

#NiUnaMenos: Big Data para la comprensión de una problemática de género.

Alamo Sofía, Bordoy Giselle, Chetto Melisa, Ibáñez Fernanda, Migliori Agustina y González Ocampo María Eugenia.

Cita:

Alamo Sofía, Bordoy Giselle, Chetto Melisa, Ibáñez Fernanda, Migliori Agustina y González Ocampo María Eugenia (2016). *#NiUnaMenos: Big Data para la comprensión de una problemática de género. Humanidades Digitales: Construcciones locales en contextos globales. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/aahd2016/42>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ey3x/TFw>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>.

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



ASOCIACIÓN ARGENTINA DE HUMANIDADES DIGITALES

Humanidades Digitales: construcciones locales en contextos globales

Actas del I Congreso Internacional
de la Asociación Argentina de
Humanidades Digitales (AAHD)



Humanidades Digitales : Construcciones locales en contextos globales : Actas del I Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales - AAHD / Agustín Berti ... [et al.] ; editado por Gimena del Rio Riande, Gabriel Calarco, Gabriela Striker y Romina De León - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-4019-97-4

1. Actas de Congresos. 2. Humanidades. 3. Digitalización. I. Berti, Agustín II. del Rio Riande, Gimena, ed.

CDD 301

ISBN 978-987-4019-97-4



Humanidades Digitales. Construcciones locales en contextos globales

Gimena del Rio Riande, Gabriel Calarco, Gabriela Striker y Romina De León (Eds.)

ISBN: 978-987-4019-97-4

> Índice

I. Preliminares

FUNES, Leonardo. *Palabras Preliminares*

del **RIO RIANDE**, Gimena. *Cuando lo local es global*

FIORMONTE, Domenico. *¿Por qué las Humanidades Digitales necesitan al Sur?*

II. Métodos y herramientas de las Humanidades Digitales

BIA, Alejandro. *Estilometría computacional, algunas experiencias en el marco del proyecto TRACE*

SALERNO, Melisa; **HEREÑÚ**, Daniel y **RIGONE**, Romina. *Modelado 3D del cementerio de la antigua Misión Salesiana de Río Grande: tareas efectuadas y potenciales usos*

VÁZQUEZ CRUZ, Adam Alberto y **TAYLOR**, Tristan. *Adnoto: un etiquetador de textos para facilitar la creación de ediciones digitales*

BRACCO, Christian; **CORREA**, Facundo; **CUEVAS**, Lucas; **CEPEDA**, Virginia; **DELLEDONNE**, Francisco; **VOSKUIL**, Anne Karin; **PAPARAZZO**, Nicolás y **TORRES**, Diego. *Una wiki semántica para las artes escénicas. Conceptos e implementación de la plataforma colaborativa Nodos*

IZETA, Andrés Darío y **CATTÁNEO**, Roxana. *¿Es posible una arqueología digital en Argentina? Un acercamiento desde la práctica*

LACALLE, Juan Manuel y **VILAR**, Mariano. *Una lectura distante de la investigación actual en*

Letras en Argentina

MARTIN, Jonathan y **TORRES**, Diego. *Análisis de patrones en la evolución de wikis*

MARTÍNEZ CANTÓN, Clara Isabel; **DEL RIO RIANDE**, Gimena y **GONZÁLEZ-BLANCO GARCÍA**, Elena. *Poetriae. Una colección de poéticas medievales basada en conceptos métricos únicos y referenciables*

SUED, Gabriela. *Ciudades visibles: estética y temática de tres ciudades iberoamericanas en la red social Instagram. Un estudio exploratorio desde las Humanidades Digitales*

III. Educación, políticas públicas, Humanidades Digitales en el aula

DAVICO, María Luz; **LINEARES**, Gabriel y **PEZZUTTI**, Luciana. *Literacidad electrónica en la enseñanza universitaria: cómo, cuándo y dónde*

MUÑOZ, Patricia Alejandra. *Valoración de un proyecto de desarrollo tecnológico y social en la enseñanza de Inglés como lengua extranjera*

PACHECO DE OLIVEIRA, Maria Livia y **SÁ DE PINHO NETO**, Júlio Afonso. *Brecha digital e o acesso à informação: projetos de inclusão digital*

CASASOLA, Laura. *Experiencia educativa con TIC: Celulares en acción*

DÍAZ, Aída Alejandra y **HUALPA**, Mariela. *Una experiencia de aprendizaje en educación superior mediada por TIC*

FRESCURA TOLOZA, Claudio Daniel. *Computación en la nube en la enseñanza de escritura académica*

LEÁNEZ, Nancy; **LECETA**, Andrea; **MARTÍN**, Marcela y **MORCHIO**, Marcela. *Hacia una reconfiguración del aula de lengua extranjera*

OLAIZOLA, Andrés. *Los escritores vernáculos digitales y el concepto de valor en las escrituras digitales*

CHECHELE, Patricia; **LURO**, Vanesa y **PINTOS ANDRADE**, Esteban. *Afiliarse en la distancia. El ingreso a la educación superior en un entorno virtual de aprendizaje*

ALLÉS TORRENT, Susanna y **DEL RIO RIANDE**, Gimena. *Enseñar edición digital con TEI en español. Aprendizaje situado y transculturación*

IV. Medios, re-mediación, redes sociales

RODRIGUEZ KEDIKIAN, Martín. #100DiasdeMacri. *Analítica cultural en la construcción de los primeros cien días de la presidencia de Mauricio Macri en conversaciones en Twitter*

ALONSO, Julio; **ALAMO**, Sofía; **GONZALEZ OCAMPO**, María Eugenia; **GIAMBARTOLOMEI**, Guido; **MANCHINI**, Lucas y **TOSCANO**, Ayelén. *¿Hacia una algoritmización de los sentimientos?*

DE MIRANDA, Jair Martins. *Samba Global– Do mundo do samba ao samba no mundo*

ORTIZ, María. *Las migraciones en los tiempos del software*

SANTOS, Laura. *Arte urbano, de la calle a las redes*

ALAMO, Sofía; **BORDOY**, Giselle; **CHETTO**, Melisa; **IBAÑEZ**, Fernanda, **MIGLIORINI**, Agustina y **GONZALEZ OCAMPO**, María Eugenia. #NiUnaMenos: *Big Data para la comprensión de una problemática de género*

KLIMOVSKY, Pedro. *El documental digital y la representación de lo real*

BERTI, Agustín. *Fotogramas autorizados: La crisis de la noción de obra cinematográfica ante las remasterizaciones*

BORDOY, Giselle. *El disco como obra abierta en interacción con las audiencias*

COELHO, Cidarley. *Forma Material Digital: livro e leitura na sociedade contemporânea*

V. Reflexiones sobre/desde/hacia lo digital

VISCARDI, Ricardo. *Actuvirtualidad e inter-rogação: un lugar entre-otros*

ÁLVAREZ GANDOLFI, Federico y **DEL VIGO**, Gerardo Ariel. *Hatsune Miku, una idol digital: entre el otakismo y el waifuismo*

SAÁ, Guido. *Reflexiones sobre música y narración: Recursos retóricos y exegéticos musicales en la línea narrativa y el pathos en BioShock 2 y BioShock Infinite*

GLUZMAN, Georgina Gabriela. *Algunas reflexiones sobre la Base de datos de mujeres artistas en Buenos Aires (1924-1939)*

DOMINGUEZ HALPERN, Estela; **ALAMO**, Sofía; **ALONSO**, Julio. *Entramados y ciudades. Visibilizando Baldosas por la Memoria*

GÓMEZ, Verónica Paula. *Territorios nacionales, territorialidades ciberespaciales: disputas discursivas sobre la soberanía en la circulación de literatura digital*

RIGAL COLLADO, Pablo Alonso; **MAESTIGUE PRIETO**, Nancy y **GARCÍA VÁZQUEZ**, Mayté. *La narración hipertextual. El reto cubano*

VI. La publicación científica y el Acceso Abierto desde las Humanidades Digitales

TSUJI, Teresa y **CANELLA**, Rubén. *Lenguajes y recursos multimediales para la difusión de la ciencia. Desafíos y oportunidades digitales*

CATALDI, Marcela; **DI CÉSARE**, Victoria; **FERNÁNDEZ**, Néstor; **HERNÁNDEZ**, Alicia; **LIBERATORE**, Gustavo y **VOUTTO**, Andrés. *Sistema taxonómico de organización de los recursos de información autoarchivados en el Repositorio Institucional de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata*

ÁLVAREZ, Leonardo Javier y **CORDA**, María Cecilia. *FLACSOAndes Tesis: comunicación científica de investigaciones realizadas en maestrías y doctorados del sistema FLACSO*

VII. Digitalización, políticas y prácticas, archivo y memoria

AUTHIER, Carlos; **GIORDANINO**, Eduardo y **LUIRETTE**, Carlos. *La preservación de la memoria audiovisual en Argentina*

GAMBA, Guido; **HEIDEL**, Evelin; **RAIA**, Matías; **ACUÑA**, Ezequiel; **ACTIS CAPORALE**, Carla; **DE LA HERA**, Diego y **ACEVEDO**, Melisa. *Recursos digitales para el acceso a los bienes culturales en dominio público*

FLORES MUTIGLIENGO, Jennifer. *Arte y Archivo*

BUGNONE, Ana y **SANTAMARÍA**, Mariana. *La política de democratización del archivo: el caso del Centro de Arte Experimental Vigo*

GAMBA, Guido; **HEIDEL**, Evelin; **RAIA**, Matías; **ACUÑA**, Ezequiel; **ACTIS CAPORALE**, Carla; **DE LA HERA**, Diego y **ACEVEDO**, Melisa. *Digitalización: Una experiencia de campo*

#NiUnaMenos: Big Data para la comprensión de una problemática de género

ALAMO, Sofía / Universidad de Buenos Aires (UBA) – sophiealamo@gmail.com

BORDOY, Giselle / Universidad de Buenos Aires (UBA) – bordoygiselle@gmail.com

CHETTO, Melisa / Universidad de Buenos Aires (UBA) – melisagch@gmail.com

IBAÑEZ, Fernanda / Universidad de Buenos Aires (UBA) – feribanezduarte@gmail.com

MIGLIORINI, Agustina / Universidad de Buenos Aires (UBA) – agumiglio@gmail.com

GONZALEZ OCAMPO, María Eugenia / Universidad de Buenos Aires (UBA) – megonzalezocampo@gmail.com

» Palabras clave: violencia de género, scraping, Big Data, medios digitales, Twitter.

> Resumen

Según el Observatorio de Femicidios Marisel Zambrano de La Casa del Encuentro, que realiza un relevamiento sobre la base de noticias publicadas en 120 medios de todo el país, en Argentina matan a una mujer cada 30 horas solo por ser mujer. Durante el último año, fueron asesinadas 275, mientras que 35 varones murieron tratando de salvarlas. La consigna #NiUnaMenos surgió en el año 2015 y fue desencadenada por el brutal crimen de Chiara Páez, de 14 años, en Santa Fe. Se trata de un grito colectivo contra la violencia machista y cuyo objetivo principal es proteger a las mujeres y decir basta a los femicidios. Potenciada y viralizada por organizaciones sociales y periodistas, dio origen a una marcha multitudinaria que se desarrolló el 3 de junio, con el apoyo de familiares y víctimas de violencia de género, sindicatos, partidos políticos, artistas, estudiantes, entidades feministas y defensoras de los derechos humanos. Un año después, el 3 de junio de 2016, los reclamos continuaron, haciendo especial hincapié en la necesidad de un índice de violencia machista que brinde cifras, mapeos y estadísticas para la implementación de políticas públicas. El 19 de octubre se realizó el primer paro de mujeres, denominado también *miércoles negro*, movilizando una vez más a miles de mujeres en una protesta multitudinaria contra los femicidios, haciéndose eco de la consigna *Si nuestras vidas no valen, produzcan sin nosotras*.

En este sentido, resulta sumamente interesante realizar un relevamiento de las conversaciones generadas en *Twitter*, medio fundamental para la difusión, en torno al hashtag principal #NiUnaMenos (y otros vinculados) para analizar de qué manera se instaló el tema en la agenda pública y cómo fue evolucionando un año después. En el

marco de las Humanidades Digitales y el *Big Data*, y a partir del método de scraping textual, es posible desentrañar los significados que circulan en la sociedad. La analítica cultural nos permitirá analizar las regularidades o las transformaciones generadas a partir de este pedido urgente que nace desde la lucha popular y precisa un lugar primordial en los estudios de la academia.

> **Introducción**

En Argentina, según el Observatorio de Femicidios Marisel Zambrano de La Casa del Encuentro, que realiza un relevamiento sobre la base de noticias publicadas en 120 medios de todo el país, se mata a una mujer cada 30 horas solo por ser mujer (Asociación Civil La Casa del Encuentro, s. f.).

Parecería ser que la violencia de género toma relevancia en la agenda mediática solo cuando su resultado es el asesinato de las mujeres. De esta manera, se puede observar que en las noticias que trascendieron en los medios de comunicación se focalizó en la edad, el sector social de las víctimas o la brutalidad de los asesinatos (como sucedió en casos resonantes tales como el de Wanda Taddei, Ángeles Rawson, Melina Romero, Lola Chomnalez y Chiara Páez, para mencionar algunos de los lamentables y numerosos asesinatos).

Nombres, caras, historias que impactaron como causantes de las masivas movilizaciones bajo la consigna *#NiUnaMenos*, tanto en el 2015 y 2016, y del primer paro de mujeres en el país, en octubre del 2016. Movilizaciones que tomaron cuerpo debido al trabajo de muchas mujeres que formaron un antecedente y base.

“Ni una mujer menos, ni una muerta más”, decía la poeta mexicana Susana Chávez quien fue asesinada en el 2011 y una de las primeras voces en denunciar los femicidios en la Ciudad Juárez en México. El 8 de marzo de 2012, en el Día Internacional de la Mujer Trabajadora en México, diferentes asociaciones, sindicatos y partidos marcharon por las calles para exigir al Estado que se reconozcan los derechos de las mujeres. En la Ciudad Juárez no solo se marchó por esta consigna, sino que también se demandó “justicia para nuestras hijas asesinadas y nuestras hijas desaparecidas” (*El Universal*, 2012), siendo una de las ciudades con más aumento de la desaparición de mujeres (*El Universal*, 2011).

En diciembre de ese mismo año, diferentes ciudades de México se vieron sorprendidas por la instalación de zapatos rojos en las plazas, ayuntamientos y edificios públicos a modo de protesta por la desaparición y asesinato de mujeres. Esta iniciativa fue promovida por la artista mexicana Elina Chauvet y el periodista español Javier Juárez (*Diario de Navarra*, 2012).

En nuestro país, a partir de 1986 existe una trayectoria que nuclea a mujeres de organizaciones sociales, barriales y autoconvocadas en el Encuentro Nacional de Mujeres (de carácter horizontal y federal) que consiste en jornadas de debate y reflexión sobre la desigualdad de género. En marzo de 2015 un grupo de comunicadoras nucleadas bajo el lema *#NiUnaMenos* organizó una maratón de lectura con el objetivo de generar conciencia sobre los casos de violencia de género, trata y femicidio. Se realizó en la Biblioteca

Nacional y tuvo la participación de varios familiares de víctimas, entre ellos los papás de Wanda Taddei, Ángeles Rawson y la mamá de Lola Chomnalez.

El asesinato de Chiara Páez en mayo del mismo año revitalizó la movilización y se convocó a las mujeres de todo el país a marchar bajo la consigna *#NiUnaMenos*. Si bien la convocatoria nació de un grupo de periodistas, activistas y artistas, una multitud de voces, identidades y banderas se unificaron por el pedido urgente de instalar estos debates en la agenda pública y política.

Un año después, el 3 de junio de 2016, los reclamos continuaron, destacando la necesidad de un índice de violencia machista que brinde cifras, mapeos y estadísticas para la implementación de políticas públicas¹.

En octubre del mismo año el brutal abuso y asesinato de Lucía Pérez reactivó la indignación social y se convocó al primer paro nacional de mujeres. En este *miércoles negro*, la consigna se actualizó en *Si nuestras vidas no valen, produzcan sin nosotras* y se sumó al reclamo de *Ni Una Menos*, el pedido *Vivas Nos Queremos*.

Las redes sociales, especialmente *Twitter*, se convirtieron en uno de los lugares de encuentro para la difusión y la organización de las movilizaciones que se desarrollaron en este período. De esta manera, resulta sumamente interesante realizar un relevamiento de las conversaciones generadas en *Twitter* en torno a la consigna principal, nucleada bajo el hashtag *#NiUnaMenos*. Al observar la información, surgieron dos preguntas generales que guiarán nuestra investigación: ¿De qué maneras se estableció la conversación en el interior del hashtag *#NiUnaMenos* entre las convocatorias de junio de 2015, junio de 2016 y octubre de 2016 en la red social de *microblogging Twitter*? ¿Cómo aportaron a esta conversación los mensajes que circularon en otros hashtags relacionados a la consigna *#NiUnaMenos*?

La interpretación de las mismas irá acompañada de preguntas específicas que nos permitirán organizar el análisis de los datos recolectados. Estas son:

1. ¿Cuáles fueron los temas tratados en el diálogo? ¿Respondían a la convocatoria o surgieron temas nuevos?
2. ¿En qué otras conversaciones circuló el hashtag? ¿Qué otros hashtags se vieron relacionados?
3. ¿Qué usuarios participaron? ¿Quiénes eran las personas que estaban detrás? ¿Quiénes fueron los usuarios más mencionados?
4. ¿Cómo se distribuyó la conversación? ¿Qué nivel de participación hubo? ¿Cuántos tuits originales? ¿Cuántos retuits?

En el marco de las Humanidades Digitales y el *Big Data*, y a partir del método de *scraping* textual, es posible desentrañar los significados y representaciones que circulan en las redes sociales y los medios digitales. La analítica cultural nos permitirá analizar las

¹ Véanse los resultados de las encuestas que realizó la organización *Argentina Cuenta la Violencia Machista* en <http://contalaviolenciamachista.com/>.

regularidades o las transformaciones generadas a partir de este pedido urgente que nace de la lucha popular y precisa un lugar primordial en los estudios de la academia.

› **Marco teórico**

Establecer un marco teórico que nos permita representar los diferentes mensajes que se están gestando alrededor de la consigna *#NiUnaMenos* y todas las ideas que posteriormente generó desde el 2015 hasta inicios del 2017 no resulta una tarea sencilla.

Para poder encontrar un hilo conductor que llene de sentido el análisis hemos tomado como punto de partida teorías vinculadas a las Humanidades Digitales (Berry, 2011) en cuyo marco se postula una manera particular de concebir los productos culturales y las protestas trasladadas a las redes sociales. A partir de ello podemos entender cómo el software ayuda a relacionar diferentes manifestaciones mediadas por un programa y/o entorno digital. Por otra parte, hemos trabajado sobre las prácticas feministas que repercuten en las diferentes plataformas sociales y hemos indagado cuál fue su germen y cómo se presentan en esta nueva era de la información mediada por plataformas digitales.

Resulta importante establecer que la idea que ayudará a organizar la investigación es el concepto de *software cultural* (Manovich, 2008), que permite explicar que la tecnología ingresa en la vida de las personas para atravesar todas sus prácticas. Manovich (2008) evidencia la importancia que tienen los programas de software para poder hacer un análisis cultural con cantidades masivas de datos. Es desde este punto de vista que se trabaja en este estudio en el que el concepto de *Big Data* cobra una relevancia fundamental. Entendemos por *Big Data* los datos masivos, a gran escala, que brindan nuevas percepciones o crean nuevas formas de valor que transforman los mercados, las organizaciones, las relaciones entre los ciudadanos y los gobiernos, etc. (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013).

Software cultural, Big Data y Humanidades Digitales como puntos de partida

Manovich concibe el software como “una capa que permea todas las áreas de las sociedades contemporáneas” (Manovich, 2008). Esto significa que, como analistas, debemos tener en cuenta esta dimensión a la hora de emprender una investigación en Ciencias Sociales. El concepto de *software cultural* como aquel subconjunto de aplicaciones de software que habilitan la creación, la publicación, el acceso y la posibilidad de compartir contenido a través de todo tipo de formatos como imágenes en movimiento, videojuegos y *graphics* nos brinda el marco fundamental para poder abordar objetos de estudio que están en constante cambio.

Cada una de nuestras experiencias están mediadas por software: a la hora de recopilar las opiniones, sentires, reclamos y vínculos establecidos entre distintos agentes, podemos recurrir a los contenidos que estos generan, los cuales nos permiten inferir

ciertos patrones de conducta para determinar diagnósticos que describen cómo se expresa y vincula una porción de la sociedad.

La emergencia de estas posibilidades plantea la existencia de una nueva ecología de los medios, en la que la *Big Data* juega un papel primordial. Es por ello que nuestro método es el de la lectura distante, entendido como aquel en el que

[...] la distancia no es un obstáculo para el conocimiento, sino una de sus formas específicas [...] permite apreciar menos detalles, pero ayuda a comprender mejor las relaciones, los *patterns*, las formas (Moretti, 2007).

Según Mayer-Schönberger y Cukier (2013), existen tres cambios fundamentales en la forma de analizar la información generados a partir del auge de los datos masivos. En primer lugar, somos capaces de acceder a detalles que no eran visibles cuando observábamos los fenómenos a menor escala. En segundo lugar, al contar con grandes cantidades de datos, puede que perdamos exactitud, pero ganaremos percepción al construir el fenómeno desde una escala diferente, que responda en mayor medida a la naturaleza del objeto. Por último, a través del nuevo método es posible escuchar aquello que los datos tienen para decirnos y generar visualizaciones que permitan inferir, contrastar o confirmar múltiples hipótesis que surjan en el camino. Así, a la hora de comprender la sociedad, se priorizan las correlaciones antes que la causalidad. Nuestro objetivo es centrarnos en la forma en que la sociedad aborda temas sensibles teniendo en cuenta la especificidad del medio, lo cual nos ubica dentro de la denominada *tercera ola de las Humanidades Digitales*.

Podríamos observar lo siguiente: la primera ola de las Humanidades Digitales fue la construcción de infraestructura en los estudios de textos humanísticos mediante repositorios y marcado de texto, mientras que la segunda ola expande los límites del archivo para incluir trabajos digitales y de esta manera hacer valer las Humanidades, que poseen propias herramientas metodológicas para observar materiales nacidos digitalmente como la literatura electrónica (*e-lit*), la ficción interactiva (*IF*) y artefactos basados en la web.

Berry (2011) plantea la existencia de un tercer giro denominado computacional, el cual implica observar los componentes digitales a la luz de la especificidad de su medio, pensando cómo los medios producen cambios epistémicos y centrándonos en la dimensión cultural innegable de la computación y los proveedores centrales de software.

Los humanistas digitales desarrollamos herramientas, datos, metadatos y archivos críticamente; y además promovemos posiciones críticas sobre la naturaleza de tales recursos (por ejemplo, la disputa acerca de si los métodos computacionales son usados para la búsqueda de la verdad o para su deformación). Sin embargo, es raro que lo extendamos a asuntos involucrados en el registro de la sociedad, la economía, la política o la cultura (Liu, 2011).

Un ejemplo, facilitado por el software y código, es la emergencia del *stream de datos* en tiempo real como contraposición a los objetos de estudio estáticos en los que las Humanidades se enfocaron tradicionalmente tales como libros y papers. Esto incluye la geolocalización, bases de datos en tiempo real, *Twitter*, redes sociales, novelas SMS e

incontables formas digitales que cambian continuamente. La transmisión en vivo a los usuarios y suscriptores genera una sensación de actualidad que es única en su tipo. Nuevos métodos y acercamientos, como la visualización de datos, son necesarios para rastrear y entender estas nuevas formas de conocimiento en términos de modelo y narrativa.

Uno de los ejemplos es *Twitter* que ha permitido una datificación de los sentimientos, pensamientos y estados de ánimo (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013). Sin embargo, también recopila información que no es visible a simple vista: los metadatos que acompañan a cada tuit incluyen 33 elementos específicos tales como la geolocalización o los seguidores, los cuales permiten hacer una lectura relacional de la información y establecer patrones de conducta que iluminen las lógicas del comportamiento humano. Y es este camino el que emprenderemos a la hora de estudiar cómo *#NiUnaMenos* se ha instalado y ha ido evolucionando a lo largo del tiempo.

La emergencia de #NiUnaMenos en los espacios virtuales

Una vez establecido el marco desde el cual se aloja el análisis de esta investigación es necesario dar cuenta de dónde nacen las manifestaciones discursivas que se realizan en las redes sociales. Asimismo, es necesario comprender que el movimiento *#NiUnaMenos* tiene como pilar fundamental el feminismo, entendido por Diana Maffía (2008) como la aceptación de tres principios: uno descriptivo, uno prescriptivo y uno práctico. Nos interesa detenernos en el principio práctico, ya que está vinculado a la *praxis* y mediante el cual podemos expresar que estamos dispuestos a hacer lo que esté a nuestro alcance para impedir los actos de violencia machista. Maffía (2008) dice que lo que está a su alcance no es necesariamente una militancia con pancartas. Lo que está a su alcance es un compromiso moral para evitar que sistemáticamente ocurra una diferencia jerárquica entre varones y mujeres por el mero hecho de ser varones y mujeres. Usar las redes para empoderar, dar voz a las mujeres y que estas voces sean igual de poderosas que las de los medios patriarcales; esta es la acepción de feminismo sobre la que descansará este estudio.

Mucho se discutió acerca de las diferentes olas feministas y cuáles fueron los diferentes ejes en los que se enfocaron los relatos y luchas sociales, pero desde la década del 90 hasta nuestros días hay una tendencia a enfocar el reclamo desde lo digital, de ese emergente surge lo que es conocido como el ciberfeminismo social (Boix & Miguel, 2002). Esta es una rama del ciberfeminismo que se encausa como espacio de lucha y crítica vinculada al arte/cultura/virtualidad, donde el movimiento feminista proclama el uso estratégico de las nuevas tecnologías para coordinar estrategias globales, amplificar denuncias sociales y utilizar el mundo virtual como espacio de transformación de la cultura patriarcal en medios más inclusivos.

Estas tácticas (Certeau, 2000), que vienen siendo utilizadas hace casi treinta años y que alcanzaron su lugar de ascenso a través de redes sociales, lograron que se genere lo que hoy se conoce como feminismo del 99%. Esta es una teoría que terminó de tomar forma en el paro de mujeres convocado para el 21 de enero de 2017 frente al ascenso de

Trump como líder de los Estados Unidos de América; en ella se hace un llamamiento a luchar contra los grandes problemas estructurales que afectan a las mujeres como el imperialismo, el trabajo precario, el enorme endeudamiento estudiantil por el costo de la educación superior, el ataque a los derechos reproductivos, etc. (Cozzarelli, 2017). La renovación del movimiento e inclusión de mujeres de países industrializados y del llamado tercer mundo es algo totalmente novedoso frente a lo que había expresado, representado, confrontado e incluso mencionado el movimiento de finales de los años 60 y principios de los 70 (Schinca, 2017), momento en que, si bien se hacía un llamado a romper el *techo de cristal* con el cual se enfrentaban las mujeres, no se denunciaba el 80% de las tareas domésticas que seguían realizando.

Hoy la historia es diferente, las sucesivas marchas y paros que se generaron muestran que el 99% no solo está en la calle, sino que también ocupa las redes sociales. El lenguaje fue tomado como punto de inflexión política fundamental y ha tenido que ser un espacio ganado constantemente (Wittig, 1978). Movimientos de mujeres han tenido que atravesar una barrera idiomática pues el lenguaje patriarcal presentaba una manera totalizadora de ver la historia utilizada principalmente por medios tradicionales. Es importante entender que el campo político atañe directamente al lenguaje, a la ciencia y al pensamiento y remite a la persona en cuanto subjetividad, de modo que ya no hay lugar para un pensamiento dominante (Wittig, 1978). Por otra parte, de acuerdo con Wittig (1978), es fundamental llevar a cabo una transformación política de los conceptos clave, es decir, de las consignas *NiUnaMenos*, *VivasNosQueremos* y tantas otras que han surgido en los últimos años. En efecto, el actual campo político supone un espacio donde las redes sociales intervienen y aparecen habilitando la comunicación horizontal, donde un tuit tiene la potencia de romper los filtros burbujas (Pariser, 2011) de un grupo y llegar a audiencias que comparten discursos sociales universalmente patriarcales, donde las páginas de *Facebook* son compartidas en múltiples oportunidades presentando testimonios de vida, donde se permiten nuevamente manifestaciones de denuncia social frente a los discursos universalistas heteronormativos. Básicamente, lo digital se presenta como una catapulta de un movimiento político-social y, como podemos entender, en clave feminista.

Desde este punto de vista y, a través de la analítica cultural, hemos analizado las regularidades o las transformaciones generadas a partir de este pedido urgente que nace de la lucha popular y precisa un lugar primordial en los estudios de la academia.

› **Recorte metodológico**

Como hemos establecido anteriormente, la metodología utilizada para la presente investigación combina perspectivas provenientes de las Humanidades Digitales y los estudios del software para leer y analizar conversaciones presentes en medios sociales. Estudiamos grandes sets de datos generados por usuarios y usuarias desde la perspectiva de la analítica cultural, para analizar sus prácticas tecnoculturales, pero sin tener que renunciar a la gran escala de información.

La técnica de investigación elegida es el scraping textual. Basada en y mediada por software, la hemos utilizado para el procesamiento, el análisis y la interpretación de grandes cantidades de datos culturalmente significativos. Consiste en la extracción automática de datos de un sitio web que tratamos como información. También recurrimos a las APIs (Interfaces de programación de aplicaciones o, en inglés, *Application Programming Interfaces*) que representan la capacidad de comunicación entre dos tipos de software: el que nos brinda la información y el que la recolecta. De la mano de este procedimiento, investigamos los discursos en redes sociales sobre las movilizaciones de mujeres mencionadas.

El corpus analizado está compuesto por bases de datos que se confeccionaron a partir de la descarga masiva de los tuits que contienen el hashtag #NiUnaMenos durante las convocatorias de junio de 2015 y #VivasNosQueremos en octubre de 2016. El recorte de ésta comprende la información de los días 2, 3 y 4 de junio de cada año y del 18, 19 y 20 de octubre de 2016, la selección de los días corresponde al criterio del día anterior, posterior y el mismo de las marchas.

Una vez descargados y estructurados los datos en una base de datos nos adentramos en la búsqueda de patrones a partir de la utilización de software de visualización de información. Manovich (2008) define este proceso como el mapeo entre los datos discretos y la representación visual: los significados de la palabra *visualizar* incluyen *hacer visible* y *crear una representación*. En la era de los estudios de software, como hemos visto, podemos resolver ciertos procedimientos a través de distintas aplicaciones, lo que permite cuantificar la información de forma automática.

Nos hemos centrado en cinco tipos de artefactos para poder interpretar los resultados de la presente investigación: nubes de palabras, histogramas, tablas de comparación, mapas y redes de relaciones de usuarios. Estas piezas gráficas que hemos llamado *artefactos* son retomadas por Franco Moretti (2007) con la denominación de *objetos artificiales*. El autor sostiene que son el resultado de un proceso de abstracción y reducción, pero que “resultan ser más que la suma de las partes: poseen cualidades emergentes que no eran visibles en el nivel inferior” (Moretti, 2007: 79). De esta manera, se transformaron en un recurso fundamental para responder nuestras preguntas de investigación.

› **Resultados**

Estructura y distribución de la conversación

En junio de 2015 se instaló en la agenda #NiUnaMenos, el hashtag que se transformó en la consigna de la manifestación. En los días 2, 3 y 4 de junio de ese año hubo un total de 13.101 mensajes en *Twitter*. En 2016 se registraron 20.996 tuits en el día anterior, durante y posterior a la segunda manifestación. Las conversaciones generadas con el hashtag #NiUnaMenos superaron en un 60% el total producido el año anterior y se verificó una mayor organización para difundir la problemática de los femicidios, tanto con

los retuits como con la formación de nuevos hashtags. De esa organización surgió *#VivasNosQueremos* como una de las principales consignas en la manifestación de octubre de 2016 con motivo de un nuevo femicidio que conmocionó a la opinión pública.

Con respecto a la distribución del volumen total de comentarios, en 2015 el pico más alto fue durante el día de la manifestación. Al año siguiente, la dinámica se modificó y tanto en la movilización de junio como en la de octubre los días de mayor producción fueron los anteriores al evento concreto: del total de 20.996 tuits generados en junio, el 56% (11.902 tuits) fue producido el día anterior a la marcha. Luego la conversación cayó a 6.597 tuits el día de la movilización y apenas 2.497 un día después. En octubre el total de tuits producidos con el hashtag *#VivasNosQueremos* fue de 12.914, de los cuales el 52% se produjo el día anterior.

La estructura de las conversaciones de *#NiUnaMenos* de 2015 y 2016 junto con *#VivasNosQueremos* se caracteriza por una predominancia de tuits re-publicados (RT) sobre la generación de contenidos originales. A partir del total de producciones recopiladas se identificó que la cantidad de tuits se mantuvo a niveles similares en los tres períodos analizados, mientras que los RT crecieron ampliamente en 2016.

En *#NiUnaMenos* de junio 2015 los RT superaban un 72% a los contenidos originales, mientras que en junio de 2016 la diferencia era de 255% (véase Figura 1). Por su parte, en el hashtag *#VivasNosQueremos* de octubre de 2016 también se verificó un margen, hubo un 154% más de RT que tuits (véase Figura 1). Estas diferencias en la estructura de las redes que se formaron en los dos años permiten inferir que la temática convocó a más usuarios a difundir los mensajes circulantes en la red. En 2016 esto significó también una concentración mayor de los usuarios generadores de contenido original.

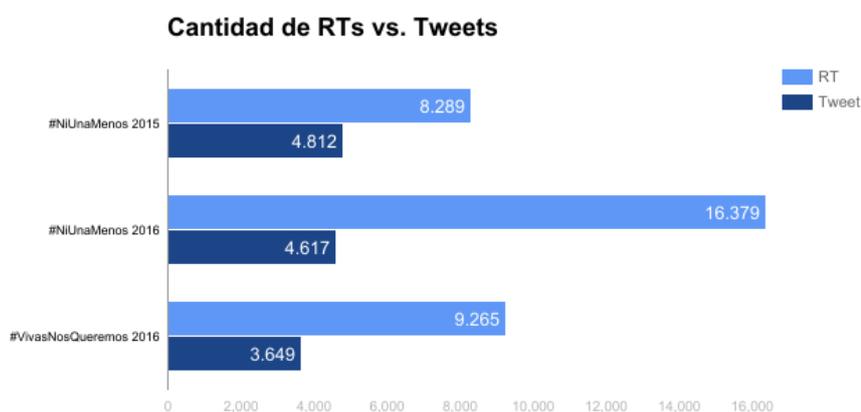


Figura 1. Cantidad de RT vs. tuits. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Spreadsheet.

La estructura de la red de las conversaciones en *Twitter* bajo estos hashtags, tanto las del 2015 como las del 2016, aparenta, a primera vista, ser distribuida o por lo menos descentralizada. En principio, esta red social posibilita a todos los usuarios publicar, replicar y ser replicados. Sin embargo, vemos cómo determinados tuits tienen más relevancia que otros y son publicados por ciertos usuarios que logran formar nodos. En los

siguientes gráficos se observan las esferas de mayor volumen que representan a los mensajes con más RT (véanse Figuras 2, 3 y 4).

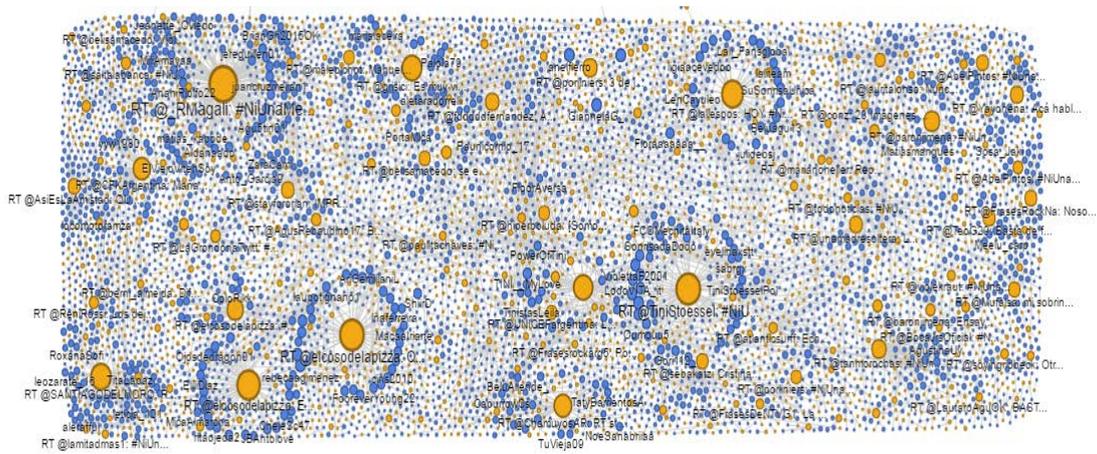


Figura 2. Red de conversaciones en #NiUnaMenos, 2015. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Fusion Tables.

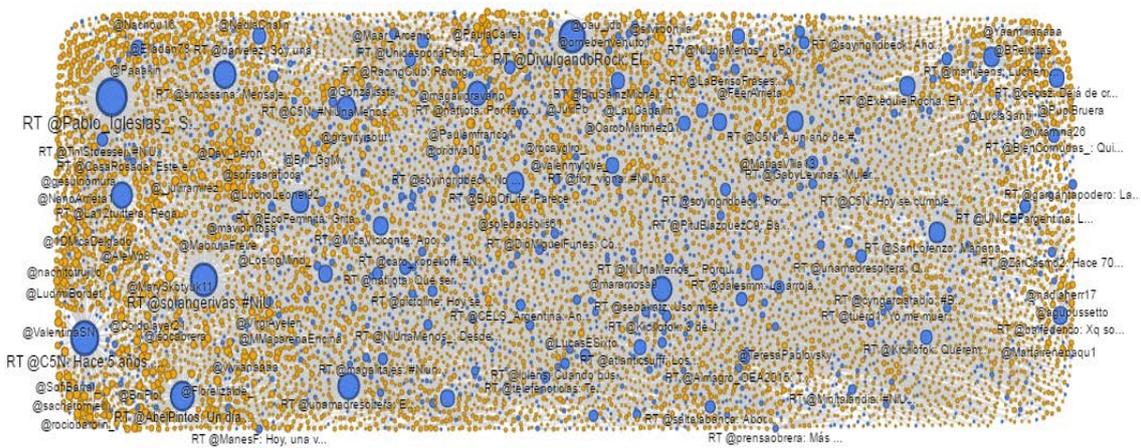


Figura 3. Red de conversaciones en #NiUnaMenos, 2016. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Fusion Tables.



Figura 4. Red de conversaciones en #VivasNosQueremos, 2016. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Fusion Tables.

Al poner atención en esos nodos, la estructura pareciera ser más centralizada que distribuida. El contenido publicado por @_RMagali o @TiniStoessel en la marcha de junio de 2015, el de @C5N en junio de 2016 o el de @GraLaProdu en octubre de ese año toma una relevancia mayor que los producidos por los demás usuarios.

Esto se debe al funcionamiento del algoritmo de *Twitter*, que se ocupa de identificar los *Trending Topics* (TT). A partir de él la red social pondera su contenido permitiendo que un tema se consolide en la agenda de ese medio. El algoritmo no pretende mostrar *lo más tuiteado*, sino *lo tuiteado nuevo y más replicado*. Es por eso que, a pesar de que el número de seguidores es importante en una primera instancia para lograr visibilidad, identificamos usuarios que tuvieron un gran peso en la red de conversaciones sin tener una audiencia equiparable a celebridades o medios tradicionales. Por lo tanto, cuando un hashtag lleva tiempo siendo usado, se *penaliza* dentro del algoritmo. El tiempo que se mantiene es tan importante como la cantidad. En este sentido, es lógico que usuarios con cantidades de seguidores muy altas reciban mayor atención que otros (véase Tabla 1).

Hashtag	Usuario	Seguidores	Tipo de Usuario	RTs
	@_RMagali	750	Usuaría	111
#NiUnaMenos (2015)	@elcosodelapizza	4.2 M	Personaje de <i>Twitter</i>	94
	@NiUnaMenos_	7.764	Organizador	86

	@todonoticias	2.3 M	Medio	78
	@TiniStoessel	1.6 M	Celebridad	76
#NiUnaMenos (junio de 2016)	@cyngarciaudio	146.000*	Periodista	509
	@C5N	2.1 M	Medio	366
	@Pablo_Iglesias_	1.9 M*	Político español	289
	@unamadresoltera	195.872	Personaje de <i>Twitter</i>	271
	@sebakatz	52.500*	Político	247
	#VivasNosQueremos (octubre de 2016)	@GraLaProdu	1.096	Periodista
@NiUnaMenos_		43.800*	Organizador	315
@telefenoticias		2.49 M*	Medio	211
@aixagomez		1.553	Usuaría	181
@soygridbeck		79500*	Periodista	173

Tabla 1. Agentes influenciadores en la conversación. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Spreadsheet (*Datos de seguidores recopilados en abril de 2017).

Como se puede ver en la tabla, no solo los contenidos creados por usuarios con millones de seguidores y con popularidad por fuera de *Twitter* alcanzaron la atención de grandes cantidades de usuarios, sino que también tomaron relevancia otros que se volvieron populares en el interior de la red (como @elcosodelapizza, @unamadresoltera)² y se transformaron en influenciadores en temáticas ligadas a la actualidad. El caso de @elcosodelapizza resulta significativo, ya que, durante la marcha de 2015, su tuit se posicionó entre los más replicados, obtuvo una masiva convocatoria con una consigna común y homogénea, lo cual generó expresiones de admiración y orgullo.

Esto pone en evidencia que en las conversaciones relacionadas a #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos la distribución de la palabra no estuvo centralizada por medios o personalidades. Sin embargo, fueron agentes relevantes para la difusión masiva en la plataforma. Los medios tradicionales de noticias de televisión (@C5N, @todonoticias, @telefenoticias) que tienen presencia en *Twitter* son usuarios consolidados con millones de seguidores que reproducen en esa red su alcance y peso en la formación de agenda³. En

² Por ejemplo, adquirieron popularidad con los siguientes tuits:

@elcosodelapizza posteo el 3 de junio de 2015: "Que lindo y que admirable es ver que tantas personas se unan ante el mismo reclamo, basta de femicidios! #NiUnaMenos". Véase <https://twitter.com/elcosodelapizza/status/606230978286239744>.

@unamadresoltera posteo el 2 de junio de 2016: "El #NiUnaMenos también va para nosotras, que a veces somos más machistas que los propios hombres". Véase <https://twitter.com/unamadresoltera/status/738481286692675585>.

³ Estos son algunos de sus tuits:

@todonoticias posteo el 2 de junio de 2015: "#NiUnaMenos: con una gran cantidad de marchas, habrá fuertes reclamos en contra del femicidio <http://ir.tn.com.ar/1K8uY0v>". Véase <https://twitter.com/todonoticias/status/605935196425166848>.

cada período analizado hubo un medio entre los cinco usuarios más replicados con una cobertura que complementó su comunicación tradicional.

Por otra parte, solo se identifica en la primera marcha de 2015 la adhesión pública de una celebridad (@TiniStoessel) en el listado de los usuarios más replicados. Su mensaje estuvo acompañado de la imagen ilustrada por Liniers, de gran popularidad durante el período analizado⁴.

Si bien gracias a la naturaleza del medio algunos mensajes circularon con mayor impulso que otros y ciertos mensajes trascendieron más que otros, también se identificaron usuarios sin tanta relevancia en la red (@_RMagali y @aixag0mez con menos de 1500 seguidores) que lograron un gran impacto, lo cual da cuenta que no siempre importa el lugar que se tenga en la red, sino lo que se tenga para contar. Sobresalió el caso de @_RMagali, una usuaria sin relación con los medios tradicionales y que tampoco era reconocida por una audiencia masiva de medios digitales, quien compartió el relato de un escritor desconocido publicado en *Facebook*⁵. En este texto se narra un sentimiento progresivo de empatía de un hombre hacia el miedo que experimentan las mujeres cotidianamente.

Durante la marcha de octubre de 2016, @aixag0mez, otra usuaria desconocida, se destacó en la red. Al igual que @_RMagali, su tuit se replicó notoriamente por un relato de ficción pero que da cuenta del reclamo en contra de los femicidios bajo la etiqueta #VivasNosQueremos⁶.

En las conversaciones con el hashtag #NiUnaMenos de junio de 2016 se destacaron también dos representantes políticos: @Pablo_Iglesias_ (de España) y @sebakatz (de Argentina)⁷. En las marchas de junio de 2015 y octubre de 2016 no sobresalieron entre los tuits más replicados aquellos de usuarios con alguna relación al Poder Ejecutivo o Legislativo.

Cabe destacar que la mayoría de los usuarios, aunque no sean personalidades populares, tienen relación con el periodismo y la producción de noticias en medios tradicionales (@cyngarciaradio, @GraLaProdu, @soyingridbeck)⁸.

@C5N posteo el 2 de junio de 2016: "A un año de #NiUnaMenos". Véase <https://twitter.com/C5N/status/738432273205321728>.

@telefenoticias posteo el 19 de octubre de 2016: "'#VivasNosQueremos Marcha contra la violencia de género' por @telefenoticias". Véase <https://twitter.com/telefenoticias/status/788848436099571714>.

⁴ @TiniStoessel posteo el 3 de junio de 2015: "#NiUnaMenos #NiUnaMenos ME SUMO". Véase <https://twitter.com/TiniStoessel/status/606174300014563328>.

⁵ @_RMagali posteo el 2 de junio de 2015: "#NiUnaMenos Tremendo lo que publicó éste chabon!". Véase https://twitter.com/_RMagali/status/605887189306609664.

⁶ @aixag0mez posteo el 18 de octubre de 2016: "Sigo temblando de cuando lo escribía #VivasNosQueremos #MiercolesNegro". Véase <https://twitter.com/aixag0mez/status/788588878173265920>.

⁷ @Pablo_Iglesias_ posteo el 2 de junio de 2016: "Si matan a una mujer, el compromiso que nos hicimos como sociedad se destruye #NiUnaMenos <http://www.elmundo.es/andalucia/sevilla/2016/06/02/574fcb31268e3e982c8b4618.html>". Véase https://twitter.com/Pablo_Iglesias_/status/738377916095025152.

@sebakatz posteo el 2 de junio de 2016: "Uso miserable del #NiUnaMenos para encubrir delincuentes violentos. Malo para el país.". Véase <https://twitter.com/sebakatz/status/738438168530329600>.

⁸ Sus tuits más replicados en este contexto fueron:

@cyngarciaradio posteo el 1 de junio de 2016: "#SanPablo: así reprimen a una mujer en una protesta contra Temer #NiUnaMenos #Brasil Gracias @midiaNINJA". Véase <https://twitter.com/cyngarciaradio/status/738181334955216896>.

El contenido más replicado en las conversaciones con el hashtag #VivasNosQueremos fue el de @GraLaProdu. Se trataba de un video del medio *El Destape* en el que la cantante Miss Bolivia recitaba un poema en el que una mujer, víctima de violencia de género, era señalada como culpable de su muerte. Al igual que en las conversaciones sobre #NiUnaMenos de 2015, una expresión artística es la que genera mayores réplicas en la red. Por su parte, la periodista @soygridbeck se posicionó entre los usuarios más retuiteados con mensajes destinados a informar el horario de la manifestación y los hashtags de difusión en la plataforma.

Desde el canal @niunamenos_ se compartieron contenidos en *Twitter* con el objetivo de amplificar la convocatoria de la marcha y también de llamar al *compromiso* a los legisladores y gobernantes del Estado para proteger a las mujeres víctimas de violencia y disponer recursos para prevenir situaciones que pongan en riesgo la vida de esas personas⁹. Esta cuenta fue iniciada por un sector del colectivo Ni Una Menos que impulsó la manifestación desde las redes sociales. Por ese motivo, las funciones que desempeñó durante las tres marchas fueron: la exposición de la problemática, la difusión de las marchas y la promoción de propuestas de acción hacia el Estado.

Los términos de la conversación

En las conversaciones analizadas, *no*, *marcha* y *violencia* son los términos más repetidos que se conectan entre sí (véase Tabla 2). A su vez, el concepto de violencia se une a los vocablos *contra* y *mujeres*. En junio de 2016, coinciden en líneas generales con los del año anterior, ya que los términos más mencionados son *no*, *violencia* y *mañana*, mientras que *marcha* ocupa el cuarto lugar. Como se mencionó anteriormente, *mañana* es la palabra que evidencia la importancia de la conversación el día previo al evento concreto. La información de la convocatoria a las marchas fue un tema predominante, con vocablos sobre el día y horario de encuentro en la plaza frente al Congreso Nacional.

Tanto en 2015 como en 2016, el término *no* está directamente relacionado a la palabra *violencia* (véase Tabla 2). Esta, a su vez, se mantiene ligada a los vocablos *machista* y *género*.

#NiUnaMenos 2015		#NiUnaMenos 2016		#VivasNosQueremos 2016	
no	2224	no	3946	niunamenos	91
violencia	1457	violencia	2996	a	70
marcha	1382	mañana	2217	nosotrasparamos	27
contra	942	marcha	1891	no	60
					16
					11
					16

@GraLaProdu posteo el 19 de octubre de 2016: “¡Ay carajo que mal que estamos los humanos loco, paren de matar!’ por @miss_bolivia #NiUnaMenos #VivasNosQueremos”. Véase <https://twitter.com/GraLaProdu/status/788745993026146304>.

@soygridbeck posteo el 18 de octubre de 2016: “De 13 a 14 #NosotrasParamos A las 17 al Obelisco. #VivasNosQueremos Vestidas de negro. #NiUnaMenos”. Véase <https://twitter.com/soygridbeck/status/788445610902970368> (Sin funcionamiento al 04/03/2018).

⁹ @Niunamenos_ posteo el 4 de junio de 2015: “con este video comenzó el 3 de junio la concentración en Plaza Congreso. #NiUnaMenos <https://www.youtube.com/watch?v=dY4wcmZmiA>”. Véase <https://twitter.com/NiUnaMenos/status/606608718336290816>.

					04
basta	874	mujeres	1664	miercolesnegro	14
mujer	784	mujer	1498	mujeres	81
hoy	773	3	1482	19	12
mujeres	717	hoy	1439	mañana	15
todos	692	género	1325	miércoles	98
mañana	665	contra	1319	violencia	6
					94
					9
					80
					2

Tabla 2. Términos recurrentes en la conversación. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Spreadsheet.

A partir de este análisis de las relaciones de términos y de las nubes de palabras –a las que en breve nos dedicaremos–, podemos inferir que el repudio a la violencia machista y de género y a los femicidios fueron los motivos que predominaron en las conversaciones y homogeneizaron a distintos sectores que participaron en la conversación. Entre los conceptos más reiterados no lograron establecerse otros ligados a temáticas de larga tradición feminista. El derecho al aborto, por ejemplo, ni siquiera aparece dentro de los veinte términos más mencionados para ambos años.

Por otra parte, es posible identificar a las mujeres insignia, víctimas de femicidios, cuyos casos han funcionado como detonantes para la convocatoria de las marchas. De esta manera, en 2015 se destacan Chiara, Lola, Ángeles y Melina (inicialmente, todos cuentan con la misma cantidad de recurrencias, luego se destacan los dos primeros por ser los más recientes). En junio de 2016, las conversaciones reclaman justicia por Chiara, Lola, Ángeles, Melina, Marina, Majo y Belén, mientras que en octubre Lucía Pérez es la víctima más mencionada. En todos los casos se repite el patrón: la emergencia de referentes que desencadenan el pedido de justicia.

En lo que respecta a los hashtags más utilizados durante las tres convocatorias, se puede observar cómo surgen algunas otras cuestiones. Santiago Del Moro publicó una foto junto a su equipo del programa de radio que conducía y un cartel con el hashtag de la marcha. El primer mensaje que compartió apelaba a los usuarios a republicar el contenido como forma de identificación como oyente con los hashtags *#MañanasCampestres* y *#NiUnaMenos*¹⁰. A partir de este tuit, el nombre del programa se posicionó entre los diez hashtags más mencionados junto a la marcha.

El hashtag *#NiUnaMenos* en 2015 estuvo acompañado principalmente con el hashtag *#BastaDeFemicidios* (véase Figura 5). El segundo hashtag fue *#Argentina* y el tercero, *#BastaDeViolencia*. Además, hubo una iniciativa del colectivo Ni Una Menos que se difundió en *Twitter* con el hashtag *#DeLaFotoALaFirma*, que estuvo dirigida a los legisladores y gobernantes a quienes se los exhortaba a establecer un compromiso de cinco puntos para la protección legal y a poner a disposición los recursos necesarios para reducir la violencia contra las mujeres.

¹⁰ @SANTIAGODELMORO posteo el 2 de junio de 2015: “RT YA! yo escucho *#MañanasCampestres* en POP101.5 *#niUnaMenos*”. Véase <https://twitter.com/SANTIAGODELMORO/status/605686225383620608>.

mujeres en una encuesta nacional (Argentina Cuenta la Violencia Machista, organizada por el colectivo Ni Una Menos)¹¹, lo que indica una descentralización de las temáticas. Esta tendencia también puede observarse al descubrir otros términos antes invisibilizados, como es el caso de *travesticidio*, el cual comienza a tener un mayor número de recurrencias.

En el caso de *#VivasNosQueremos*, surgieron nuevos hashtags, como *#NosotrasParamos* y *#MiércolesNegro* (véase Figura 7), directamente vinculados con las problemáticas emergentes de octubre, los cuales buscan enriquecer la conversación y dar identidad a esta marcha, más allá de estar ligada al movimiento principal *#NiUnaMenos* que figura en primer lugar. Aquí podemos identificar la entrada del factor económico de la mano de *#ParodeMujeres* y *#ParoNacionaldeMujeres*.

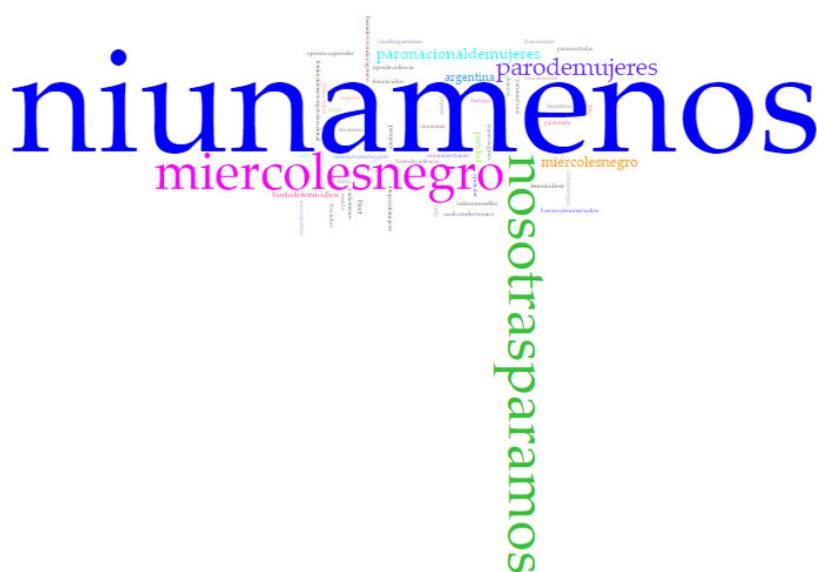


Figura 7. Nube de hashtags más reiterados junto a *#VivasNosQueremos*. Fuente: elaboración propia sobre la base de Voyant Tools.

Al mismo tiempo que dominaron las expresiones contra la violencia en ambos años es factible encontrar posiciones divergentes en el hashtag *#NiUnoMenos*. Este circuló como una forma de concentración de opiniones que desestimaban la especificidad del reclamo y reafirmaban la necesidad de una *completa igualdad* en el reclamo contra la violencia en sentido amplio. En 2015 ocupó el séptimo lugar en el orden de hashtags más mencionados y en 2016 descendió hasta el noveno (véase tabla 3).

¹¹ Véase la nota 1.

#NiUnaMenos 2015		#NiUnaMenos 2016		#VivasNosQueremos 2016	
Hashtag	RT	Hashtag	RT	Hashtag	RT
bastadefemicidios	263	vivasnosqueremos	529	niunamenos	9161
argentina	107	volvemosagritar	466	nosotrasparamos	1609
bastadeviolencia	93	niunderechomenos	255	miercolesnegro	1481
niunamás	75	Ahora	123	parodemujeres	474
ahora	71	bastade femicidios	118	paronacionaldemujeres	342
mañanascampestres	70	Abortolegal	101	miércolesnegro	260
niunomenos	50	Eldiario	91	argentina	210
nosqueremosvivas	48	Mañana	81	paronacional	169
delafotoalafirma	38	Niunomenos	69	paridad	162
niunamas	35	Argentina	67	bastadefemicidios	137

Tabla 3. Hashtags utilizados en las conversaciones. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Spreadsheet.

› Conclusiones

A lo largo de esta investigación se trató de detectar cuáles eran los significantes presentes dentro de las marchas feministas que se realizaron durante 2015 y 2016, qué ideas estaban más fuertemente arraigadas en el mar de palabras que es *Twitter* y cómo se relacionaban entre ellas.

Si bien se analizó una gran cantidad de datos, cabe destacar que solo es una muestra de un período de tiempo determinado y que los resultados son parciales y de ningún modo estáticos. De esta manera se atinó a detenerse en un instante de un fenómeno social y hacer una fotografía de lo que estaba sucediendo en Argentina alrededor del fenómeno *#NiUnaMenos*. De tal modo es posible llegar a las siguientes conclusiones: *#NiUnaMenos* se muestra como un agente organizador y multiplicador que comenzó con una lectura pública, luego pasó a ser una marcha y, finalmente, se conformó como un colectivo de mujeres que denunciaban la violencia machista. En solo dos años lograron posicionarse como el grupo insignia para agrupar a mujeres que hasta el momento no tenían ningún espacio de pertenencia, así lograron que la discusión saliera de ciertos sectores de base y se posicionara dentro de la agenda mediática nacional.

En todas las marchas hubo un reclamo puntual contra la violencia machista, pero las víctimas que se tomaron como estandartes cambiaron en cada una: Chiara fue uno de los casos que más resonó en la marcha de 2015, en cambio, en junio de 2016 se mencionó mucho más a Belén y a Milagro Sala¹² y, por último, el caso que llevó *#NiUnaMenos* a la calle durante octubre de 2016 fue el de Lucía Pérez.

¹² Milagro Sala es una presa política y se encuentra presa desde enero de 2016, ella es víctima de la violencia institucional y desde múltiples organismos de derechos humanos internacionales y nacionales se pide por su liberación.

Otro punto para destacar fueron las consignas que circularon en cada manifestación. En junio de 2015 y 2016 la más convocante fue *no más muerte por violencia machista* encarnada en el significante de #NiUnaMenos. En octubre de 2016 la consigna se dividió, ascendió el #VivasNosQueremos y aparecieron otras conversaciones en hashtags cómo #NosotrasParamos, #MiércolesNegro y #ParoDeMujeres. La aparición de otras consignas agrupadoras hizo que se multiplicaran las conversaciones y temas a tratar; que esto suceda no es casual, sino que se repite el patrón de la marcha de junio de 2015, se presenta luego de una muerte violenta cuando es necesario movilizar a las masas para que se visibilicen los reclamos.

Octubre de 2016 es un momento bisagra, el movimiento #NiUnaMenos se encontraba empoderado luego del 31° Encuentro Nacional de Mujeres y la marcha tomó otro significado: se presenta como paro de mujeres y aparece otro debate sobre la mesa, la idea de que con la muerte de las mujeres el eje productivo también se para y se incorpora el factor económico al reclamo social.

Si bien la marcha creció en convocatoria, la conversación se encuentra descentralizada y repartida en una multiplicidad de actores. Hay una heterogeneidad en la conversación debida a la participación masiva, y más allá de los términos que remiten directamente a la convocatoria se encuentra una diversidad temática en la que no se impone un término sobre los demás. Del 2015 a 2016 el mensaje es más liviano: se pasa de estar *en contra de la violencia machista* a *basta de violencia*.

Si bien el colectivo Ni Una Menos habla superficialmente de responsabilidad estatal, casi ningún otro actor aborda la cuestión de un *Estado responsable* ni la de *complicidad policial*. La conversación sobre el aborto legal es muy incipiente y la cuestión sobre una educación sexual integral que permita la formación de sujetos que no reproduzcan la hegemonía del patriarcado brilla por su ausencia. Más allá del reclamo concreto no parece haber muchas propuestas que eviten llegar a cada punto de inflexión que presenta un nuevo femicidio.

El colectivo #NiUnaMenos se presentó como un grito de auxilio y espacio de contención para mujeres que de otro modo no habrían salido a ocupar la calle, pero aún hay un largo camino a recorrer. Queda abierta la discusión acerca de cómo seguirá creciendo el movimiento #NiUnaMenos y qué propuestas de políticas públicas aparecerán como emergentes. ¿Aparecerán los reclamos del 99% de las mujeres en las conversaciones?, o mejor aún, ¿se trabajarán desde el Estado para poder disminuir la cantidad de femicidios que se registran en Argentina? Solo queda esperar qué le depara en el 2017 y en adelante al colectivo y qué lograrán las nuevas mujeres empoderadas gracias a ellas.

› **Bibliografía**

Asociación Civil La Casa del Encuentro (s. f.). *Femicidios*. Recuperado de <http://www.lacasadelencontro.org/femicidios.html> el 12/06/2017.

Berry, D. (2011). *Digital Humanities: First, Second and Third Wave*. Traducción de J. Alonso y F. Ibañez para la Cátedra de Procesamiento de Datos de la Carrera de Ciencias de la

- Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- Boix, M. y Miguel, A. de (2002). Los géneros de la red: los ciberfeminismos. *Mujeres en red*. Recuperado de <http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf> el 12/06/2017.
- Certeau, M. de (2000). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Cozzarelli, T. (2017, marzo 04). Acto en Nueva York por un feminismo del 99%. *La izquierda diario. Sección Géneros y Sexualidades*. Recuperado de <http://www.laizquierdadiario.com/Acto-en-Nueva-York-por-un-feminismo-del-99> el 10/04/2017.
- Diario de Navarra* (2012, diciembre 11). Zapatos rojos para protestar por la desaparición de mujeres en México. *Diario de Navarra. Sección Actualidad, Internacional*. Recuperado de http://www.diariodenavarra.es/noticias/mas_actualidad/internacional/2012/12/11/zapatos_rojos_para_protestar_por_desaparicion_mujeres_mexico_100581_1032.html el 12/06/2017.
- El Universal* (2011, noviembre 16). Este año han desaparecido 57 mujeres en Juárez. *El Universal.mx. Sección Estados*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/809280.html> el 12/06/2017.
- ____ (2012, marzo 08). Marchan mujeres a Gobernación; piden respeto a derechos. *El Universal.mx. Sección Metrópoli*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/834868.html> el 12/06/2017.
- Liu, A. (2011). *Where is Cultural Criticism in the Digital Humanities*. Recuperado de <http://liu.english.ucsb.edu/where-is-cultural-criticism-in-the-digital-humanities/> el 12/06/2017.
- Maffía, D. (2008). *Contra las dicotomías: Feminismo y epistemología crítica*. Recuperado de <http://dianamaffia.com.ar/archivos/Contra-las-dicotom%C3%ADas.-Feminismo-y-epistemolog%C3%ADa-cr%C3%ADtica.pdf> el 12/06/2017.
- Manovich, L. (2008). *Software Studies for Beginners*. Traducción al español a cargo de A. Yalij y S. Alamo, de uso exclusivo para la Cátedra de Datos (Piscitelli) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- Mayer-Schönberger, V. y Cukier, K. (2013). *Big Data. La revolución de los datos masivos*. Madrid: Turner Publicaciones.
- Moretti, F. (2007). *La literatura vista desde lejos*. Barcelona: Marbot.
- Pariser, E. (2011, mayo 02). *Beware Online "Filter Bubbles"* [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s> el 12/06/2017.
- Schinka, X. (2017, marzo 06). Tenemos que avanzar hacia un feminismo para todas. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/24078-tenemos-que-avanzar-hacia-un-feminismo-para-todas> el 12/06/2017.
- Wittig, M. (1978). *El pensamiento heterocentrado*. Apuntes de la cátedra Comunicación y Educación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.