

Gestores de redes en la lucha social

# Tuiteros del mundo, uníos...

*Si los grandes movimientos históricos hicieron revoluciones antes de internet, ¿qué no podemos lograr nosotros con las nuevas herramientas tecnológicas?, se pregunta la gestora de la campaña que visibilizó el acoso callejero.*

Por Verónica Lemi\*

Producción María Agustina Simón



Las redes sociales se han vuelto centrales en la vida de muchísima gente: desde las amistades hasta las campañas políticas, la era de la comunicación transformó la forma de relacionarnos y también el modo en que los activistas llevamos adelante nuestras luchas. Creo que las posibilidades que ofrecen las redes son enormes. No sólo por la difusión del boca en boca (antes literal y hoy como compartir o retweetear), sino por el contacto con activistas de todos lados y la posibilidad de coordinar actividades a nivel mundial.

El caso de Slutwalk es emblemático: en dos meses, lo que dos estudiantes de Canadá empezaron como respuesta a un policía devino en un movimiento internacional que abarca más de 70 ciudades. Lo mismo sucedió con *Occupy*, que en Islandia logró el encarcelamiento de banqueros y políticos corruptos, con un crecimiento económico del 300%. La organización *V-day* llevó el uso de las redes aún más allá con el *One Billion Rising*. "Mil millones de mujeres violentadas es una aberración, mil millones bailando es una revolución", es el lema que propone que el 14 de febrero la gente se reúna para bailar contra la violencia de género. Decenas de ciudades del mundo se sumaron a esta

iniciativa, que ayuda a difundir las realidades horrosas de millones de mujeres del planeta.

Estamos en un momento histórico en el que las redes constituyen nuevas herramientas para las luchas sociales. Es necesario, entonces, que los activistas conozcamos y sepamos utilizarlas al máximo para concientizar. Claro que no basta con la virtualidad, pero sí es imperioso que se aproveche el alcance de las redes para llegar a personas de todas partes y a los medios, que están constan-

## La clave del éxito fue poner en diálogo lo real y lo virtual.

temente atentos a las tendencias virtuales.

En el caso de *Acción Respeto*, ese fue el trabajo: conociendo el mundo del activismo virtual y el funcionamiento de las redes, desarrollamos una campaña que, si bien está anclada en *Facebook*, tiene su correlato en la realidad. Los carteles fueron pensados para funcionar tanto en internet como en la vía pública, pero además, uno de los objetivos era lograr que la gente se acercara desde la calle a la página, que al ver los carteles en la calle se despertara en ellos un interés que los llevara a buscar más información. Creo que la clave del éxito de la campaña

fue poner en diálogo lo real y lo virtual.

Esto permitió que pasara de la calle a las oficinas, las aulas, los medios, las instituciones, los hogares. El debate sobre el acoso callejero atravesó todos los espacios de la sociedad fogueado por los carteles de la calle. Pero si estos mensajes hubieran estado en un solo medio, la calle o internet, no habrían generado tal fenómeno.

Es importante que pensemos nuestras campañas en ese diálogo. Si bien es cierto que no todo el mundo tiene acceso a internet, su uso está tan extendido y ha permeado tanto la vida de las personas, que no reconocer su importancia y las posibilidades que representa para la concientización sobre problemáticas sociales, es perjudicial.

Estas son las herramientas que tenemos, muchas más de las que tuvieron los grandes movimientos históricos. Está en nosotros saber aprovecharlas: si ellos lograron lo que lograron con menos espacios y más obstáculos comunicacionales, ¿qué no podemos lograr nosotros con todas estas posibilidades que las redes nos ofrecen?

\*Impulsora de la campaña *Acción Respeto*, contra el acoso callejero  
<https://es-es.facebook.com/AccionRespeto>