

# Movimiento #NiUnaMenos: observaciones sobre los procesos de construcción de identidades visuales en redes sociales

## *#NiUnaMenos Movement: Observations on the Processes Behind the Creation of Visual Identities on Social Media*

Consuelo Moisset de Espanés\*

**Resumen:** El siguiente artículo es una breve sistematización y memoria de los intercambios y debates suscitados en el marco de la cátedra de Semiótica Aplicada al Diseño de la Licenciatura en Diseño de la Facultad de Arte y Diseño de la Universidad Provincial de Córdoba.

Durante octubre del año 2016, a poco más de un año de haberse constituido el colectivo #NiUnaMenos, se realizaron marchas masivas a nivel nacional en la república Argentina ante un nuevo y brutal femicidio ocurrido en la ciudad de Mar del Plata. Este suceso produjo una gran conmoción en nuestra sociedad y la Universidad Provincial de Córdoba, de manera institucional y a partir de acciones de sus estudiantes y profesores, participó activamente en las marchas reclamando justicia. En ese contexto, y articulando conceptualizaciones teóricas y metodologías provenientes del campo de la semiótica, se analizaron en clase las imágenes que en ese momento circulaban como parte de la campaña de concientización sobre la problemática de los femicidios.

El presente texto pretende dar cuenta de los intercambios teóricos y conceptuales que se dieron en el aula como parte de los procesos de enseñanza/aprendizaje en el área disciplinar, como así también, en la formación ciudadana de los estudiantes.

**Palabras clave:** #NiUnaMenos, semiótica, identidad visual, feminismo

**Abstract:** The following text is a brief attempt at systematizing and accounting for the exchanges and debates that took place within the Chair of Semiotics Applied to Design, which is part of the Design Program at Facultad de Arte y Diseño (School of Arts and Design) and Universidad Provincial de Córdoba (Córdoba State University).

In October 2016, only a year and a half after the collective called #NiUnaMenos was born, there were massive protests throughout Argentina as a result of yet another brutal femicide in the city of Mar del Plata. This was a great source of concern for the general public. Learning on its weight as an institution and through its students and professors, Universidad Provincial de Córdoba participated actively in the protests that soon followed, all of which were aimed at demanding justice. In this context, the photographic images about the grave issue of femicides, which appeared to foster awareness, were analyzed in class by bringing together and merging theoretical frameworks and different methodologies from the field of semiotics.

\* Licenciada en Cine y Televisión. Profesora e investigadora en la Facultad de Arte y Diseño, Universidad Provincial de Córdoba.

[consuelo.moisset@gmail.com](mailto:consuelo.moisset@gmail.com)

Recibido: 05/08/19  
Aceptado: 06/11/19



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 4.0 Internacional.

The aim of this text, then, is to record and preserve some of the many exchanges taking place in the classroom at the time, on a theoretical as well as conceptual level, within the greater curricular process of teaching and learning, with the added purpose of contributing to the development of students as well-rounded, active citizens.

**Keywords:** #NiUnaMenos, semiotics, visual identities, feminism

---

## Introducción

El siguiente artículo presenta una experiencia pedagógica realizada en el marco de la campaña del colectivo #NiUnaMenos durante el año 2016.

Semiótica Aplicada al Diseño es una asignatura del ciclo de complementación curricular de la Licenciatura en Diseño (Facultad de Arte y Diseño: Universidad Provincial de Córdoba [UPC]). En el cursado convergen estudiantes que provienen de distintos campos del diseño (gráfico, indumentaria e interiores) como así también fotógrafos. La población estudiantil es heterogénea y eso posibilita intercambios productivos de puntos de vista provenientes de trayectorias previas diversas. En este contexto, el objetivo de la cátedra es brindar herramientas teóricas y metodológicas, provenientes del campo de la semiótica, que permitan deconstruir procesos de comunicación complejos en los que interviene nuestro objeto de estudio, que es el diseño.

Ante la emergencia del movimiento #NiUnaMenos, y el incentivo institucional de la UPC para participar de las manifestaciones masivas en las calles y en los procesos de concientización sobre los femicidios y las violencias a las mujeres, se consideró oportuno desde la cátedra poner en diálogo los aspectos teóricos referidos al campo disciplinar del diseño con los debates que atraviesan nuestra vida social. La experiencia descrita en este texto fue un ejercicio de análisis de algunas piezas de comunicación visual utilizadas por los adherentes al movimiento para realizar las convocatorias a las marchas. Se considera que este tipo de actividades que vinculan la agenda pública con la vida académica fortalecen la formación tanto en el aspecto profesional como en el ejercicio de una ciudadanía responsable.

Este artículo inicia con la presentación del fenómeno #NiUnaMenos y los modos en que las imágenes identitarias comenzaron a circular en las redes sociales. Luego expondremos la construcción teórica y metodológica en la que se funda la experiencia pedagógica de análisis en clase. Finalmente se señalarán los aspectos

más relevantes de las observaciones realizadas con los estudiantes y las conclusiones.

### **#NiUnaMenos: un fenómeno que irrumpe en la agenda pública y la búsqueda de una identidad visual**

El movimiento #NiUnaMenos (los datos a continuación se obtuvieron de Ni una menos, 2019) nació como un colectivo social de protesta en contra de las violencias hacia las mujeres, principalmente la que se manifiesta de manera más brutal e irreversible: el femicidio. La primera marcha que ocurrió bajo la consigna que le da nombre al colectivo surgió en Argentina en el año 2015. Ante la ausencia de estadísticas oficiales sobre femicidios y violencia de género, un grupo de mujeres escritoras, periodistas y artistas organizaron una maratón de lectura para visibilizar la problemática el 26 de marzo de ese año. Este encuentro de lectura se denominó #NiUnaMenos y ocurrió diez días después de la aparición sin vida del cuerpo de Daiana García en una bolsa de basura.

Hasta ese momento, según los relevamientos no oficiales realizados sobre casos consignados en los medios de comunicación, entre el 2008 y el 2015 se había registrado un aumento de los femicidios del 38% hasta llegar a 286 asesinatos de mujeres por año. Al poco tiempo de esa primera maratón de lectura en la plaza Boris Spivacow, junto al Museo de la lengua y el libro en Buenos Aires, comenzó un tipo de activismo feminista intenso, masivo y novedoso en Argentina.

La primera marcha de #NiUnaMenos fue convocada por este grupo de mujeres en junio de 2015 luego del femicidio de Chiara Pérez, una adolescente de la provincia de Santa Fe que fue asesinada por su novio luego de anunciarle que estaba embarazada. El llamado a manifestarse se viralizó rápidamente por redes sociales y la afluencia a la marcha fue masiva. El 3 de junio se convocaron frente al Congreso de la Nación 300.000 personas y el evento se replicó en varias ciudades del país, entre ellas Córdoba, con una afluencia de 30.000 participantes. A partir de este momento, el movimiento feminista nucleado alrededor de las convocatorias de #NiUnaMenos no pararía de crecer y lograría un fuerte impacto en la agenda pública.

El 19 de octubre de 2016, tras la violación, tortura y asesinato de la adolescente marplatense Lucía Pérez se organizó una manifestación multitudinaria con se-

des en todo el país. La protesta estuvo acompañada del primer paro de mujeres: durante una hora, entre las 13 y las 14, las mujeres abandonaron sus tareas. En el marco de esta marcha se sitúa la observación y análisis de las imágenes como ejercicio en la cátedra de Semiótica Aplicada al Diseño.

La acción colectiva que incentivó el movimiento #NiUnaMenos no hubiese sido posible sin la circulación de imágenes y textos que informan sobre los contenidos que sustentan sus acciones y manifiestos. Un aspecto notable de los primeros tiempos de #NiUnaMenos fue el uso de ilustraciones realizadas por dibujantes, algunos reconocidos y otros no tanto, que se convirtieron en íconos reconocibles del reclamo. Estas ilustraciones, más allá de cumplir una función informativa, produjeron identidades y funcionaron como cohesionadores grupales. Es aquí, en esta cuestión de la identidad, donde se sitúa el análisis que recopila este artículo.

Los procesos de circulación de estas ilustraciones no fueron todos direccionados y coordinados desde una organización centralizada (lo que hubiese sido imposible dado el contexto en el que se sucedieron los hechos), sino que múltiples imágenes comenzaron a aflorar y circular libremente por las redes sociales. Este fenómeno resultó muy interesante desde la perspectiva semiótica, ya que las ilustraciones iban construyendo identidades con matices y contrastes que se potenciaban, pero que también se tensionaban entre sí.

Ante esta disputa de sentido entre las ilustraciones viralizadas en las redes sociales, comprensible y también deseable por lo emergente y novedoso del movimiento y su soporte de circulación, aparecían preguntas acerca del proceso de construcción identitario que estaba surgiendo: ¿qué indicaba esta variedad de imágenes? ¿por qué algunas de ellas tenían más aceptación que otras? ¿qué transformaciones iban ocurriendo a lo largo del proceso de construcción identitaria visual en un movimiento aún no institucionalizado?

A modo de hipótesis de trabajo, se podía observar que en los rasgos plásticos e icónicos de cada una de estas ilustraciones se materializaban distintos grados de deconstrucción sobre el imaginario acerca de lo que “corresponde” al “universo femenino”, acerca de lo que es “ser mujer”. Esos matices que proponían las ilustraciones daban cuenta de una sociedad que se comenzaba a cuestionar a sí misma, en distintos grados, ante la violencia de los femicidios.

## **Coordenadas teóricas y metodológicas para la observación y análisis de las imágenes con los estudiantes**

La actividad llevada a cabo en las aulas se sustentó en la propuesta teórica que está presente en el diseño curricular del programa de la asignatura. Para poder indagar sobre el diseño y la fotografía, que son los objetos de estudio del tramo de licenciatura, se construye una perspectiva interdisciplinaria que se enmarca en los llamados estudios visuales. Estos estudios comprenden a la imagen como fenómeno cultural y dan respuesta a la necesidad de analizar un ámbito de importancia creciente en las sociedades contemporáneas como lo es el de la visualidad. El propósito de los estudios visuales es dar cuenta de los procesos de producción de significado cultural que tienen en su origen la circulación pública de las imágenes. La consolidación de estos estudios responde a “la necesidad de hallar respuestas adecuadas a una gama de interrogantes suscitada por unas manifestaciones visuales que no solían entrar en las previsiones de la alta cultura ni de la Historia del arte” (Marchán Fiz, 2005, pág. 76).

La investigación, el análisis y la teorización sobre las imágenes que producen los nuevos medios, entendidos como la relación entre los medios tradicionales y su relación con las tecnologías digitales, es uno de los principales intereses de este tipo de estudios (Brea, 2007; Manovich, 2005; Mirzoeff, 2003).

La cultura visual se entiende como una construcción social de lo visual y como premisa tiene

la eclosión de la cultura popular a través de los más diversos medios visuales de masas, los cuales, si en sus orígenes estaban todavía marcados por la reproductibilidad mecánica a la manera de W. Benjamin, hoy están condicionados igualmente por la extensión de los sentidos y la ampliación medial ligada a las nuevas tecnologías y a la apariencia digital de la reproducción telemática. (Marchán Fiz, 2005, pág. 84)

Las imágenes que analizamos con los estudiantes fueron observadas como mensajes. En este sentido, se pretendió realizar un estudio de desmontaje del proceso de comunicación y sus diferentes tipos de códigos con herramientas conceptuales que provienen de semiótica en las líneas propuestas por Metz (1982), Barthes (1986), Eco (1982) y Joly (2009), entre otros. Desde estas perspectivas, el mensaje visual está

compuesto de distintos tipos de signos que nos lleva a considerarla como un lenguaje y entonces como una herramienta de expresión y comunicación. Ya sea expresiva o comunicativa, podemos admitir que una imagen siempre constituye en efecto un mensaje para otro, incluso cuando ese otro se trate de uno mismo. (Joly, 2009, p. 61)

Las preguntas sobre las identidades planteadas por las ilustraciones analizadas se enmarcan en una perspectiva que comprende la producción identitaria como una construcción simbólica que se hace en relación con un referente. Este punto de vista se desplaza de la idea de identidad como objeto estático e implica incorporar la dimensión de trayectoria. Este movimiento implica una continuidad que posibilita, a lo largo del tiempo, ser igual a sí mismo y al mismo tiempo distinto (De la Torre, 2001).

El material visual que se observó para el análisis con los estudiantes de la Licenciatura en Diseño fue una selección de imágenes que circularon entre el 5 al 19 de octubre del año 2016 convocando a la marcha del día 19. Se les solicitó a los alumnos que observaran los usos que de estas hacen sus propios contactos de Facebook y que las guardaran consignando la mayor cantidad de datos.

El análisis de las imágenes, pensado para un ejercicio de nivel inicial en las teorías que conforman el campo de la semiótica, se organizó según los siguientes parámetros propuestos por una de las autoras referenciadas en la bibliografía obligatoria de la cátedra, Martine Joly en *Introducción al análisis de la Imagen* (2009). El ejercicio consistió en observar y examinar las imágenes gráficas que circularon en Facebook atendiendo y desarrollando los siguientes ejes:

1. Descripción.
2. Mensaje plástico.
3. Mensaje icónico.
4. Mensaje lingüístico.

Los estudiantes trabajaron grupalmente sobre estos puntos analizando las imágenes que ellos recopilaron en sus redes sociales y luego se hizo un cierre intercambiando las observaciones realizadas. Se eligieron ilustraciones en las que hubiese representaciones icónicas de mujeres para poder contrastarlas entre ellas en sus aspectos simbólicos como en sus efectos de sentido.

Principalmente se indagó sobre la imagen derivada de la obra pictórica de Romina Lerda, que fue la que más circulación e impacto tuvo en ese momento, cuestión que se evidenció al ser colocada como imagen de perfil a modo de adhesión a la campaña. En el siguiente apartado, presentaremos algunas notas sobre las conclusiones que obtuvimos colectivamente durante el cierre de la actividad.

### **Análisis de las ilustraciones: desde los estereotipos de género hacia su deconstrucción**

Se consignan aquí, de manera sintetizada, algunos puntos sobresalientes del análisis que los estudiantes propusieron en el ejercicio, según las pautas planteadas en el apartado anterior.

Luego de una primera etapa de observación del material ilustrado que circulaba en las redes sociales, se propuso desde la cátedra organizar el corpus de análisis en tres grupos diferentes: los dibujos de las primeras convocatorias del #NiUnaMenos; la imagen derivada de la obra de Romina Lerda, que en ese momento por su uso masivo se convirtió en el emblema del movimiento; y las demás imágenes que también comenzaban a circular fuertemente en las redes y, de algún modo, tensionaban y complejizaban simbólicamente con las ilustraciones anteriores.

Las primeras ilustraciones que acompañaron al #NiUnaMenos durante las primeras marchas en el año 2015 son las tres que siguen.



Figura 1. Enriqueta acompaña la campaña #NiUnaMenos, dibujo de Ricardo Siri, más conocido como Liniers. Fuente: Facebook.com (Recuperada el 19/10/2016)

La ilustración más notable de este primer grupo, y que abre el ciclo de las ilustraciones icónicas para convocar a las acciones de protesta, fue este dibujo (Figura 1) acompañado de la consigna #NiUnaMenos, realizado por el conocido ilustrador Liniers. Este dibujo es uno de los primeros de los tantos que se viralizaron como parte de la campaña y fue la imagen de la primera marcha de #NiUnaMenos. El autor fue convocado por una de las organizadoras de la marcha y él decidió poner como figura central a Enriqueta, un personaje de sus reconocidas tiras (cf. Redacción Día a Día, 2015). Cuando se revisa las coberturas de prensa de ese primer momento, la figura de Enriqueta aparece como la representación más citada.



Figura 2. Imagen para la campaña #NiUnaMenos sin atribución autorial. Fuente: Facebook.com (Recuperada el 19/10/2016)





Figura 3. Diseño con el texto Vivas nos queremos de Cin Wolo. Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)

Las ilustraciones representadas por las figuras 2 y 3 circularon menos pero también tuvieron fuerte presencia en las redes y en las marchas. En sus aspectos plásticos son muy diferentes: una es una ilustración vectorizada, la otra no. Otro aspecto diferenciado es la inscripción de las consignas. Sin embargo, ambas recurren a colores y a símbolos, como los corazones y el color rosado, asociados a la idea de “lo femenino” y al mundo de los sentimientos como “el reino natural de la mujer”.

Durante el análisis en clase de las imágenes de este primer grupo, que corresponden al momento inicial del movimiento y difieren mucho entre sí (tanto en complejidad icónica como plástica), detectaron características comunes que las ubican dentro de un mismo conjunto:

1. La ausencia de ilustraciones de mujeres adultas: en todas estas representaciones simbólicas de las mujeres se recurre a imágenes de niñas o de jóvenes añidadas.
2. La asociación de la ternura, de lo sensible y sentimental como valor y parte inseparable de las identidades femeninas
3. Salvo el gesto del puño levantado en la ilustración de Liniers, en general la postura de las niñas representadas es estática. Tampoco miran hacia otro u otra, no lo interpelan sino que ellas están para ser miradas, ellas miran para abajo. La actitud de estas niñas es receptiva más que propositiva.

Luego de este primer momento de las convocatorias del año 2015, hubo un diseño (Figura 4) que tuvo un fuerte impacto visual en las redes y se viralizó como ningún otro convirtiéndose en la foto de perfil de Facebook y Whatsapp de miles de mujeres.

Sobre esta ilustración se trabajó durante más tiempo en clase ya que, en ese momento, fue el emblema de la convocatoria a las movilizaciones. Esta ilustración generaba adhesiones como así también críticas debido a los mensajes que promovía y al efecto de sentido en relación al movimiento feminista. A más de un año de haberse iniciado el proceso #NiUnaMenos, comenzaban a visibilizarse otro tipo de demandas sociales en término de identidad visual. La imagen a la que nos referimos es una ilustración derivada de una pintura de Romina Lerda, una artista cordobesa que estudió en la Escuela de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo (UPC).



Figura 4. Diseño de Estudio Moi a partir de la pintura de Romina Lerda para la campaña #NiUnaMenos. Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)

En una entrevista con el diario *Clarín* (Urfeig, 2016), Lerda explica: la imagen la hice el año pasado con la primera movida de #NiUnaMenos. Me la pidió el estudio Moi Diseño Independiente, de Carlos Paz, para estamparla gratis durante la marcha. Yo pinto solo mujeres. En una mirada, en el pelo, se reducen todas las expresiones.

Romina Moi, dueña del estudio Moi Diseño Independiente, señala en su cuenta de Facebook:

Nos inspiramos en un cuadro de Romina Lerda que nos transmitió la mujer que queríamos mostrar en el diseño y agregamos, a mano alzada, detalles (la mano y el texto) para poder transmitir el mensaje que queríamos hacer circular bajo la consigna #NiUnaMenos". (Redacción BBC Mundo, 2016)



Figura 5. Pintura de Romina Lerda. Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)

En la figura 5 podemos ver la imagen original de Romina Lerda antes de ser intervenida por Romina Moi para producir estampas en el marco de las marchas.

En el caso de la pintura de Lerda, se trata de la representación de una joven mujer, no una niña, con todos los atributos reconocibles de lo que se suele llamar belleza hegemónica: piel blanca, ojos claros, cabellos y pestañas largas, cejas finas, nariz respingada, delgada, etc. Romina Moi para producir las estampas textiles recortó la imagen y la limitó a dos colores: rosado y negro. Le añadió la mano, en un claro gesto de poner un límite. Ese recorte fue la imagen final que circuló con mucha potencia en las redes.

En este caso, a diferencia de las ilustraciones de la primera etapa, la representación de la mujer de fondo rosado interpela con su mirada a un otro/a. Sin embargo, en esa representación de la mirada, se detectaron ambigüedades polisémicas que dificultan la lectura de mensaje de la misma: ¿esa mirada interpela o seduce? ¿por qué la mano recurre, nuevamente, al símbolo del corazón? Está claro que el origen de la imagen es una pintura con características decorativas, y que luego

deriva en una estampa textil, por lo que no se les puede criticar a las autoras por recurrir a los estereotipos propios del género. Las observaciones que se hicieron en clase con los estudiantes no tendían a criticar la imagen en sí, sino a tratar de comprender las lógicas de circulación de sentido y la apropiación de la misma como parte de una construcción identitaria.

Que una imagen de características decorativas sea la que más adhesiones tuvo tiene que ver con un anclaje muy arraigado culturalmente en un contexto/expectativa bastante acotado y definido acerca de lo que se espera de una representación identitaria femenina: belleza hegemónica, juventud, dulzura, suavidad, delicadeza, etc. En este sentido, se observaba una tensión entre lo residual (lo pasivo) y lo emergente (lo activo), entre lo nuevo que se superpone con capas de sentido pasadas, pero aún vigentes.

A medida que el movimiento #NiUnaMenos se fortalecía, ya durante ese mismo periodo de octubre de 2016, aparecieron nuevas ilustraciones que complejizaron los mensajes, el sentido y la agenda de los reclamos que incorporan otras dimensiones del feminismo en el espacio social. En estas imágenes (figuras 6-II) se observan representaciones de mujeres adultas, diversidades corporales y raciales, miradas desafiantes, activismo combativo, entre otros aspectos plásticos, icónicos y simbólicos que dan cuenta de una ampliación en los patrones que definen la representación visual y pública de las mujeres.



Figura 6. Imagen de autoría desconocida con la frase Vivas nos queremos. Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)



Figura 7. Dibujo de Paula Suko con la frase Ni una piba menos. Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)



Figura 8. Diseño de Tute para la campaña #NiUnaMenos. Fuente: Facebook.com. (recuperada el 19/10/2016)



Figura 9. Dibujo de Maitena con la frase ¡Ni Una Menos! Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)



Figura 10. Imagen de autoría desconocida con la frase Ni una menos. Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)



Figura 11. Imagen de autoría desconocida para la campaña #NiUnaMenos. Fuente: Facebook.com. (Recuperada el 19/10/2016)

Cabe señalar que la última actualización de la imagen que identifica el usuario en la página oficial de #NiUnaMenos en Facebook es del 25 de septiembre de 2017 y, según lo consignado en ese espacio, no ha habido cambios hasta la fecha. En la medida que el movimiento se fue consolidado, se observa una profesionalización en la construcción de la identidad visual lo que por un lado contribuye a la fácil identificación, pero por otro neutraliza los debates que se producían ante las diversas propuestas visuales que proponían distintos actores de la comunidad. El isologo circular color magenta con la leyenda “Ni una menos” (figura 12) ha estabilizado el mensaje y, al sumar el reclamo por la Ley de interrupción voluntaria del embarazo, se agregó la franja verde que identifica esa causa (figura 13).



Figura 12. Imagen de usuario de la página de #NiUnaMenos. Fuente: <https://www.facebook.com/NUMArgentina/> (recuperada el 30/08/2017)



Figura 13. Imagen de usuario de la página de #NiUnaMenos. Fuente: <https://www.facebook.com/NUMArgentina/> (recuperada el 25/09/2017)

## Conclusiones

La pregunta sobre las identidades siempre es compleja y, en este breve ejercicio, se incentivó a los estudiantes, en el marco de la propuesta teórica de la asignatura, a aproximarse la espesura de ese concepto. El análisis sobre la variedad de imágenes y sus transformaciones a lo largo de la convocatoria del #NiUnaMenos promovió una lectura crítica de un fenómeno social contemporáneo y del que somos parte.

A partir de los aportes teóricos que consideran la identidad como un proceso en constante configuración, se pudo observar que lo que se ponía en tensión en las diversas ilustraciones eran distintas construcciones sociales sobre el ser mujer, pero que, al mismo tiempo, toda esa diversidad convergía en un acuerdo que sustentaba el reclamo de justicia e igualdad.

Si las identidades se construyen sobre los cimientos de experiencias previas significativas, es decir los hábitos construidos históricamente considerando las trayectorias sociales e individuales (Bourdieu, 1985) es comprensible que la imagen derivada de la obra de Romina Lerda, de características más blandas y que recurre a símbolos reconocibles por el común de la población, sea la que mayor grado de difusión y apropiación masiva tuvo en un primer momento. Sin embargo, a tres años del suceso relatado en este artículo, hoy vemos que nuevas imágenes complejizan aún más estas identidades, por lo que estas no se configuran sobre el vacío, ni de una vez y para siempre.

## Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1986). Retórica de la imagen. *En Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces.* Barcelona: Paidós.
- Brea, J. L. (2005). *Estudios visuales. Epistemología de la visualidad en la era de la globalización.* Madrid: Akal-ARCO.
- Bourdieu, P. (1985). *Describir y prescribir. En ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos.* Madrid: Akal Universitaria.
- De la Torre, C. (2001). *Las identidades. Una mirada desde la psicología.* La Habana, Cuba: Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinillo.
- Eco, U. (1982) *Semiología de los mensajes visuales. En Análisis de las imágenes.* Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires.
- Joly, M. (2009). *Introducción al análisis de la imagen.* Buenos Aires: La Marca.



- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- Marchán Fiz, S. (2005). Las artes ante la cultura visual. Notas para una genealogía en la penumbra, en *Estudios visuales. Epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal-ARCO.
- Metz, C. (1982) Más allá de la analogía, la imagen. En *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Ni una menos [Sitio web]. (2019). Recuperado de <http://niunamenos.org.ar/>.
- Redacción BBC Mundo. (2016, 20 de octubre). ¿Quién está detrás de la imagen de la campaña #NiUnaMenos que se volvió viral? *BBC* [en línea]. Recuperado de [https://www.clarin.com/arq/diseno/artista-retrato-viral-NiUnaMenos\\_0\\_HJpO-imy.html](https://www.clarin.com/arq/diseno/artista-retrato-viral-NiUnaMenos_0_HJpO-imy.html).
- Redacción Día a Día. (2015, 3 de junio). #Niunamenos: por qué Liniers hizo ese dibujo para la campaña. *Día a Día* [en línea]. Recuperado de: <http://www.diaadia.com.ar/argentina/niunamenos-por-que-liniers-hizo-ese-dibujo-para-la-campana>.
- Urfeig, V. (2016, 18 de octubre). Quién es la artista del retrato viral de #NiUnaMenos. *Clarín* [en línea]. Recuperado de: [https://www.clarin.com/arq/diseno/artista-retrato-viral-NiUnaMenos\\_0\\_HJpO-imy.html](https://www.clarin.com/arq/diseno/artista-retrato-viral-NiUnaMenos_0_HJpO-imy.html).

**Cita sugerida:** Moisset de Espanés, C. (2019). Movimiento #NiUnaMenos: observaciones sobre los procesos de construcción de identidades visuales en redes sociales. *Investiga+*, 2(2), 170-186. Recuperado de [http://www.upc.edu.ar/wp-content/uploads/2015/09/investiga\\_mas\\_a2n2.pdf](http://www.upc.edu.ar/wp-content/uploads/2015/09/investiga_mas_a2n2.pdf)