CIBERFEMINISMOS EN LA LUCHA POR EL ABORTO EN ARGENTINA Y CHILE: #ABORTOLEGALYA Y #NOBASTAN3CAUSALES¹

Rocío Knipp Silva²

Universidad de Chile

Fecha de recepción: 06/06/2021

Fecha de aceptación: 15/07/2021

Resumen

El estudio se enmarca en las manifestaciones por la despenalización y la legalización del aborto en Argentina y Chile en 2018, donde se combinaron repertorios de lucha *online* y *offline*. Buscando explorar el uso de *hashtags* en la movilización feminista por el aborto legal, se extrajeron mensajes de Twitter - a través de un *web scraper* - con los *hashtags* #AbortoLegalYa y #NoBastan3Causales, usados en Argentina y Chile respectivamente. Se examinaron tendencias en la producción e influencia de los *tweets* y los tópicos de debate. Los resultados muestran similitudes en la producción de *tweets* en momentos álgidos de movilización, y tópicos comunes. Las diferencias en los usos de ambos *hashtags*, respecto al volumen de publicación y la visibilidad adquirida, evidencian alcances y limitaciones del ciberactivismo feminista.

Palabras clave: Ciberfeminismo, aborto, redes sociales, activismo digital.

Abstract

The context of this study is centered on demonstrations for the legalization of abortion in Argentina and Chile during 2018, where online and offline repertoires of struggle were combined. To explore the use of hashtags in feminist mobilization for legal abortion, Twitter messages were extracted - through a web scraper - with the hashtags #AbortoLegalYa and #NoBastan3Causales, used in Argentina and Chile, respectively. Trends in the production and influence of tweets and topics of debate were examined. The results show similar patterns concerning the production of tweets at peak moments of mobilization and some common topics. The differences in the uses of both hashtags, regarding the volume of publication and the visibility they acquired, suggest the scope and limitations of cyberfeminism.

Keywords: cyberfeminism, abortion, social media, digital activism.

¹ Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID), programa Doctorado Becas Chile, folio n°21201525.

² Doctoranda en Ciencias Sociales, Universidad de Chile (Chile); knipp.rocio@gmail.com

Raudem, Revista de Estudios de las Mujeres. Vol. 9, 2021. ISSN: 2340-9630

<https://doi.org/10.25115/raudem.v9i1.5511>

© Publicado bajo licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0

1. INTRODUCCIÓN

Es indiscutible que, hoy por hoy, uno de los espacios de lucha está en la red y que la agenda feminista ha acaparado un espacio mediático importante en Latinoamérica y el mundo (Knappe y Lang 2014; Fernández 2016). Las activistas por los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres no han estado ajenas a la utilización de herramientas digitales para el avance de su causa. Estas prácticas de activismo digital se han convertido en un área incipiente de estudio, cuyas indagaciones han relevado la importancia e impacto que tienen en colectivos feministas de Latinoamérica, tanto en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram (Acosta 2020; Rosales 2018; Fernández 2016). De aquellos estudios se resalta, sobre todo, el potencial del activismo *hashtag* para la auto comunicación de masas (Laudano 2018a; Acosta 2018). Igualmente, otras autoras destacan al ciber-activismo como táctica poderosa para visibilizar y combatir las desigualdades de género en todo el mundo (Williams 2015; Rodino-Coloccino 2014).

No obstante, el potencial participativo de las redes sociales se tensiona al constatar una serie de limitaciones. Entre ellas destacan distintas brechas de acceso, alfabetización digital, ciber-vigilancia y mercantilización de los datos (Fuchs 2014; Latina y Docherty 2014). También se han documentado ampliamente varios riesgos asociados al ciber-activismo feminista como la presencia de amenazas en línea de *trolls* misóginos, diversas formas de acoso y hostigamiento y la sobreexposición de las víctimas de violencia de género (Ananías y Vergara 2019; Peña y Bruna 2015; Cole 2015; Woods 2014). Estas limitaciones ponen en entredicho los discursos tecno-optimistas acerca de las potencialidades democratizadoras de las plataformas digitales, a la vez que abren la posibilidad a indagar más detalladamente en los alcances y limitaciones de campañas feministas digitales con estudios de carácter empírico.

El contexto de este estudio se sitúa en torno a las manifestaciones por la despenalización y la legalización del aborto en Argentina y Chile durante el año 2018. En dicho lapso, se apreció la realización de una campaña mediática y diversas manifestaciones que combinaron repertorios de lucha online y *offline*. Las activistas feministas por los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres se apropiaron de herramientas digitales impulsando una campaña digital para poner en el centro del debate público la situación de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.

Así el objetivo de este estudio es explorar el uso del *hashtag* (HT en adelante) en el proceso de movilización feminista por la legalización del aborto libre. Para ello, se compararon los HTs asociados a la lucha por el aborto libre, legal y seguro

#AbortoLegalYa y #NoBastan3Causales, usados en Argentina y Chile respectivamente en la plataforma Twitter. Los objetivos específicos de este estudio son: a) identificar tendencias en producción e influencia de los *tweets* que adhieren a los HTs; y b) caracterizar los principales tópicos de los *tweets* con mayor influencia para obtener una panorámica en torno al debate sobre el aborto.

Hasta ahora la mayoría de los trabajos se han centrado en casos de estudio local (Laudano 2018a; Acosta 2020). Aquí se ofrece una investigación comparativa de dos casos -conectados bajo una misma causa feminista- que adquirieron gran relevancia nacional e internacional respectivamente. En línea con las investigaciones anteriores, se considera relevante aportar con exploración empírica que pueda dar luces sobre los alcances y limitaciones del activismo feminista digital en este incipiente campo de estudio.

2. ANTECEDENTES DE LOS CASOS

La convocatoria para salir a las calles realizada por dos periodistas feministas argentinas en el año 2015 bajo la consigna #NiUnaMenos en Twitter, a raíz de un cruento caso de femicidio, marcó un hito en las luchas ciberfeministas. La multitudinaria marcha se germinó exclusivamente a través de las redes sociales y logró visibilizar y abrir la discusión acerca del amplio espectro de violencia machista que deviene en el asesinato de mujeres (Fernández 2016). A partir de la marcha del 3 de junio del 2015, el movimiento “Ni Una Menos” tomó fuerza y desbordó los límites territoriales de Argentina abarcando todo el territorio Latinoamericano y del Caribe, además de otras localidades en Europa, por ejemplo, en Italia y Polonia. Diversas comunidades feministas alzaron la voz en las calles, por medio de multitudinarias marchas, y en las redes, a través de la etiqueta #NiUnaMenos. Asimismo, colectivos feministas organizaron *tuitazos* que lograron viralizar la discusión a nivel transnacional.

Para Ana Natalucci y Julieta Rey (2018) el Ni Una Menos “constituyó un punto de inflexión de años de debates, luchas y organización de los movimientos de mujeres” (Natalucci y Rey 2018: 30). En tal sentido, también podemos hablar de una cuarta ola feminista. De otra perspectiva, para Fernández (2016), el #Niunamenos se convirtió en un acontecimiento en el sentido deleuziano, en el que emergieron demandas heterogéneas e incluso contradictorias. Se destaca también la dimensión generacional en el rol que

tuvieron las generaciones de estudiantes secundarias en movilizar la discusión de la violencia de género a través de estas esferas publicas periféricas (Acosta 2020).

En este contexto de fuerte politización social y de discusión sobre género, vuelve a la agenda mediática el debate acerca del derecho al aborto libre y seguro de la mano de diversos movimientos feministas en América Latina, en especial en Argentina. La coalición de grupos feministas denominada Campaña Nacional por el Derecho al Aborto (La Campaña en adelante) es la que elabora el proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo, el cual, desde el 2007, fue presentado al Congreso año a año. El año 2018 marca un hito en la lucha pues el Congreso debatió acerca de la legislación del aborto por primera vez desde 1921. La Campaña llevó a cabo una serie de acciones, *online* y *offline*, orientadas a poner en la agenda pública la interrupción voluntaria del embarazo. Se propició así un proceso de conversación digital en diversas plataformas como Facebook, Twitter e Instagram (Acosta 2020). Ese año la moción fue sancionada por la Cámara de Diputados, pero rechazada en el Senado, dejando el debate pendiente para el siguiente año.

En Chile, la discusión sobre la despenalización del aborto fue impulsada por el oficialismo de segundo gobierno de Michelle Bachelet (2014-2018) siendo aprobada (Ley 21.030) en tres causales específicas el 2 de agosto de 2017. Sin embargo, diversas organizaciones feministas han seguido abogando por la despenalización completa y demandan legislación por un aborto libre, seguro y gratuito, bajo los principios de la autonomía sexual de la mujer. Un dato relevante sobre la ley IVE es que concentra sólo el 2,5% de los abortos realizados anualmente en Chile³ (FIDH 2018). A raíz de las expectativas por la aprobación de la legislación a favor del aborto en Argentina, la sexta versión de la marcha por el derecho al aborto libre, seguro y gratuito en Chile, el 25 de julio, fue multitudinaria. Los diversos colectivos feministas que la convocaron, como la Coordinadora Feministas en Lucha (CFL en adelante), lograron una de las marchas más masiva hasta ese entonces sobre esa demanda.

Aunque la discusión acerca del aborto libre sigue siendo materia de debate en el congreso chileno⁴, el 2018 también fue un año icónico para los feminismos en Chile.

³ De acuerdo con el informe de la Federación Internacional de Derechos Humanos (FIDH) con este decreto “el aborto sigue prohibido penalmente en la gran mayoría de casos, por lo que esta reforma no permite poner fin a las violaciones de los derechos de las mujeres y las niñas que existían con anterioridad a la nueva ley” (FIDH 2018: 24).

⁴ El 21 de agosto de 2018 un grupo de parlamentarias ingresó un proyecto trabajado en conjunto con agrupaciones por el derecho al aborto libre a la cámara de diputados. Hasta el día de hoy, la moción no ha contado con los votos necesarios para avanzar en el congreso.

Tildado como el “mayo feminista” diversos colectivos de estudiantes universitarias y secundarias exigieron una educación no sexista a través de marchas, concentraciones y tomas de los establecimientos educacionales.

Una de las particularidades de los diversos colectivos feministas tanto en Argentina como en Chile es que han articulado exitosamente encuentros cara a cara con trabajo digital para la promoción de sus demandas. Las nuevas TICs han sido herramientas fundamentales para la propagación de prácticas discursivas que pusieron el eje en una agenda de género que incluyó los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. *Activismo digital en la red 2.0*

Una corriente importante de los estudios de Internet tiene que ver con la práctica social de apropiación y uso de los medios digitales en procesos de movilización social, conceptos como ‘activismo digital’, ‘ciberactivismo’, ‘slacktivism’, ‘hashtag-activismo’, denotan múltiples esfuerzos por conceptualizar tal relación (Della Porta y Diani 2011; Castells 2012; Gravante 2012). Entendido como una práctica político-social de apropiación y uso de los medios digitales en procesos de movilización y cambio social (Gravante, 2012), el ciberactivismo o activismo en línea se ha tornado estrategia cada vez más común para compartir información y organizar a individuos que expresan resistencia a las élites organizativas dominantes.

Dichas prácticas engloban un complejo entramado de repertorios y características, que diversos investigadores e investigadoras han examinado, ya sea, a partir de las transformaciones de los recursos comunicativos y repertorios de acción (Geubardo 2012; Chadwick y Dennis 2016), o en referencia a la aparición de nuevos tipos de movimientos e identidades colectivas en la era digital (Castells 2012; Della Porta y Diani 2011; Ortiz Galindo 2016). En general, estos estudios han destacado las contribuciones de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs) en tanto herramienta útil para la rápida difusión de información a manera global, visibilización de colectivos, posibilitando la organización y coordinación de ellos.

Además, el activismo en línea puede generar una identidad colectiva, solidaridad y sentimientos grupales entre las y los activistas a través de procesos cognitivos (Brunsting

y Postmes 2002). Se ha destacado que las actividades basadas en la web pueden ayudar a reducir la atención a las diferencias que existen dentro del grupo (por ejemplo, diferencias en educación, clase social y etnicidad), refuerza una identidad colectiva, y minimizar las diferencias basadas en recursos entre los participantes en línea. En tal sentido, el anonimato de la comunicación mediada digitalmente ofrece la posibilidad de expresar puntos de vista que podrían de lo contrario ser castigados o sancionados (Brunsting y Postmes 2002). Por último, el activismo en línea tiene el potencial para permitir que la acción colectiva, con sus propios códigos culturales autónomos, ayude al surgimiento de concepciones alternativas del orden social (Geubardo 2012).

Dentro de las acciones colectivas que se dan en plataformas de redes sociales, se aprecia la generación de campañas mediático-digitales a través del uso masivo de *hashtags*, especialmente en la plataforma comercial Twitter (Konnolly 2014). El objetivo general del uso de este tipo de etiquetas es el de visibilizar -y/o viralizar- el curso de un determinado tipo de acción. Un segundo uso remite al llamado a la acción, a modo de desarrollar diversas actividades de manifestación del descontento (Geubardo 2012). Tales actividades poseen un amplio abanico de repertorios -como las marchas, concentraciones, huelgas, etc.- complementadas con nuevos repertorios. Entre estos últimos destacan los *tuitazos*, es decir, el envío masivo de mensajes con un HT de alguna causa en particular. Ejemplos de campañas con HTs de causa que han adquirido gran relevancia mediática y social son el #MeToo y #BlackLivesMatter en EE. UU, #Yamecansé en México y #NoMásAFP en Chile. Estas campañas son ilustrativas de acciones en un marco de activismo *hashtag*.

Las revueltas, protestas y movilizaciones masivas de carácter revolucionario que ocurrieron en el año 2011, como por ejemplo las Primaveras Árabes, el movimiento Indignados, el Occupy Wall Street, entre otros, han sido campo fértil para la diseminación de ideas ciber-utópicas acerca del poder que otorgan las redes sociales a estos movimientos, posibilitando la horizontalidad y la fluidez en la comunicación (Castells 2012). Otras indagaciones empíricas han desafiado y cuestionado la narrativa optimista de la acción colectiva en línea. Algunos han demostrado que las redes en línea están altamente centralizadas y fragmentadas (Geubardo 2012; González-Bailón y Wang 2016). Mientras que otros han hecho hincapié en aspectos cruciales como la vigilancia en Internet. Fuchs (2014), por ejemplo, sostiene que la misma Internet utilizada para provocar disidencia puede usarse para localizar activistas. Incluso se ha comprobado que las élites, frente a revueltas, reaccionan desplegando su poder de vigilancia y filtrado de

contenido en Internet, y que esto no solo promueve la autocensura y genera una brecha digital, pero contribuyen en última instancia al declive del activismo con el tiempo (Ghobadi y Clegg 2015).

Para el caso específico del activismo *hashtag* en Twitter es importante enfatizar en que, a pesar del potencial de los HTs, en tanto impulsan la circulación de información de manera inmediata y masiva, su uso también implica una serie de riesgos. Por ejemplo, que puedan ser “resignificados con propósitos contrarios al original e incluso censurados por las corporaciones que median estos espacios” (Knipp, Valdebenito y Barriga 2018:180). Así es necesaria una comprensión del espacio digital desde una perspectiva crítica.

Desde ahí, el potencial participativo de las redes sociales se tensiona al constatar una serie de limitaciones y contradicciones. La composición de su uso en términos de alcance, cobertura y uso es limitada en tanto existen brechas digitales en el mundo. Actualmente, más de la mitad de la población mundial tiene acceso a Internet de una u otra forma. Al año 2018, América Latina y el Caribe exhibían una tasa de 67,5% de penetración (Internet World Stats 2019) y es de esperar que las cifras aumenten año a año. Sin embargo, estas cifras tampoco deben entenderse de manera reduccionista dado que mayor acceso no significa necesariamente un uso efectivo de ellas. Es más, a partir del contexto pandémico del 2020 se ha hecho patente la existencia de brechas digitales de segundo nivel (alfabetización digital) entre quienes tienen acceso igualitario a las nuevas TICs (Colom 2020).

Otro factor, no menos importante, tiene que ver con la propiedad de las plataformas, así como de las industrias del software y hardware. La presencia de corporaciones dueñas de las plataformas digitales las que, enmarcadas en un mercado de datos (Big Data), transforman los metadatos personales de los ‘prosumidores’ en mercancías y cibervigilancia suponen una gran limitante a los esfuerzos emancipatorios de grupos subalternos a través de Internet (Fuchs 2014; Favaro 2018). El uso de internet en tal sentido parecería reflejar por sobre superar las inequidades de la economía capitalista global (Valdebenito, 2018). Las plataformas digitales, después de todo, son espacios esencialmente de marketing y las investigaciones que incluyen su estudio deben tener en cuenta las vulnerabilidades que generan los nuevos modos de vigilancia digital sobre todo para el activismo en clave contrahegemónica. Este es un panorama complejo y, casi siempre contradictorio, en el que los colectivos feministas que han incorporado estrategias de acción digital no debiesen estar ajenos de dicha discusión.

3.2. Ciberfeminismos

Las feministas han utilizado los espacios digitales como sitios de activismo durante años⁵, pero a medida que la capacidad de Internet se expandió de las páginas web estáticas a los sitios más flexibles de la red 2.0 (como las redes sociales) también lo hizo el potencial para una mayor visibilidad de las causas feministas. Ahora bien, el concepto de ciberfeminismo no apareció con la red 2.0, sino que podemos rastrear sus raíces en el *Manifiesto Ciborg* de Donna Haraway en 1984. En él se hace hincapié en los procesos que los avances de la tecnociencia (nutridos por la ciencia ficción) han generado, a saber, procesos de desdibujamiento y expansión de los límites entre humanos y animales, organismos y máquinas, lo físico y no físico. El grupo artístico-activista VeNuS Matrix en Australia materializa el primer manifiesto ciberfeminista que buscaba no sólo la subversión del sistema patriarcal y los roles de género establecidos sino también desmontar las bases e infraestructuras del capitalismo.

Dicho manifiesto marca el inicio de variadas teorizaciones y conformación de colectivos feministas en los 90s que denunciaron y revelaron los presupuestos y sesgos machistas y patriarcales que hay tras el proceso tecnológico y de la red. Algunas teóricas feministas reinterpretaron a Internet como una manifestación de un proceso de feminización. Sadie Plant (1996) declaró que los “sistemas complejos y mundos virtuales [...] socavan tanto la visión del mundo como la realidad material de dos mil años de control patriarcal” (Plant 1996: 170). La posibilidad del anonimato en Internet fue el punto de partida del cual se celebraba el desvanecimiento de las determinaciones y construcciones patriarcales de género que traía habitar Internet. Así se vislumbraba un potencial liberador y emancipador de cual el ciberfeminismo se hizo parte.

Estas visiones en los 90s fueron prontamente desbancadas por estudios que mostraban una cara menos amable de internet. Van Zoonen (2002), por ejemplo, subrayó que Internet -como espacio femenino- era problemático puesto en su haber se daban prácticas de acoso sexual y *bullying* hacia mujeres, pornografía (infantil) y extremismo de derecha. Prácticas que se constatan hoy en día, sobre todo a activistas feministas (Peña y Bruna 2016; Ananías y Vergara 2019; Cole 2015; Woods 2014). El ‘giro comercial’ que tuvo Internet a fines de los 90s hizo también recapacitar a muchas optimistas de la

⁵ A inicios de los 90s surgen las primeras listas de correo electrónicos, portales informativos y sitios web de ONGs y colectivos feministas. A partir de los 2000s se da paso a los blogs, y con el desarrollo de las plataformas de redes sociales, las mujeres generan grupos de Facebook, Twitter, etc.

red en torno a la cooptación de los discursos emancipatorios por el mercado y neoliberalismo (Clark 2014).

A pesar de ello, la adopción de estrategias digitales de comunicación transmediales y multimodales (entendidas como narrativas de texto e imagen distribuidas a través de múltiples plataformas *web*) para visibilizar las temáticas de género ha sido una práctica ampliamente documentada. Al respecto, algunas teóricas feministas europeas y norteamericanas postulan que estas prácticas -denominadas como activismo feminista digital o ciberfeminismo- representan un cambio de paradigma o un punto de inflexión en la cultura feminista de protesta, asociándolo a la emergencia del feminismo de la cuarta ola (Knappe y Lang 2014). En Latinoamérica diversas experiencias de apropiación digital en combinación con repertorios tradicionales de lucha por parte de organizaciones feministas también han dado pie a interpretaciones sobre una nueva ola feminista (Natalucci y Rey 2018; Fernández Hasan 2019).

Sin embargo, el panorama actual de los usos feministas de Internet es complejo. Para Laura Favaro (2018) el feminismo digital “coexiste con una fuerte resistencia misógina, al igual que una web altamente comercializada y profundamente cimentada en posicionar a las mujeres como sujetos a la vez que objetos de consumo.” (Favaro 2018: 158). Por otro lado, Clark (2014) destaca que “la integración de las redes sociales y las tecnologías móviles en la vida cotidiana permiten una política feminista más personal que nunca” (Clark 2014: 1110). Con todo, la indagación empírica de experiencias ciberfeministas alrededor del mundo ha establecido que el ciberespacio está plagado de tensiones y contradicciones que matizan la potencialidad de las prácticas ciberfeministas (Laudano 2018b; Woods 2014; Rodino-Colocino 2014).

4. METODOLOGÍA

Con el objetivo de explorar el uso, es decir, la evolución de producción e influencia o visibilidad que tuvieron ambas campañas digitales durante el año 2018, se realizó un análisis estadístico descriptivo del corpus. El corpus de análisis consta de todos los mensajes emitidos en Twitter a través de los hashtags #AbortoLegalYA y #NoBastan3Causales en tal año. Los datos fueron extraídos mediante la aplicación “Get Old Tweets” realizada bajo Phyton que emplea un método de raspado de datos (*web scraping*) de la plataforma Twitter. Tal herramienta permite extraer mensajes de carácter público y sin restricciones de privacidad publicados a una planilla Excel. Con el HT

#AbortoLegalYa se extrajeron 456.846 tuits, mientras que el HT #NoBastan3Causales arrojó 1.881 tuits, durante los meses de enero a diciembre del 2018.

Si bien, entendemos que Twitter es una red de nicho creemos -siguiendo a Murthy (2017)- que sigue siendo un lugar de exploración sobre el mundo social que ha adquirido inusitada atención mediática en discusiones de interés público. En específico Twitter permite la viralización de contenido a través de la creación de *hashtags* o etiquetas, vale decir, una frase o palabra etiquetada (por ejemplo, #YoMarchoel25) al cual los usuarios adhieren, ya sea retuiteando o marcando tuits como favoritos. Analizar mensajes emitidos con un *hashtag* se hace relevante porque al tomar en cuentas el conjunto de datos durante un periodo de tiempo se pueden mostrar claros patrones de uso (Jungherr 2015), los que permitirían dar cuenta de las estrategias mediáticas usadas por feministas en dicho espacio digital.

El proceso de análisis siguió los siguientes pasos: primero se capturaron los datos con la aplicación Get Old Tweets, luego se codificaron en una planilla Excel y se generaron los resultados mediante gráficos. El análisis contempló específicamente una comparación cuantitativa de números de tweets publicados con los HTs así como números de usuarios, *likes* y *retweets*. Además, se analizó la frecuencia de los *tweets* en el transcurso del año, prestando atención a los peaks y periodos de latencia. Con el objetivo de identificar los perfiles con mayor influencia en el debate por el derecho al aborto en la plataforma, se generó una categoría propia de análisis denominada “índice de influencia”. Este fue calculado dividiendo la suma total de favoritos y *retweets* obtenidos por una cuenta por el número de *tweets* publicados por ella. Así se asume que, a mayor número total, mayor amplificación tuvo dicho mensaje en la red. Por último, para identificar las temáticas de los tweets con mayor circulación se realizó un análisis de contenido en los 100 *tweets* con mayor influencia correspondiente a cada HT. A continuación, se presentan los principales hallazgos.

5. RESULTADOS Y ANÁLISIS

5.1. Tendencias generales

Respecto al *hashtag* #AbortoLegalYa se encontraron 456.846 *tweets*, los cuales obtuvieron 6.814.177 favoritos, y 2.408.950 *retweets*, durante el año 2018. Estos fueron publicados por un total de 456.847 usuarios. Con #NoBastan3Causales se publicaron

durante el año 2018, 1.881 *tweets*, los que obtuvieron 35.173 favoritos, 16.785 *retweets*, y en cuyo proceso de publicación intervinieron 932 cuentas (Figura I).

Figura I. Comparación #AbortoLegalYa y #NoBastan3Causales

Fuente: Elaboración propia en base a material extraído mediante *GetOldTweets*.

A simple vista, las diferencias en el nivel de adherencia al uso de los HTs son significativas. Esto se puede explicar desde distintos ángulos. Una primera hipótesis es en referencia a la coyuntura de ambos países: En Argentina la discusión por el aborto libre llegó al poder legislativo, lo que le confirió un alcance mayor en la esfera pública digital. Mientras que, en Chile, en ese periodo, la discusión versó sobre las icónicas tomas feministas en las universidades que denunciaron el abuso, violencia y discriminación de género en los espacios educativos y la sociedad en su conjunto.

Otra posible explicación podría atribuirse al tipo de usuario de Twitter en cada país. Al año 2018, se calculaba alrededor de 4.2 millones de usuarios activos mensualmente en Argentina, ubicándose en el cuarto lugar de los medios sociales (después de Youtube, Facebook e Instagram), mientras que, en Chile, -con 14 millones de usuarios de redes sociales- Twitter sólo era usado activamente por 1 millón 530 mil personas (Kemp 2018) siendo esta una red de nicho. Los usuarios son principalmente la denominada ‘generación X’, es decir, personas entre 36 y 51 años (Cadem 2019), vale decir, un rango etario mayor al público que asistió a la marcha del 25 de julio, la que fue protagonizada principalmente por mujeres jóvenes. Con relación a su composición de género, en ambos países los usuarios reportados masculinos son más del 60% (Kemp 2018).

También, puede ser que la adherencia chilena al HT siempre fue escasa debido a que se detectó que no hubo uniformidad en el uso del HT. De hecho, en la muestra se pesquisó el empleo de 399 HTs en combinación con #NoBastan3Causales para la misma

causa. Entre ellos destacan: #AbortoLibre, #YoMarchoel25 y #AbortoLegal. Cabría indagar en el uso de aquellos HTs en particular.

5.2. Tendencias periódicas

Figura II. Producción e influencia #AbortoLegalYa

Fuente: Elaboración propia en base a material extraído mediante *GetOldTweet*.

La publicación de *tweets* con el HT #AbortoLegalYa se mantuvo relativamente constante durante gran parte del año, con *peaks* en febrero, junio y agosto (Figura II). Asimismo, la influencia de aquellos *tweets* fluctuó mes a mes dependiendo de la coyuntura. Por ejemplo, en febrero Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito (*La Campaña*, en adelante) llamó a una acción colectiva en las calles (un pañuelazo) y redes (un tuitazo masivo). El 19 de febrero marcó un total de 35.267 *tweets* publicados, convirtiendo al HT en *trending topic*. Laudano (2018a) señala que este evento significó un hito de liderazgo para la cuenta @CampAbortoLegal.

Luego de febrero, la visibilidad del HT cae en los meses siguientes hasta llegar al mayor *peak* del año 2018 en el mes de junio. Solo en aquel mes se publicaron 156.958 *tweets* con el HT #AbortoLegalYa, lo que representa un 34% del total de la muestra. El alcance que tuvo en tanto visibilidad (entre RTs y favoritos) llegó a alcanzar la elevada cifra de 3.233.153. Tan solo el día 13 de junio se registraron 52.411 tuits. Ese día se llevó a cabo la votación en el congreso del proyecto de ley presentado *La Campaña*. Acompañada por una multitudinaria vigilia en las afueras del congreso, la histórica media sanción que obtuvo el proyecto “se gritó como un gol de Messi”⁶, o al menos así lo tuiteó

⁶ Recuperado de: <https://twitter.com/dmbatlle/status/1007251681007013894>

el periodista argentino Diego Battle (@dmbattle)⁷ logrando la mayor cantidad de *retweets* y favoritos (N=108.436) del total de la muestra.

Aunque en julio decae la publicación de *tweets*, en agosto vuelve a repuntar con el segundo *peak* más alto del año correspondiente a 130.204 *tweets* adheridos al HT. El 8 de agosto se realizó la mediática votación en el Senado con una segunda vigilia promovida por *La Campaña*. La actividad en Twitter aquel día alcanzó 65.297 *tweets* publicados. De ahí en adelante, la frecuencia de publicación, así como su visibilidad comienza un abrupto descenso hasta llegar a 2.323 *tweets* publicados en el mes de diciembre, lo que da cuenta de un momento de repliegue de la campaña.

Como se evidencia, la fluctuación de la tasa de publicación y su influencia no dependieron de mensajes que surgieron de Twitter, sino que son las coyunturas en el mundo *offline* las que tuvieron su correlato en línea: convocatoria a marchas, votaciones en el congreso, pañuelazos, etc. De esta forma, Twitter actuó como una herramienta de difusión de información para la causa. Se pudo constatar, también, que 63% del total de *tweets* (n=285.965) fueron retwiteados y/o marcados como favoritos. Estas acciones resultan en la amplificación del mensaje a una mayor cantidad de usuarios.

Para el caso del 'HT de causa' chileno #NoBastan3Causales se debe resaltar, en primer lugar, que éste fue creado en el mes de junio precisamente en referencia a la campaña argentina⁸. En general, la producción de HT #NoBastan3Causales fue bastante escasa -especialmente en comparación con su par argentino- alcanzando el *peak* de publicaciones (n=1502) en el mes de julio, como se muestra en la Figura III.

⁷ Su *tweet* incluía un registro audiovisual del momento preciso en que la vigilia es informada de la media sanción en la Cámara de Diputados.

⁸ El *tweet* de la Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres (@MujeresRed) del 20 de julio da cuenta de aquello: *La marea verde se propaga por Chile también! Estamos listas para el 25 de julio. Por nuestra autonomía y la soberanía de nuestros cuerpos nos sumamos a la convocatoria de @CFLChile #AbortoLibre #NoBastan3Causales.* Recuperado de: <https://twitter.com/MujeresRed/status/1020450279727263744>

Figura III. Producción e influencia #NoBastan3Causales

Fuente: Elaboración propia en base a material extraído mediante *GetOldTweet*.

Tal *peak* se relaciona con la convocatoria de agrupaciones feministas a una marcha nacional por el Aborto Libre, Seguro y Gratuito para el 25 de julio, la que resultó ser una de las más multitudinarias marchas de los últimos años en el país. Como es de esperar, el día de la movilización marcó el *peak* de la muestra con un 35% (n=667/1881) de adherencia al HT. El hecho noticioso que marcó el día de la marcha, además de su gran convocatoria, fue un ataque a tres manifestantes que resultaron apuñaladas. Varios *tweets* aludieron al incidente con declaración de parte de la Coordinadora Feministas en Lucha (@CFLChile)⁹. Con todo, entre junio y julio se publicó el 87% de la muestra (n=1635/1881), lo que es indicativo de que el HT se utilizó principalmente como estrategia de convocatoria a la marcha del 25 de julio, pero que no prosperó luego de eso. Hay un marcado descenso del HT a partir de septiembre (Figura III).

5.3. Tendencias influencers

Con el objetivo de identificar actores u organizaciones clave en este contexto, se ha optado por experimentar con el *índice de influencia*. Este se calcula dividiendo la suma total de *favorites* y *retweets* obtenidos por una cuenta por el número de *tweets* publicados por ella. En el marco de la campaña #AbortoLegalYa la cuenta que alcanzó este mayor índice fue de la reconocida actriz estadounidense Susan Sarandon. Le sigue @lavrazz, cuenta con no más de 100 seguidores, cuyo *tweet* promocionaba los dichos de Victoria

⁹ Por ejemplo, revisar los tweets de @CFLChile y @angelaerpel <https://twitter.com/CFLChile/status/1022323346351042561> <https://twitter.com/angelaerpel/status/1022316583136518144>

Donda (abogada y diputada feminista argentina desde el año 2015) durante el debate en la Cámara de Diputados (Figura IV).

Figura IV. Índice de influencia #AbortoLegalYa

Fuente: Elaboración propia en base a material extraído mediante *GetOldTweet*

Este elemento es interesante. Es esperable que una celebridad envíe un mensaje de apoyo y sea convertido en viral, pero que tales efectos operen igualmente entre usuarios con poca influencia o visibilidad requiere ser examinado. Pareciera ser que en el caso argentino aquel aspecto horizontal y democrático de la comunicación digital celebrado por algunos estudiosos tiende a ser real. Pero la tercera cuenta más influyente (@marley_ok) se trata de un reconocido presentador de la televisión argentina. Su cuenta tiene más de 5 millones de seguidores. Se trata de toda una celebridad trasandina. Destacan también otras cuentas de celebridades y músicos quienes apoyaron la causa por medio del HT.

Figura V. Índice de influencia #NoBastan3Causales

Fuente: Elaboración propia en base a material extraído mediante *GetOldTweet*.

En el caso chileno (Figura V), las cuentas que más influyeron en el debate son políticos y diputados del Frente Amplio (@labeasanchez, @MaiteOrsini y @diego_ibanezc), periodistas y medios periodísticos alternativos (@Rayenaraya, @GAMBA_CL) e incluso figura la cuenta de una reconocida cantante chilena (@franciscamusic). Vale decir, cuentas de actores sociales con gran número de seguidores. También destacan dos cuentas argentinas: la diputada Cecilia Moreau y una de las cuentas de la campaña por el aborto legal. Esto resulta particularmente revelador sobre la importancia del apoyo argentino en la promoción del HT #NoBastan3Causales y cómo se fueron tejiendo redes transnacionales entre adherentes a la causa.

6. TÓPICOS COMUNES DE LA DISCUSIÓN

Aunque en este estudio no se realizó un análisis sistemático del contenido en los mensajes que componen la totalidad de la muestra, sí fue posible dar luces acerca de las temáticas más recurrentes en los mensajes adheridos a esos HTs. Esto se hizo a través de la selección de los 100 *tweets* con mayor circulación (sumatoria de *likes* y *retweets*) para cada HT.

En Argentina se distinguieron cuatro ejes temáticos alrededor de los cuales se agruparon los mensajes: a) Mensajes de apoyo nacional e internacional a la causa feminista por el aborto; b) información acerca de las concentraciones y marchas; c) discusión acerca de las sesiones en el Congreso d) relatos y experiencias de mujeres en relación al aborto. Mientras que para el HT #NoBastan3Causales la discusión fue mucho más restringida pues se evidenciaron que solo dos temáticas predominantes, vale decir, mensajes de apoyo a la causa feminista por el derecho a decidir y mensajes con información de las convocatorias a concentraciones y marchas a lo largo del país. En ambos casos la movilización de sentidos en común, a través de los mensajes, da cuenta del establecimiento de una comunidad sólida, que como Fernández (2019) y Laudano (2018b) indican, fomenta la creación de solidaridades y redes de apoyo entre mujeres.

Un fenómeno asociado que resulta relevante señalar respecto a los mensajes con mayor circulación fueron los mensajes de odio y ataques personales en muchos de los hilos de respuestas de los *tweets* observados tanto en Argentina como en Chile. Se pudo detectar que aquellos mensajes adherían a la contra campaña antiaborto #Salvemoslas2vidas que fue usada junto con el HT #AbortolegalYa. El hilo conductor de los ataques encontrados con el HT de contra campaña versa sobre el “asesinato de una vida inocente”, así el epíteto que más se repitió hacia aquellas que revelaron sus historias

personales de interrupción del embarazo fue el “asesina”. Como se ha mencionado anteriormente, son varios los estudios que han detectado la presencia de ataques a ciberactivistas del feminismo (Peña y Bruna 2016; Ananías y Vergara 2019; Cole 2015), y en particular a las activistas proaborto (Laudano 2018b). Este caso no fue la excepción, en donde la virulencia de los enunciados antiaborto fue notoria.

En la opinión de Acosta (2018), quien investigó la campaña mediática argentina a favor del aborto a través de Facebook, “la autocomunicación de masas se convirtió en la protagonista de esa discusión histórica en tanto propició un intenso momento de democracia deliberativa” (Acosta 2018: 4). Desde los datos analizados en la tuitósfera, se identificaron voces que dialogan efectivamente. La discusión de ideas basadas en argumentos, ya sean científicos, de salud pública, políticos o éticos fue notoria para el caso de #AbortoLegalYa principalmente al momento de seguir el debate que se dio en el Congreso. En el caso del HT chileno el diálogo fue bastante limitado por lo que no podría afirmarse lo mismo que sostiene Acosta (2018). Pero esto no descarta que en otros planos (ya sean digitales o no) se hayan dado espacios de deliberación que enriquecieron el debate.

7. CONCLUSIÓN

De los resultados a la vista se puede concluir que la utilización del ‘hashtag de causa’ #AbortoLegalYa, como estrategia para la campaña mediática, fue sin duda un acierto, en tanto obtuvo gran adherencia a nivel nacional e internacional. Es posible decir que tal campaña digital logró la intensificación y amplificación de los debates públicos en torno a la interrupción voluntaria del embarazo como derecho personal y colectivo de las mujeres y de salud pública y que haya contribuido a un mayor respaldo público. Con ello, la ganada histórica de La Campaña del año 2020 con la legalización del aborto en las primeras 14 semanas se nutrió, en parte, de la imparable campaña mediática digital de los años previos como lo fue el 2018.

Por su parte, el HT chileno adquirió menor visibilidad en Twitter que su par argentino. La existencia de casi 400 HTs distintos usados en conjunto con #NoBastan3Causales da cuenta de la necesidad de mayor coordinación a la hora de decidir en el uso estratégico de etiquetas. No obstante, la adherencia a la causa en las calles fue de una masividad inusitada, así como su cobertura en los medios tradicionales de prensa y alternativos, reafirmando a Twitter como una caja de resonancia. Además,

cabe mencionar que la etiqueta #NoBastan3Causales se encuentra en el diseño del ya icónico pañuelo verde importado desde la Argentina, lo que pone de manifiesto su relevancia simbólica.

En cualquier caso, el análisis del activismo feminista *online* no puede ser aislado de sus elementos contextuales (lo *offline*). La evidencia mostró que la concurrencia a marchas y concentraciones es uno de los usos más preponderantes y que la frecuencia de *tweets* aumenta notoriamente en días de movilizaciones en las calles. Tampoco el análisis de redes sociales puede explicarse por sí solo la gestación de movilizaciones.

Para avanzar en una explicación se debe integrar una mirada coyuntural e histórica de estos procesos. En el caso del aborto en países del cono sur, se hace necesario tomar en cuenta las décadas de activismos feministas previas a las grandes movilizaciones de los últimos cuatro años conectadas a las luchas por la democracia en América Latina, las formas de articulación de diversos colectivos feministas locales y redes de apoyo, nacionales e internacionales, entre otros factores que han contribuido al avance de la causa por el aborto legal. Con todo, los feminismos contemporáneos han incorporado a su favor las TICS para visibilizar relatos que evidencian la persistencia de la dominación patriarcal. A través de diversos HTs las mujeres aprovecharon la plataforma Twitter para generar un espacio de intercambio e interacción que traspasó las barreras locales y nacionales.

No obstante, la perspectiva crítica de los estudios digitales nos permite entender el espacio digital con sus contradicciones. Las limitaciones del ciberfeminismo en la red Twitter se manifiestan en una serie de elementos que tensionan su alcance. Entre ellos destacamos que dicha plataforma es una red comercial y de nicho, y que hay elementos de desigualdad estructural y alfabetización digital que impiden el acceso de todos los grupos sociales a esta plataforma. Igualmente, se pudo constatar la presencia de amenazas y ataques en línea a ciberfeministas, lo que hace de esta esfera pública otro espacio no seguro para las mujeres y de reproducción del patriarcado. Pero que es disputado activamente. Posicionarse desde estas tensiones nos permite acceder a un entendimiento más profundo acerca del entrecruce del ciberespacio con prácticas feministas.

Por último, atendemos también a las limitaciones propias del estudio y su alcance. Es deuda del estudio examinar sistemáticamente por medio del análisis de contenido los tópicos empleando el total de la muestra, y otras variables como edad y género auto reportado las y los usuarios adheridos a los HTs de causa para llegar a distinciones más finas. También sería provechoso analizar la dimensión de la producción visual en la

disputa en redes sociales puesto que es un elemento central de los mensajes en Twitter. Tal vez haya aquí un aspecto interesante para profundizar en futuros trabajos, en la medida en que puede contribuir a una reflexión acerca de los márgenes de acción táctica y estratégica desplegados en espacios digitales para aquellos sectores comprometidos con la igualdad de género.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, Marina. 2018. "Ciberactivismo feminista. La lucha de las mujeres por la despenalización del aborto en Argentina". *Sphera Publica* 2: 2-20. <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/347> [15/03/2021]
- Acosta, Marina. 2020. "Activismo Feminista en Instagram. El caso de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito en Argentina". *Perspectivas de la comunicación* 13: 29-46. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000100029> [03/02/2021]
- Ananías, Cecilia y Karen Vergara. 2019. "Violencia en Internet contra feministas y otras activistas chilenas". *Rev. Estud. Fem., Florianópolis* 27. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n358797> [26/03/2021]
- Benítez-Eyzaguirre, Lucía. 2019. "Ciberfeminismo y apropiación tecnológica en América Latina". *Virtualis* 10: 1-15. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/264> [25/04/2021]
- Brunsting, Suzanne y Tom Postmes. 2002. "Social Movement Participation in The Digital Age: Predicting Offline and Online Collective Action". *Small Group Research* 33: 525-554. <https://doi.org/10.1177/104649602237169> [08/03/2021]
- Cadem. 2019. El Chile que viene: Uso de redes sociales, marzo 2019. <https://www.cadem.cl/encuestas/el-chile-que-viene-uso-de-las-redes-sociales/> [19/01/2021]
- Castells, Manuel. 2012. *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chadwick, Andrew, y James Dennis. 2017. "Social Media, Professional Media and Mobilisation in Contemporary Britain: Explaining the Strengths and Weaknesses of the Citizens' Movement 38 Degrees". *Political Studies* 65: 42-60. <https://doi.org/10.1177/0032321716631350> [28/03/2021]
- Clark, Rosemary. 2014. "#NotBuyingIt: Hashtag Feminists Expand the Commercial Media Conversation". *Feminist Media Studies* 14: 1108-1110. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975473> [17/03/2021]
- Cole, Kirsti. 2015. "It's Like She's Eager to be Verbally Abused': Twitter, Trolls, and (En)Gendering Disciplinary Rhetoric". *Feminist Media Studies* 15: 356-358. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1008750> [22/01/2021]
- Colom, Cristina. 2020. "Las brechas digitales que deben preocuparnos y ocuparnos". *Ekonomiaz. Revista Vasca de Economía* 98: 350-353. <https://econpapers.repec.org/RePEc:ekz:ekonoz:2020315> [20/12/2020]

- Della Porta, Donatella y Mario Diani. 2011. *Los Movimientos Sociales*. Madrid: CIS-Complutense.
- FIDH. 2018. *Aborto en Chile: las mujeres frente a innumerables obstáculos*. N° 719e. <https://www.fidh.org/es/region/americas/chile/aborto-en-chile-las-mujeres-frente-a-innumerables-obstaculos> [04/12/2020]
- Fernández Hasan, Valeria. 2016. "El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios". *La Trama de la Comunicación* 20: 127-143. <https://doi.org/10.35305/lt.v20i2.588> [27/12/2020]
- Fernández Hasan, Valeria. 2019. "Narrativas feministas en los medios. Notas acerca de la construcción de los temas de agenda del movimiento a través de los discursos de académicas y activistas". *Boletín GEC: Teorías Literarias y prácticas críticas* 23: 53-76. <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/boletingec/article/view/1755> [05/01/2020]
- Favaro, Laura. 2018. "Los Estudios Críticos de Internet: conceptos, debates y retos". *Teknokultura* 15: 151-167. <https://doi.org/10.5209/TEKN.56687> [09/02/2021]
- Fuchs, Christian. 2014. *Social media: A Critical Introduction*. Londres: Sage.
- González-Bailón, Sandra, y Ning Wang. 2016. "Networked Discontent. The Anatomy of Protest Campaigns in Social Media". *Social Networks* 44: 95-104. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2015.07.003> [29/03/2021]
- Gerbaudo, Paolo. 2012. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press
- Ghobadi, Shahla y Stewart Clegg. 2015. "'These days will never be forgotten . . .': A critical mass approach to online activism". *Information and Organization* 25: 52-71. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2014.12.002> [29/03/2021]
- Gravante, Tommaso. 2012. "Ciberactivismo y apropiación social. Un estudio de caso: la insurgencia popular de Oaxaca". *Sociedade E Cultura* 15: 51-60. <https://doi.org/10.5216/sec.v15i1.20672> [12/12/2020]
- Internet World Stats. 2019. Internet World Stats. <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> [31/03/2021]
- Jungherr, Andreas. 2015. *Analyzing political communication with digital trace data*. Cham, Suiza: Springer.
- Kemp, Simon. 2018. *Digital in 2018: Essential insights into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce use around the world*. <https://hootsuite.com/es/pages/digital-in-2018> [14/12/2020]
- Knappe, Henrike y Sabine Lang. 2014. "Between Whisper and Voice: Online Women's Movement Outreach in the UK and Germany". *European Journal of Women's Studies* 21: 361-381 <https://doi.org/10.1177/1350506814541643> [11/01/2021]
- Knipp, Rocío, Valdebenito, Jorge y Barriga, Andrés. 2018. "No basta con Twitrear. #NoMasAFP ante el sistema de pensiones en Chile". *Hipertextos* 9:148-184. <http://revistahipertextos.org/wp-content/uploads/2015/12/6.-Knipp-et-al.pdf> [10/08/2020]
- Konnolly, Alexah. 2015. "#Activism: Identify, affiliation and political discourse-making on Twitter". *The Arbutus Review* 6:1-16. <https://journals.uvic.ca/index.php/arbutus/article/view/15070> [10/12/2020]

- Latina, Daniela y Stevie Docherty. 2014. "Trending Participation, Trending Exclusion?". *Feminist Media Studies* 14: 1103–1105. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975449> [13/03/2021]
- Laudano, Claudia. 2018a. "#AbortoLegal: el grito que tiñó las redes". *Revista Bordes* 11: 59-66. <http://revistabordes.com.ar/el-grito-que-tino-las-redes/> [23/03/2021]
- Laudano, Claudia. 2018b. "Aborto y redes: el debate por #AbortoLegal". *Sociales en debate* 14. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/socialesendebate/article/view/3350> [01/02/2021]
- Murthy, Dhiraj. 2017. "The Ontology of Tweets: Mixed-Method Approaches to the Study of Twitter". *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. Eds. Luke Sloan y Anabel Quan-Haase. Londres: Sage. 559-572.
- Ortiz Galindo, Rocío. 2016. "Los cibermovimientos sociales: una revisión del concepto y marco teórico". *Communication & Society* 29: 165-183. DOI: 10.15581/003.29.4.sp.165-183 [29/12/2020]
- Peña, Paz y Francisca Bruna. 2015. "Fighting the criminalisation of abortion with online information: the case of Aborto Libre". *Global Information Society Watch 2015: Sexual rights and the internet*. Orgs. Association for Progressive Communications (APC) y Humanist Institute for Cooperation with Developing Countries (Hivos). USA: APC and Hivos. 88-91. <https://www.apc.org/sites/default/files/gw2015-full-report.pdf> [19/12/2020]
- Natalucci, Ana y Julieta Rey. 2018. "¿Una nueva oleada feminista? Agendas de género, repertorios de acción y colectivos de mujeres (Argentina, 2015-2018)". *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos* 6: 14-34. <https://revistaepe.udem.cl/?p=836> [07/12/2020]
- Rodino-Colocino, Michelle. 2014. "#YesAllWomen: Intersectional mobilization against sexual assault is radical (again)". *Feminist Media Studies* 14: 1113-1115. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975475> [21/02/2021]
- Rosales, María Belén. 2018. "Ciberactivismo: praxis feminista y visibilidad política en #NiUnaMenos". *Pléyade (Santiago)* 22: 63-85. <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-36962018000200063> [16/02/2021]
- Williams, Sherri. 2015. "Digital Defense: Black Feminists Resist Violence with Hashtag Activism". *Feminist Media Studies* 15: 341–344. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1008744> [20/03/2021]
- Woods, Heather Suzanne. 2014. "Anonymous, Steubenville, and the Politics of Visibility: Questions of Virality and Exposure in the Case of #OPRollRedRoll and #OccupySteubenville". *Feminist Media Studies* 14: 1096–1098. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975439> [06/03/2021]
- Valdebenito, Jorge. 2018. "Un fantasma recorre la web. Aproximación crítica al trabajo digital y cibervigilancia". *Revista Faro* 1: 35-59. <https://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/541> [02/03/2021]
- Van Zoonen, Liesbet. 2002. "Gendering the Internet: Claims, controversies and cultures". *European Journal of Communication* 17: 5-23. <https://doi.org/10.1177/0267323102017001605> [09/12/2020]