

En *Activismos feministas jóvenes. Emergencias, actrices y luchas en América Latina*. Buenos Aires (Argentina): CLACSO.

Economía Femini(s)ta: activismo científico con perspectiva de género.

Danila Suárez Tomé y Mercedes D'Alessandro.

Cita:

Danila Suárez Tomé y Mercedes D'Alessandro (2019). *Economía Femini(s)ta: activismo científico con perspectiva de género*. En *Activismos feministas jóvenes. Emergencias, actrices y luchas en América Latina*. Buenos Aires (Argentina): CLACSO.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/danila.suarez.tome/21>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pkht/hBH>



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

COLECCIÓN GRUPOS DE TRABAJO



ACTIVISMOS FEMINISTAS JÓVENES

EMERGENCIAS, ACTRICES
Y LUCHAS EN AMÉRICA LATINA

Marina Larrondo y Camila Ponce Lara
[Editoras]

ACTIVISMOS FEMINISTAS JÓVENES

**EMERGENCIAS, ACTRICES
Y LUCHAS EN AMÉRICA LATINA**

Activismos feministas jóvenes : emergencias, actrices y luchas en América Latina / Nora Garita ... [et al.] ; editado por Marina Larrondo ; Camila Ponce Lara.- 1a ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO, 2019.
Libro digital, PDF - (Grupos de trabajo)

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-722-479-5

1. Feminismo. 2. Jóvenes. 3. Movimiento Social. I. Garita, Nora. II. Larrondo, Marina, ed. III. Ponce Lara, Camila, ed.
CDD 305.4201

Otros descriptores asignados por CLACSO:

Feminismos / Estudios de Género / Juventudes / Movimientos Sociales / Movilizaciones / Activismo Político / Estado / Políticas Públicas / Pensamiento Crítico / América Latina

Colección Grupos de Trabajo

ACTIVISMOS FEMINISTAS JÓVENES

EMERGENCIAS, ACTRICES Y LUCHAS EN AMÉRICA LATINA

Marina Larrondo y Camila Ponce Lara
(Editoras)

Nora Garita | Marina Larrondo | Camila Ponce | Valeria
Manzano | Lucía Miranda Leibe | Beatriz Roque López |
María Victoria Seca | Ana María Castro Sánchez | José Raúl Ruiz |
Adriana Arroyo Ortega | Vanessa Londoño Marín | Danila
Suárez Tomé | Mercedes D'Alessandro

Grupo de Trabajo Infancias y juventudes





CLACSO

Consejo Latinoamericano
de Ciencias Sociales

Conselho Latino-americano
de Ciências Sociais

Colección Grupos de Trabajo

Director de la colección - Pablo Vommaro

CLACSO - Secretaría Ejecutiva

Karina Batthyány - Secretaria Ejecutiva

Nicolás Arata - Director de Formación y Producción Editorial

Pablo Vommaro - Director de Investigación

Lucas Sablich - Coordinador Editorial

Equipo

Rodolfo Gómez, Giovanni Daza, Teresa Arteaga, Cecilia Gofman, Natalia Gianatelli y Tomás Bontempo



LIBRERÍA LATINOAMERICANA Y CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES

CONOCIMIENTO ABIERTO, CONOCIMIENTO LIBRE

Los libros de CLACSO pueden descargarse libremente en formato digital o adquirirse en versión impresa desde cualquier lugar del mundo ingresando a www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana

ISBN 978-987-722-479-5

© Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales | Queda hecho el depósito que establece la Ley 11723.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su almacenamiento en un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia u otros métodos, sin el permiso previo del editor.

La responsabilidad por las opiniones expresadas en los libros, artículos, estudios y otras colaboraciones incumbe exclusivamente a los autores firmantes, y su publicación no necesariamente refleja los puntos de vista de la Secretaría Ejecutiva de CLACSO.

Los trabajos que integran este libro fueron sometidos a un proceso de evaluación por pares.

CLACSO

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - Conselho Latino-americano de Ciências Sociais

Estados Unidos 1168 | C1023AAB Ciudad de Buenos Aires | Argentina

Tel [54 11] 4304 9145 | Fax [54 11] 4305 0875 | <clacso@clacsoinst.edu.ar> | <www.clacso.org>

Patrocinado por la Agencia Sueca de Desarrollo Internacional



ÍNDICE

Agradecimientos		9
Nora Garita Prólogo		11
Marina Larrondo y Camila Ponce Activismos feministas jóvenes en América Latina. Dimensiones y perspectivas conceptuales.		21
FEMINISTAS Y JÓVENES EN MOVIMIENTOS		
Valeria Manzano Feminismo y juventud en la Argentina del siglo XX		41
Lucía Miranda Leibe y Beatriz Roque López El Mayo Estudiantil Feminista de 2018 en la Pontificia Universidad Católica de Chile. “La Revolución es Feminista”		59
María Victoria Seca “Estamos haciendo historia”: Activismos juveniles por el derecho al aborto en Mendoza (Argentina)		79
FEMINISMOS, DISIDENCIAS Y REPERTORIOS DIVERSOS		
Ana María Castro Sánchez La acción política del movimiento feminista a partir del arte como práctica política. Una mirada desde Colombia		101
José Raúl Ruiz Pensar (se) como callejeras. Acciones colectivas del grupo de apoyo a personas trans en Bogotá		127
Adriana Arroyo Ortega Cuerpo: aproximaciones danzantes, puntos de reflexión y resistencia desde la narrativa de una joven emberá		143

RELATOS ACTIVISTAS

Vanessa Londoño Marín

Húmedas, pecadoras, trans-formadas en la palabra de Dios. El caso de mujeres lesbianas en la Primera Iglesia Bautista de Manizales | 161

Danila Suárez Tomé y Mercedes D'Alessandro

Economía Femini(s)ta: activismo científico con perspectiva de género | 171

Camila Ponce y Marina Larrondo

Nuevos Activismos y liderazgos feministas: Rosario dinamitera, activista, humorista y trabajadora chilena | 187

Biografía de los autores

| 199

ECONOMÍA FEMINI(S)TA: ACTIVISMO CIENTÍFICO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Danila Suárez Tomé y Mercedes D'Alessandro*

INTRODUCCIÓN

Economía femini(s)ta es una organización creada y liderada por mujeres. En mayo de 2015 nace como un blog de dos economistas que publican una nota sobre la brecha salarial entre varones y mujeres en la Argentina. Tres años después, en enero de 2018, Economía femini(s)ta se convierte en una Asociación Civil que reúne a economistas, filósofas, artistas, comunicadoras y un diseñador, que ejercen sus profesiones con perspectiva feminista y han encontrado en este espacio la posibilidad de colectivizar su trabajo. Además, la organización cuenta con una numerosa cantidad de voluntarias y voluntarios. El objetivo principal del grupo es abordar la investigación, divulgación, enseñanza y difusión de temas relacionados con la igualdad de género, con un especial énfasis en la fundamentación en datos y argumentos. Economía Femini(s)ta busca ser parte activa de la transformación social que vive la Argentina —y el mundo— a través del activismo científico y feminista.

* Agradecemos a Justina Lee, Magalí Brosio, Laura Belli, Agostina Mileo, Lina Castellanos y Juan Manuel Ontivero por haber contribuido a la producción del presente artículo.

1. ORÍGENES Y CONSOLIDACIÓN DE ECONOMÍA FEMINISTA

1.1. DEL BLOG A LA ASOCIACIÓN CIVIL

Economía Femini(s)ta comienza en abril de 2015 de la mano de las economistas Mercedes D'Alessandro y Magalí Brosio. En sus inicios, a través de un blog en Internet y de cuentas en redes sociales, D'Alessandro y Brosio empiezan a compartir contenidos que cruzan la economía con el feminismo, llevando trabajos metodológicos o artículos científicos especializados y complejos a un lenguaje más accesible. De este modo, Economía Femini(s)ta se perfila, en un primer momento, como un espacio desde el cual analizar temáticas dentro del campo de la economía, con una perspectiva de género.

La iniciativa surgió por inquietudes personales, pero también por necesidades y preocupaciones profesionales, ya que las fundadoras descubrieron que las herramientas teóricas y metodológicas con las que contaban eran insuficientes para dar respuesta a un problema que consideraban relevante: la desigualdad económica entre varones y mujeres. Además, tanto el ambiente como las discusiones económicas en las que ellas estaban inmersas también se encontraban sesgadas: la gran mayoría de los portavoces públicos sobre economía eran —son— varones. Y si bien la economía feminista en tanto campo disciplinar ha sido reconocida como una corriente de pensamiento dentro de la ciencia económica desde hace varias décadas, estos contenidos se encuentran usualmente ausentes de la mayoría de los planes de estudio de enseñanza formal a lo largo de todo el país.

Luego de varias lecturas formativas, y empleando como base la importante producción académica existente sobre este tema, D'Alessandro y Brosio publicaron en abril de 2015 un artículo de divulgación general en el cual intentaban arrojar luz sobre la brecha salarial por género. La nota se publicó en un blog que ellas mismas abrieron, llamado "Economía feminita". La repercusión fue tan significativa que el blog creció más de lo esperado. Recibieron llamadas de radios, periodistas y colegas. El artículo tuvo mucha difusión en redes sociales y generó debates interesantes. Esta recepción favorable fue un estímulo para seguir avanzando. A partir de ello, se continuó compartiendo bibliografía ampliatoria sobre el tema, así como también contenido de elaboración propia que tenía como objetivo ser accesible a un público no especializado (ni en economía ni en feminismo).

A menos de un año de haber comenzado con este blog, y como respuesta a su crecimiento, se suman la economista Violeta Guitart y la diseñadora y desarrolladora web Agurtzane Urrutia. Es Urrutia quien transforma la imagen de Economía femini(s)ta y convierte el blog en un sitio de internet accesible, más fácil de navegar y con soporte para

infografías, galerías de fotos, documentos y archivo. En septiembre de 2016, el sitio recibe el Premio Lola Mora de la Dirección General de la Mujer del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires como “Mejor medio digital”, por el trabajo en visibilización de los problemas económicos que afectan a las mujeres en la Argentina.

En diciembre de 2016 se publica el libro *Economía feminista. Cómo construir una sociedad igualitaria (sin perder el glamour)*, de Mercedes D’Alessandro. La primera edición de este libro se agotó a menos de dos semanas de salir a la venta y alcanzó su tercera edición en apenas cuatro meses y estuvo entre los más vendidos del rubro “economía y negocios”, lo que puso de manifiesto la avidez por el tema que trata. Fue presentado en el Congreso de la Nación, en la Legislatura porteña, en el Consejo Municipal de la ciudad de Misiones, en más de veinticinco ciudades de Argentina y una docena de universidades públicas, así como también en sedes de sindicatos, bibliotecas y espacios de gestión de trabajadores y trabajadoras. Fue declarado de Interés Social en la Ciudad de Buenos Aires, Corrientes, Posadas (Misiones), Salta, Tucumán y Río Negro (Tierra del Fuego). Este libro es fruto de la experiencia de la autora frente a las discusiones que se le presentan en el día a día en los intercambios con el público de las diferentes redes sociales de Economía femini(s)ta, así como de los debates cada vez más profundos que se dan en el movimiento feminista del cual el grupo es parte. El libro impulsa aún más el sitio web al tiempo que se constituye como una referencia en el tema. Sirve, además, como una excusa para abrir una multiplicidad de intercambios con mujeres de distintas partes del país, Chile y Uruguay, así como también de diferentes ámbitos (universidades, política, organizaciones barriales, sindicales, estudiantes, entre otras).

En marzo de 2017, Economía femini(s)ta llega a un punto de inflexión y se convierte en un grupo de trabajo más amplio, sólido y activo. Después de más de un año, muchas personas se habían acercado a Economía femini(s)ta a través de las redes sociales, principalmente, para intercambiar ideas o incluso para publicar alguna nota en el sitio web. En el marco del 8 de marzo y el Paro Internacional de Mujeres, las ecofeministas y estas nuevas colaboradoras deciden hacer una edición especial de notas que abarcan distintas facetas de la desigualdad de género, más allá de la economía. Para este especial llegan a trabajar más de treinta personas, en su mayoría mujeres, de manera colaborativa, leyéndose entre sí, debatiendo, editando, compartiendo sus impresiones, datos, fotos, ilustraciones y bibliografía. La edición especial por el 8 de marzo de 2017 termina produciendo más de diez notas con tópicos que van desde la salud hasta los robots, desde el futuro del empleo hasta el costo de menstruar, todas atravesadas por

la perspectiva de género. Además, se publican crónicas en donde diversas personas cuentan sus sensaciones y experiencias a partir de lo que fue el Primer Paro Internacional de Mujeres. En ese contexto se lanza también la campaña MenstruAcción (de la que hablaremos más adelante), que visibiliza a la menstruación como un factor más de desigualdad social de género.

1.2. CONSOLIDACIÓN DE ECONOMÍA FEMINI(S)TA COMO ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL

Así como el blog surge al calor del “Ni Una Menos” —pocos días antes de la primera movilización masiva en contra de los femicidios en la Argentina—, el grupo se consolida como un espacio de producción de conocimiento con un proyecto más claro durante el Primer Paro Internacional de Mujeres en 2017. Dos manifestaciones feministas, cruciales en la construcción política colectiva del país, fueron las que marcaron tanto el punto de partida como el hito fundacional del grupo que hoy compone Economía femini(s)ta. Se sumaron durante ese proceso las filósofas Laura F. Belli y Danila Suárez Tomé, la comunicadora científica Agostina Mileo, la periodista Aldana Vales, la ilustradora Lina Castellanos, el diseñador gráfico Andrés Snitcofsky, la estudiante de economía Lucía Espiñeira, la fotógrafa y productora audiovisual Lucila de Arizmendi, y la activista y especialista en derecho Lala Pasquinelli. Lo que había empezado como un proyecto de economistas inmerso en su área de trabajo, se constituye en esta instancia como un espacio de trabajo colectivo e interdisciplinario que toma la desigualdad como eje transversal a las diferentes disciplinas y al trabajo con datos como la principal herramienta en común. La ampliación en la cantidad de integrantes obliga a sistematizar mejor los propósitos, objetivos y estrategias de la producción grupal, comenzando a funcionar como un espacio más homogéneo, aunque no sin muchas dificultades, en tanto y en cuanto el aprendizaje sobre cómo hacer funcionar una organización tal y como se ideó se fue dando a medida en que se avanzaba en la práctica.

Durante 2017 el grupo lleva adelante diversas actividades y proyectos, crecen las alianzas con organizaciones sociales y otros grupos de trabajo. Pero aparece un obstáculo muy preciso: lo que había empezado como un proyecto personal y sin más objeto que contribuir a una discusión en un área específica, se convirtió en un trabajo demandante que involucra a muchas personas y con un gran impacto sobre el debate público. Esto último conlleva mucha responsabilidad en cuanto a la producción que se realiza y lo que se publica en las redes sociales. Además, fue aumentando la carga de trabajo a medida que se expandía el impacto, haciendo muy dificultosa la participación

voluntaria de las personas que integran el grupo, ya que cada quien tiene su propio trabajo a tiempo completo.

Esta situación es la que motiva a buscar un nuevo formato que permita profesionalizar las tareas y generar recursos financieros. Es así como el 26 de enero de 2018 nace la Asociación Civil Economía Femini(s)ta, que se funda con el deseo de expandir el trabajo de la organización, así como también de ampliar sus horizontes y alcanzar nuevos espacios. Esta decisión obligó al equipo a reorganizar los propósitos y establecer objetivos más claros para poder administrar mejor las fuerzas. En ese año se suman Justina Lee y Natsumi Shokida, estudiantes de Economía, y Florencia Tundis, economista y guionista. El año 2018 fue un período de consolidación del grupo y también de desafíos, dada la magnitud de proyectos que se realizaron y la participación activa en el debate más importante que se dio el feminismo en los últimos años: el aborto legal, seguro y gratuito, del cual la organización participó activamente a través de la difusión de datos y presentaciones en los debates de comisiones en el Congreso de la Nación.

La misión de Economía Femini(s)ta como Asociación Civil es generar y difundir conocimiento sobre cuestiones de género, generalmente ausentes en las currículas académicas, la prensa y muchas veces ignoradas por los responsables de las políticas públicas. Además, parte de la labor realizada consiste en involucrar y dar herramientas al público interesado para que se sume a construir colectivamente una sociedad más igualitaria. Las actividades principales de la Asociación incluyen capacitaciones, cursos, charlas, eventos y talleres, entre otros, que permiten socializar conocimiento sobre temáticas de género, investigaciones con perspectiva de género en el campo académico y de comunicación y producción de contenidos originales para divulgación. Existe, además, una comunicación fluida a través de las redes sociales, que sirve para generar un vínculo más directo con quienes participan en las actividades o siguen el trabajo diario del equipo. De hecho, en ese intercambio virtual se formó la mayor parte del grupo de trabajo. Es decir, las personas que forman parte de la colectiva Economía femini(s)ta se acercaron casi exclusivamente a través de las redes sociales. Esto es para el grupo un hecho importante para destacar, dado que es un reflejo de cómo este espacio puede contribuir no solo a posicionar temas en la agenda de debate pública, sino también a encontrarse, leerse y dar espacio a otras voces e ideas que muchas veces son difíciles de ver en medios hegemónicos, espacios académicos o de trabajo.

A lo largo de estos años de trayectoria, el equipo descubrió la importancia del trabajo colaborativo. Es así que, desde su surgimiento hasta hoy, Economía femini(s)ta coordina campañas,

investigaciones, publicaciones y debates en organizaciones sociales, universidades, espacios de mujeres y gobiernos. En el último período, además, se comenzaron a tejer relaciones con organizaciones y activistas de otros países de la región, lo cual ha enriquecido notablemente la producción del grupo. Durante 2017 y 2018 participó en actividades en Colombia, México, Alemania, Francia, España, Uruguay y Estados Unidos. En 2018, Economía Femini(s)ta formó parte de la comitiva oficial que representa a la Argentina en la reunión anual en las Naciones Unidas de la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer, principal órgano internacional intergubernamental dedicado exclusivamente a la promoción de los derechos de las mujeres.

La constitución del grupo como asociación civil, como se ha visto, obligó a redefinir metas, clarificar objetivos y planificar de modo más sistemático las actividades a futuro. El desafío más grande que existe por delante es lograr que Economía Femini(s)ta sea un proyecto autosostenible y que, en ese camino, no pierda su independencia editorial y política.

2. LA DESIGUALDAD DE GÉNERO SE PUEDE MEDIR, COMUNICAR Y ERRADICAR

2.1. LA NECESIDAD DE HACER VISIBLE EL SESGO ANDROCÉNTRICO

La desigualdad social es una regla, no la excepción en el mundo, pero gracias a los avances del feminismo cada vez es más claro que esta desigualdad está atravesada y agravada por el género. Hay un elemento que ha permanecido invisible y que es necesario desenmascarar: el trabajo doméstico y de cuidado no remunerado, culturalmente asociado a lo femenino y ejercido por mujeres. Economía Femini(s)ta centra su activismo en hacer visible cómo a partir de la distribución asimétrica de este trabajo no pago y los roles de género que subyacen a estas relaciones económicas es que se gestan múltiples formas de desigualdad.

Las propuestas económicas actuales no parecen poder dar cuenta de la realidad de más de la mitad de la población, invisibilizada en el análisis económico tradicional donde se analiza la sociedad a partir de un *homo economicus*. Este sujeto que debiera representar a todos y todas, en realidad se comporta como un varón cis, adulto, burgués, blanco, heterosexual. Es decir, es el sujeto que tiene las mejores posibilidades de realizarse en el mercado. Generalizar su situación profundiza los procesos de diferenciación de los diversos colectivos y no da cuenta de la realidad en la que vivimos. La ausencia de estadísticas oficiales, además, evidencia el sesgo de género que

existe en el diseño e implementación de políticas públicas, impidiendo la visibilización y resolución de los problemas de las mujeres y personas trans.

En nuestro país, disminuir el desempleo y la precarización laboral implica necesariamente atender la situación de las mujeres: ellas presentan niveles de desempleo superiores al promedio: más de un tercio de las trabajadoras está precarizada, ganan en promedio el 26% menos que sus pares varones en el mercado formal, mientras que la brecha salarial de las que tienen trabajos precarios llega al 34%. La maternidad constituye un factor de penalización laboral para las mujeres que se manifiesta no solo en que aquellas que tienen hijos/as ganan menos que aquellas que no, sino que además la asimetría entre las licencias de maternidad (tres meses) y paternidad (dos días) son un incentivo a la menor actividad económica de ellas y genera también obstáculos para una inserción laboral plena y el crecimiento en jerarquías ocupacionales. Esto se relaciona directamente con la distribución asimétrica del trabajo doméstico no remunerado de la que hablábamos antes.

El trabajo doméstico no remunerado es el trabajo que queda generalmente dentro de la esfera doméstica y tiene que ver con la crianza de los hijos e hijas, el cuidado de personas mayores o con discapacidad. La limpieza del hogar, de la ropa y todas las tareas que mantienen funcionando un hogar. Todas estas tareas toman tiempo del día que, indefectiblemente, para mujeres y varones tiene veinticuatro horas. Según una encuesta del INDEC sobre el uso del tiempo, nueve de cada diez mujeres hacen tareas dentro del hogar, mientras que cuatro de cada diez varones no hacen ninguna. Dentro de estas personas que participan de las tareas, las mujeres dedican casi seis horas y media al día (en promedio), mientras que los varones lo hacen en un promedio de tres horas. Es por esto, entre otras cuestiones que hacen a la estructura del funcionamiento productivo, que es indispensable una mirada de género en la economía.

2.2. UNA COMUNICACIÓN FEMINISTA

La información es clave para entender nuestra realidad, y este es un paso en el camino de transformarla. La comunicación pública de la ciencia tiene un lugar central en Economía Femini(s)ta. Con vistas a poder difundir las herramientas teóricas y metodológicas que la economía feminista, en particular, y la teoría feminista, en general, han desarrollado para eliminar este sesgo de género y generar incidencia pública, se mantiene un sitio web desde los inicios de la agrupación. El sitio funciona como espacio en donde se centralizan noticias, artículos, videos y repositorios de datos, que también son difundidos a

través de las redes sociales (Twitter, Facebook, Telegram e Instagram, principalmente).

Es central que la mayor cantidad de personas puedan acceder a esta información, por lo que gran parte de la tarea de Economía Femini(s)ta consiste en tender puentes entre el trabajo académico y técnico y el público en general. Los artículos que se publican en el sitio web persiguen el objetivo de sumarse a las discusiones de la coyuntura, pero con una visión crítica que cuestiona los discursos androcéntricos y da argumentos para afirmar que la desigualdad es producto de la jerarquización social de los sexos, y que esta desigualdad es constitutiva del modo en el que concebimos y construimos la sociedad. Es decir, nuestra sociedad es androcéntrica porque nuestra concepción del mundo lo es, pero hay alternativas y herramientas para transformarla.

Toda la producción de contenidos y campañas de Economía Femini(s)ta se basan en estudios actuales, indicadores, estadísticas y desarrollos teóricos que son citados y referidos. La identidad de la Asociación se basa en la difusión de conocimiento basado en datos y argumentos sólidos. La idea detrás de esto es ofrecer claves de acción en el mundo y de incidencia en los movimientos populares, utilizando la producción formal de conocimiento como herramienta, pero también transformando los mismos espacios y debates académicos. En esta dirección, la publicación del libro *Economía feminista* (2016) de Mercedes D'Alessandro ha sido una contribución valiosa al debate sobre la perspectiva de género en la economía. El libro no solo es usado en el ámbito educativo sino que, además, ha sido de gran utilidad para personas que no tienen formación en economía. El libro *Que la ciencia te acompañe* (2018) de Agustina Mileo, también representa una contribución importante al cuestionamiento de los discursos hegemónicos sobre la actividad científica. Ambos recogen una experiencia formal y académica, debates teóricos de profundidad, pero lo hacen con un lenguaje claro y con una estructura didáctica.

La especificidad del enfoque en la desigualdad material, observada desde una perspectiva de género, transformó a Economía Femini(s)ta en una referencia ineludible tanto en los medios de comunicación como también en universidades, sindicatos, espacios políticos y diversos organismos estatales que se han acercado a la Asociación en busca de formación a través de actividades como charlas, talleres y asesorías. Gracias al trabajo activo del grupo se ha podido tener tanto una intervención importante en el debate público y mediático, como una incidencia concreta en la construcción de la agenda feminista del país. Desde Economía Femini(s)ta se ha logrado instalar en la discusión pública temas como la brecha salarial, el trabajo doméstico no

remunerado, la menstruación como un factor de desigualdad económica, el techo de cristal en la participación política de las mujeres y la dimensión de desigualdad económica en la ilegalidad del aborto, entre otros.

Para Economía Femini(s)ta las redes sociales son un espacio de activismo vivo donde se construyen y canalizan demandas políticas. A través de ellas, el feminismo ha podido romper barreras geográficas y hacer crecer sus vínculos. Sin lugar a dudas, las redes sociales son una herramienta fundamental en el avance del feminismo, puesto que se constituyen como un espacio en el cual las mujeres y disidencias pueden hacer escuchar sus voces, opiniones y divulgar su trabajo por fuera de la histórica exclusión en los medios de comunicación tradicionales y, también, de los espacios de producción de conocimiento formal. Es por ello que uno de los modos más importantes de intervención política de Economía Femini(s)ta ha sido el uso diario de diversas redes sociales, a partir de las cuales se ha logrado generar una comunidad de más de 200 mil usuarios y usuarias que reciben a diario diferentes contenidos e interactúan con el equipo a partir de las diversas plataformas. En lo cotidiano, se comparte información, notas, estadísticas y contenidos de interés feminista, y se aprovecha esa instancia para intercambiar ideas y recursos con quienes trabajan con perspectiva de género en diferentes ámbitos del conocimiento. La comunidad virtual de Economía Femini(s)ta es de las más grandes de la Argentina y también de Latinoamérica. Gran parte de la repercusión positiva se debe al espíritu de trabajar activamente en estas plataformas, entendiendo que gran parte del valor de mucha de la producción académica o las investigaciones cuantitativas se pierde si no son accesibles a todxs.

2.3. ESTÉTICA FEMINISTA

Desde el principio de Economía Femini(s)ta, y con la transición desde blog a sitio web, el aspecto estético tiene un rol crucial en la comunicación de la información, y se ha encontrado en las imágenes una potente herramienta de difusión, en particular para el tráfico que generan en las redes sociales. Es por ello que parte de la búsqueda de la identidad de la Asociación también implicó encontrar una línea visual propia. El trabajo de la diseñadora Agurtzane Urrutia, en un primer momento, se vio potenciado con la llegada de la ilustradora Lina Castellanos, quienes con la colaboración del diseñador Andrés Snitcofsky construyeron una identidad visual propia.

El trabajo estético que se realiza desde la escogencia de imágenes, la realización de los gráficos, las ilustraciones y el diseño de las piezas gráficas está pensado para un lector o lectora que no tiene una cercanía habitual con la información que se le presenta. De esta

manera se procura que el lector y la lectora no solo puedan acercarse más fácilmente a la producción de nuestra colectiva sino también replicarla y difundirla. El diseño de las campañas específicas de Economía Femini(s)ta se desarrollan de manera coherente con la línea visual global de la Asociación y en línea con el concepto que cada campaña implica. La campaña MenstruAcción, por ejemplo, terminó de definir los colores y estética de las piezas, con la adaptación del logo a un megáfono que gotea sangre, acompañado de ilustraciones que no solo comunican el objetivo de la campaña sino que invitan a participar de ella.

El FeminIndex (2017) y el Mundial de la Igualdad (2018) (de las cuales se hablará más adelante) son campañas diseñadas pensando en la interacción de las usuarias y los usuarios con las consignas propuestas. De esta manera, la comunicación de ambas campañas posee una dimensión lúdica expresada en una estética que replica los juegos de mesa, en el caso de la primera, y los videojuegos (8 bit) en el caso de la segunda, acompañándolos, además, de recursos propios de cada uno de los lenguajes escogidos. En el caso del Feminindex, se diseñaron cartas con puntajes (íconos propios de esta estética), además de ilustraciones de feministas históricas que conectaran el contenido conceptual con la plataforma. En el caso del Mundial de la Igualdad, se desarrolló una estética que resultara acorde al evento futbolístico, con una mascota similar a las mundialistas, íconos futbolísticos y datos estadísticos graficados dentro de esta misma estética.

El lenguaje visual de Economía Femini(s)ta se trasladó en 2018 a la producción de recursos audiovisuales. Con la incorporación de la productora audiovisual Lucila de Arizmendi y la guionista Florencia Tundis al grupo de trabajo, se logró realizar una primera pieza audiovisual, “Eso que llaman amor es trabajo no pago”, un corto de dos minutos en donde se expone de manera didáctica, a través de ilustraciones y gráficos animados y con la voz en *off* de la actriz Mercedes Morán, la dimensión invisibilizada del trabajo doméstico no remunerado, para invitar al público a reflexionar sobre las desigualdades en el mercado laboral y demandar políticas públicas que cierren las brechas. Este corto es una gran síntesis de un largo proceso de aprendizaje conjunto en donde se pudieron ensamblar imágenes, ilustraciones y contenidos académicos.

2.4. FORMACIÓN FEMINISTA

Otra importante parte constitutiva del activismo de Economía Femini(s)ta es la propuesta académica y formativa, canalizada a través de una plataforma educativa que incluye una serie de cursos online a distancia y algunos presenciales. En estos cursos se ofrece un espacio

para que las personas obtengan herramientas teórico-prácticas que puedan utilizar tanto en sus vidas personales y profesionales como en sus comunidades. Hasta el momento, se han impartido cursos de teoría feminista, economía feminista, género y datos, comunicación feminista y de formación en temas de coyuntura y agenda política y social con perspectiva de género.

Desde la organización se ofrece una plataforma educativa, ya que a menudo la información difundida sobre cuestiones de género no posee rigor conceptual, datos cuantitativos sólidos y la accesibilidad necesarios para lograr un buen análisis de estas cuestiones. Algunas de las personas que conforman el grupo tienen larga experiencia docente, de investigación y de coordinación académica, lo que facilitó la posibilidad de concretar una propuesta formativa de calidad. Los cursos se presentan como un complemento al trabajo de divulgación académica de la Asociación y posibilitan a quienes cursan emprender un estudio más sistemático de los temas que se encuentran en el centro de la discusión.

Entre 2016 y 2018 han cursado más de 1.000 personas en las diferentes propuestas de talleres y cursos. En el caso de los cursos online, se ha logrado llegar a otros países de Latinoamérica y el Caribe, además de Norteamérica, Europa y África, permitiendo, a la vez, ampliar el espectro de impacto geográfico y generar un intercambio más rico en experiencias entre cursantes. También se han podido establecer alianzas fructíferas e importantes a través de esta propuesta educativa, en tanto se ha trabajado en conjunto con el Centro Cultural Tierra Violeta, de la Red Argentina de Género, Ciencia y Tecnología, con la fundación MujeresxMujeres de Tucumán, con la fundación Contemporánea de Salta, con la organización Asuntos del Sur y con OXFAM de México. En 2018, la Universidad Nacional de Quilmes tuvo por primera vez en su oferta de posgrado una materia de Economía con perspectiva de género, dictada por Mercedes D'Alessandro y cuyo contenido es producto de todo el trabajo previo dentro de la propuesta educativa de la Asociación. De este modo, se ha logrado no solo generar propuestas educativas que articulan la producción académica con un público amplio sino también llegar a lugares donde esta oferta es muy escasa o nula. Además, a partir de la otorgación de becas totales y parciales, desde la Asociación se ha podido ofrecer enseñanza a personas comprometidas en proyectos territoriales a lo largo del país y, también, de Latinoamérica, que han podido hacer uso de estas herramientas para generar impacto en sus propias comunidades.

El trabajo de divulgación de investigaciones académicas y los debates acerca de la necesidad de incluir más mujeres en estos espacios han generado también numerosas invitaciones a participar

de la organización de congresos académicos de orden nacional e internacional. En 2018, por ejemplo, Economía Femini(s)ta fue co-organizadora del Congreso de Desarrollo Económico Julio H. Olivera en la Universidad de Buenos Aires y del eje especial de debate sobre Hegemonía global en disputa en CLACSO, entre otros.

3. DATACTIVISMO FEMINISTA

3.1. DEL ACTIVISMO TERRITORIAL A LOS PROYECTOS DE LEY

En Economía Femini(s)ta se llevan adelante también proyectos de activismo político bajo la forma de campañas que conectan información y conocimiento con acciones colectivas, para lograr un reconocimiento más amplio de los derechos de las mujeres y otras identidades subalternizadas. Una de las primeras campañas de Economía Femini(s)ta fue MenstruAcción, una iniciativa que puso en agenda la desigualdad económica existente entre las personas que menstrúan (y deben comprar regularmente productos de gestión menstrual) y quienes no. MenstruAcción se lanzó en el Paro Internacional de Mujeres de 2017, en primera instancia, como una colecta de productos de gestión menstrual para distribuir a lo largo del país a espacios en donde se necesitaran. Pero también se acompañó la colecta con tres pedidos fundamentales: la eliminación del IVA en estos productos, en tanto son de primera necesidad y no cosméticos; el reparto de tampones y toallas menstruales gratuitos en espacios públicos como escuelas, hospitales, cárceles y refugios; y la investigación del efecto que tiene el uso de agroquímicos en los productos componentes de toallitas y tampones.

La campaña, que comenzó con una modesta colecta, generó un gran impacto a nivel legislativo: se presentaron dos proyectos de ley de alcance nacional que piden la exención impositiva y la provisión gratuita de los productos de gestión menstrual, y otros nueve a nivel municipales y provinciales que destacan la necesidad de que el Estado garantice que las mujeres, niñas y personas menstruantes de bajos recursos accedan de manera gratuita a elementos que les permitan gestionar su menstruación. Con esta campaña la Asociación enriqueció su conocimiento de la dimensión legislativa de la esfera política, pudiendo visualizar la incidencia a la que puede aspirar en dicha esfera. Lala Pasquinelli, especialista en Derecho, fue quien pudo darle forma de proyecto de ley a las ideas del equipo y generar un material que sirva de base para acercar a legisladores y legisladoras. En 2018, en el marco del Paro Internacional de Mujeres, se produjo desde Economía Femini(s)ta un nuevo proyecto de ley de jubilación para la ama de casa, que luego fue presentado formalmente en el Senado argentino por una senadora de San Luis.

3.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA COLECTIVA

A partir de la comunidad conformada y el uso estratégico de las redes sociales, también se han podido desarrollar diversas actividades colaborativas de producción de información para incidir en la vida democrática de la Argentina. La herramienta *FeminIndex*, a través de la cual se puntuaron a los candidatos y las candidatas a diputados/as y senadores/as de acuerdo con si se comprometían o no con las demandas de la agenda feminista, logró viralizarse y generar la necesidad de que se les preguntara por temas como el aborto, el cupo laboral travesti-trans, la violencia de género y la Educación Sexual Integral (ESI), entre otros, y que realizaran declaraciones públicas al respecto. En 2018, la iniciativa *FeminIndex* fue seleccionada para ser presentada el *World Forum for Democracy* en la ciudad de Estrasburgo (Francia). Este foro se caracteriza por destacar las tecnologías y experiencias desarrolladas en distintos lugares del mundo que incentivan al debate político y democrático.

Como dice el único varón (por ahora) de Economía femini(s)ta, Andrés Snitcofsky, “creamos herramientas de las cuales somos las principales usuarias y usuarios”. Así como el *FeminIndex* surgió de la pregunta en torno a qué compromiso tendría cada candidato y candidata con la agenda de género, fue a partir de la propia curiosidad en torno a cómo se presentaba el panorama en ocasión del largo debate por el tratamiento de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) que se generó una planilla colaborativa llamada “Contando porotos para el aborto legal”. En esta planilla se llevó adelante la cuenta de los votos a favor y en contra del aborto legal con base en declaraciones públicas. La tarea resultó ser muy demandante, dado que se trataba de 257 diputados y diputadas y 72 senadores y senadoras, y el objetivo era saber cómo votarían en el recinto, así como también conocer detalles, como, por ejemplo, a qué bloque pertenecían, a qué provincia, su edad y religión, entre otros. Esta planilla, finalmente, se completó a partir de la participación de la audiencia de Economía Femini(s)ta. En una simple hoja de Excel que se viralizó en redes sociales, cualquier persona podía cargar la información que tuviera de diputados/as y senadores/as con respecto a la legalización del aborto, pero también información sobre sexo, edad, cuenta de Twitter, etcétera.

Esta actividad puso en funcionamiento a toda la comunidad que rodea a la Asociación y sus resultados sirvieron como fuente de datos tanto para la gente que estaba dentro de los recintos de votación como para las personas que estaban en la vigilia afuera del Congreso esperando los resultados y también a quienes estaban en sus casas. Los datos recabados fueron citados en medios nacionales e internacionales,

incluyendo El País (España) y *The New York Times* (Estados Unidos). La información recolectada en la planilla derivó en la creación de una plataforma de activismo cívico llamada “Activá el Congreso”, que permitía interpelar a diputados/as y senadores/as para que votaran afirmativamente el proyecto. La planilla “Contando porotos” y “Activá el Congreso” fueron destacadas por varias organizaciones y expertos que hacen seguimiento de estrategias, plataformas y tecnologías de incidencia democrática. Frente a un horizonte en el que las redes sociales se inundan de *fake news* (noticias falsas), *trolls* y *bots*, se realizó un gran esfuerzo por generar mayor compromiso con la información de calidad, los datos y la evidencia como un elemento en el discurso cotidiano.

En 2018, Economía Femini(s)ta fue invitada a participar del debate por la Interrupción Voluntaria del Embarazo en el Congreso de la Nación. La bioeticista Laura F. Belli argumentó acerca de la necesidad de la aprobación de la ley como solución a un problema de salud pública y la economista Candelaria Botto presentó los datos que muestran cómo la legislación de este tema también es expresión de la desigualdad entre ricas y pobres.

3.3. RED DE ACTIVISMO COOPERATIVO

En estos años transcurridos, Economía Femini(s)ta ha realizado alianzas con organizaciones de distintos tipos, como ONG, movimientos populares, agrupaciones de colegios secundarios, activistas de derechos humanos y de la diversidad sexual y medios independientes. A partir de ellas, se ha logrado intervenir en diversos espacios generando eventos y campañas en torno a temas de tecnología, datos, ciencia y política. Se han realizado “Editatones” de mujeres economistas en Wikipedia, en donde se convocó a la comunidad académica a contribuir a la visibilización de sus referentas intelectuales. También se ha organizado la Locademia de Feministas en Ciudad Cultural Konex, en donde participaron académicas de la filosofía, psicología, salud, travestis y activistas de las economías populares, el arte urbano, entre otras, para contribuir a los debates feministas en un formato novedoso.

Junto a Agencia Presentes, un sitio de periodismo especializado en noticias de los colectivos LGBT+, se generó un mapa del cupo travesti trans que muestra el grado de avance de las leyes que se proponen el acceso al trabajo formal en el Estado por parte de esta población que rara vez consigue un empleo de calidad. Se creó, además, la iniciativa “Mundial de la Igualdad”, que contribuyó a una mayor visibilidad en los medios de los problemas de género que enfrenta cada país que participó en el Mundial de Fútbol de Rusia 2018. Esta iniciativa nucleó

a organizaciones de Colombia, Brasil, Perú y México. Además, fue un espacio de convergencia para quienes trabajan temas de tecnología y comunicación junto con deportistas, clubes y fanáticos/as del fútbol.

CONCLUSIÓN

En los últimos años el movimiento feminista ha crecido significativamente tanto en número como en impacto. Hay cuestiones que se han instalado plenamente en el debate público, como la lucha contra violencia machista, la necesidad de una Educación Sexual Integral y la legalización del aborto, así como se ha conseguido hacer realidad reclamos como la Ley de Paridad 50-50 en las listas de partidos políticos que van a elecciones y que se verá en acción en 2019. Economía femini(s)ta forma parte de este movimiento, se nutre de él y pretende aportar con una mirada crítica y propositiva en este proceso de cambio, a través de la producción, enseñanza y comunicación de material y propuestas feministas basadas en datos y argumentos rigurosos.

El feminismo es, sin lugar a dudas, un movimiento transversal, intergeneracional y horizontal. Como muchas organizaciones que han nacido en este período desde las redes sociales hacia el territorio, Economía Femini(s)ta utiliza la tecnología como una fuerza democratizadora. En el futuro, y a causa del gran impacto que tuvieron iniciativas como las del FemininIndex, MenstruAcción y la planilla “Contando porotos por el aborto legal”, se seguirán generando proyectos que logren articular el activismo territorial con las plataformas de redes sociales, para garantizar una participación activa e informada de cada vez más personas en los procesos democráticos del país.

En esta dirección, la Asociación también tiene como misión contribuir a la construcción de una forma renovada de hacer política, de ejercer los liderazgos y de generar lazos interseccionales, que no repliquen la política patriarcal que constituye el sistema actual. Luchar por la igualdad es una forma de luchar por la transformación del sistema en que vivimos, que la reproduce y alimenta. El futuro es feminista y lo construimos entre todes.