Longoni, Ana y Fernando Davis (2009). “Vanguardias, neovanguardias, posvanguardias: cartografías de un debate”. En *Revista Katatay*, año V, N° 7. La Plata. pp. 6-11

Mattelart, Armand (2002). Capítulo 4: “Escenarios postindustriales”. En *Historia de la sociedad de la información*. Buenos Aires: Paidós.

Méndez, Anahí (2017). “Prácticas socioestéticas en organizaciones socioambientales urbanas”. En *Revista Quid16*, N° 8 (Dic 2017-May 2018), pp. 76-96. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://publicaciones sociales.uba.ar/index.php/quid16/article/view/2557>

Natansohn, Graciela y Paz, Mônica (2018). “Entre usos y apropiaciones de tecnología digital: ciberfeminismos contemporáneos”. En Campós (05 a 08 de junio de 2018), Asociación Nacional de Programas de Postgrado en Comunicación. XXVII Reunión Anual de Compós, Pontificia Universidad Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Sádaba, Igor (2012). “Acción colectiva y movimientos sociales en las redes sociales. Aspectos históricos y metodológicos”. En *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*. Vol. 188, N° 756 (julio-agosto 2012), pp. 781-794. Madrid: Editorial CSIC. Recuperado de: <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1500> .

Sassen, Saskia (1998). “Ciudades en la economía global: enfoques teóricos y metodológicas” en *Revista Eure* n°71.

Sen, Cristina (11 de noviembre 2018).El feminismo se sube a la cuarta ola. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com>

Rueda Ortiz, Rocío (2008). “Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red”. En *Revista Nómadas* N° 28, IESCO: Colombia.

Rullani, Enzo (2004). *El capitalismo cognitivo ¿un déjà-vu?*. En *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Tilly, Charles (2000) “Acción Colectiva” en *Apuntes de investigación del CECYP*, año 4, n° 6.

Tremblay, Gaëtan (2011). “Industrias culturales, Economía creativa y Sociedad de la Información”. En *Global Media Journal* N°1, vol n°1. Canadá.

Van Dijck, José (2016) Capítulo 1 “La producción de la sociabilidad en el marco de una cultura de la conectividad” en *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Winner, Langdon (1983) ¿Tienen política los artefactos?. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Zuazo, Natalia (2018). De la utopía al monopolio: cómo el Club de los cinco llegó a dominar el mundo” en *Guerras de Internet*. Buenos Aires: Debate Archivo.

Zuckerfeld, Mariano (2010). “Cinco hipótesis sobre el trabajo informacional”. En *Revista Gestión de Personas y Tecnología*, Número 8, Santiago de Chile. Recuperado de: <https://capitalismoyconocimiento.files.wordpress.com/2010/12/zuckerfeld-cinco-hipc3b3tesis-sobre-el-trabajo-informacional.pdf>