



Contenido

Agradecimientos	2
Introducción	3
CAPÍTULO 1.....	12
Entre el feminismo y las redes: aproximaciones teórico metodológicas al problema de investigación.....	12
Diseño de la investigación: un acercamiento a nuevos lenguajes y herramientas.....	13
Estudiar lo digital, estudiar Twitter	17
Twitter y activismo: hashtags, polarización y autoridades	19
Ciberactivismo feminista y misoginia en las redes.....	25
Hashtags feministas y violencia de género	30
Capítulo 2	36
#MiraComoNosPonemos y el activismo feminista en Twitter	36
Tuits y retuits.....	38
Usuaries de la conversación ¿Activismo celebrity o activismo plebeyo?	41
Trending topics y hashtags: entre usuaries y algoritmos.....	47
Emojis y activismo feminista: un solo corazón.....	56
El contenido de los tuits: violencia y víctima como conceptos claves	59
Capítulo 3	66
#YoTeCreoJuan: análisis de redes y polarización en las conversaciones feministas	66
#MiraComoNosPonemos: una “conversación nacional”	67
En búsqueda del conflicto: #YoTeCreoJuan	72
Repensado la polarización política.....	81
Conclusiones	87
Bibliografía	92

Agradecimientos

Esta tesis no hubiera podido ser posible sin el Grupo de investigación al cual pertenezco Comunidades virtuales: historia, prácticas e imaginarios sociales que me incentivo y formo en las Humanidades Digitales. Del cual también forma parte mi Directora Silvana Ferreyra quien, por su paciencia, dedicación, compromiso ha sido alguien fundamental en el proceso de elaboración de esta investigación, pero también por ser una compañera durante este trayecto. A mi codirectora Estefanía por sus aportes teóricos imprescindibles. A mis compañeros del Grupo Wanda, Mili, Emi, Emma, Ana y Joaquín quienes han sido parte de diversas maneras del aprendizaje, todavía abierto, del oficio de investigación. Al anterior director del proyecto Nicolas Quiroga por incentivarnos en la investigación de objetos digitales y por los desafíos nerds a nuestra formación. Y a María Van Gol quien generosamente me compartió su base de datos para esta tesis.

Otro pilar fundamental en mi trayecto como estudiante, que termina acá, y en mi formación fue la Asamblea de Estudiantes de Sociología y cada compañero que fue parte. Primero por permitirme pensar que tipo de profesional que quiero ser y a ser consecuente con ello. Y también por demostrar que es posible trabajar desde la horizontalidad, los intereses colectivos e incentivar el pensamiento crítico. Esta tesis contiene en parte discusiones con compañeres de la asamblea que hemos compartido a lo largo de los años. A mis compañeres de cursada y militancia, especialmente a mi amiga Cande por ser mi pareja de cursada, estudios, trabajos finales y militancia desde el comienzo.

Al esfuerzo de mis abuelas y abuelos que me ha permitido llegar hasta acá sin que me falte nada. A mi mamá y mi papá por el apoyo afectivo y económico que permitió que su hija vaya a la universidad y pueda terminar su carrera. A mi hermana por acompañarme en estos años de tesista y a les amigas que con su afecto y ranchada también acompañaron este proceso. A mi amiga Adela por recibirme amorosamente en su casa de Buenos Aires siempre que lo necesite. Y a Coca por dibujar y diseñar la portada.

Introducción

En diciembre del 2018 la actriz Thelma Fardin publicaba un video en su cuenta personal de Twitter con el hashtag #MiraComoNosPonemos. Este material multimedia contenía la denuncia al actor Juan Darthes por abuso sexual durante una gira en Nicaragua de la serie infantil Patito Feo, cuando la actriz tenía 16 años. La repercusión de la denuncia de Thelma en las redes sociales propició que mujeres (cis)¹ y disidencias denunciaran masivamente en las redes sociales experiencias similares de violencia sexual y de género. Al mismo tiempo, el hashtag sirvió para rechazar la violencia de género y para interpelar al resto de la sociedad sobre prácticas que en otros momentos no habían sido leídas como violencia (Trebissache, 2020). A partir del estudio de esta experiencia, la presente tesis de licenciatura se propone contribuir al análisis del ciberactivismo feminista y su apropiación de las tecnologías para denunciar la violencia de género.

Esta tesis se inserta en una tradición de estudios que se pregunta sobre las apropiaciones feministas de la tecnología. Desde un enfoque sociotécnico, son los propios artefactos — desde las heladeras hasta los anticonceptivos, desde las máquinas de escribir hasta las computadoras y las plataformas— los que están conformados por las relaciones, los significados y las identidades de género (Felitti, 2022; Rustoyburu, 2021; Queirolo, 2020; Pérez, 2012). Bajo esta mirada más amplia que la que brinda la web 2.0, podemos considerar que las discusiones feministas sobre la tecnología comienzan en la década de los 70s (Natashon, 2013) a partir del estudio de las tecnologías domésticas, con el objetivo de explicar cómo lo público y lo privado se conforman mutuamente y cómo las identidades femeninas y masculinas se reproducen en el ámbito doméstico y a través de los objetos. Para estos feminismos, la tecnología era una expresión de la dominación patriarcal capitalista y las mujeres sus víctimas. En esta etapa, pasó desapercibido el potencial subversivo de las tecnologías y cómo estas podían actuar sobre estructuras patriarcales (Wajcman, 2006; Hester, 2018).

¹ El termino cis o cisgénero se utiliza para designar a aquellas personas que se identifican con el sexo que se les dio al nacer. Este concepto fue creado y difundido por le movimiento trans, como un modo de poner en evidencia que las definiciones supuestamente universales y objetivas de varón y mujer son también contingentes, parciales y productos socioculturales más que datos biológicos. El termino cis viene a desnaturalizar el funcionamiento de un sistema opresivo y discriminatorio (construido alrededor del binarismo de género y la diferencia sexual) para las personas trans que las excluye y valoriza sus identidades como menos auténticas o inferiores jerarquizando las otras (Radi, 2020).

Con el surgimiento en la década de los 90s de la web y, más tarde, con el desarrollo de las redes digitales los movimientos de mujeres y grupos feministas, conscientes de los límites pero también de las potencialidades de lo digital, comenzaron a dar la disputa política en el área tecnológica. En internet veían la potencialidad de producir espacios para la creación e imaginación de otros mundos feministas (Zafra, 2014). Los feminismos revaloraron el rol de las mujeres como programadoras y desarrolladoras de lenguajes de programación cuyo objetivo era apropiarse de la tecnología para subvertir los discursos y valores androcéntricos de la cultura en general.

En la actualidad, se ha debilitado la apuesta ciberfeminista de los comienzos de la web, junto con la ilusión por encontrar en la red un espacio donde surjan prácticas identitarias subversivas. Según Natansohn y Paz (2019), las tecnologías como internet se encuentran marcadas por sus orígenes militares, masculinos, blancos, norteamericanos y europeos. Asimismo, distintos autores (Boczkowski y Mitchelstein, 2022; Mendes et al., 2019; Natansohn y Paz 2019) han remarcado las brechas digitales de género, clase, raza y generacionales presentes en el ámbito digital. Internet ha sido colonizado por el capital, vigilado por intereses empresariales y dominado por prácticas como la privatización, el monopolio y el vacío legal (Srnicsek, 2018). No obstante, el activismo ha continuado apostando a la utilización de las redes. En la segunda década del siglo XXI, Perdomo Reyes (2016) resalta que éstas no sólo han servido como espacio de comunicación y transmisión de información sino también para visibilizar problemáticas, movilizar, organizar y construir estrategias conjuntas de lucha. En esa línea, las plataformas digitales pueden considerarse herramientas y dispositivos para la apropiación y la acción política feminista, queer, LGBTTNBIQ.² Para el ciberfeminismo social (De Miguel y Boix, 2013) la disputa al patriarcado, cambiar las estructuras y culturas androcéntricas requiere disputar el espacio virtual estableciendo nuevas reglas. Para ello los sujetos deben acceder a la red no como meros usuaries, sino como constructores de estrategias de apropiación de las tecnologías. En este sentido Neüman (2008) entiende la apropiación como el proceso por el cual grupos subalternos interactúan con la oferta cultural, económica, institucional del sistema, dándole otros sentidos, usos y objetivos que son incorporados para establecer sus propias definiciones del mundo y a la vez éstas le sirven para mantenerla. Así, este concepto de apropiación nos sirve para pensar el proceso mediante el cual los sujetos interiorizan competencias técnicas y tecnológicas. Para Natansohn y Paz (2019) el proceso de hacer

² Lesbianas, gays, bisexuales, personas trans, no binaries, intersex, queer.

propio los objetos y la tecnología implica una necesaria contracultura que promueva otros valores que los hegemónicos, diferenciándolo de los usos reproductivos de la tecnología por parte de algunos activismos.

En Argentina, Claudia Laudano (2018) identifica experiencias colectivas exitosas y de apropiación de las TICs por parte del ciberactivismo feminista. Registra una primera etapa en los años 90s a partir del uso del correo electrónico, de acceso a las primeras conferencias electrónicas y listas de distribución de información por parte de un número acotado de activistas, ya que en ese momento los servicios de internet eran costosos e ineficientes y pocas personas, menos aún las mujeres, tenían acceso a computadoras. Localiza otra etapa con la aparición de portales informativos de ONGs y grupos de mujeres en la web 1.0, en mayor medida a partir del año 2000 y desde la conformación de listas electrónicas de debate. Entre ellas destaca la lista de discusión y difusión RIMA (Red Informativa de Mujeres de Argentina) vigente desde el 2000 hasta la actualidad, como la lista Jóvenes Feministas, con tráfico intenso entre 2000 y 2006. Con el desarrollo de la blogosfera, también el blogueo constituyó una práctica política frecuente entre grupos feministas de diferentes ciudades del país que potenciaba el intercambio y la visibilidad feminista en la web, facilitado por los bajos requerimientos técnicos de las plantillas para gestionar blogs respecto de la administración de páginas webs (2018: 141).

Con la pérdida de protagonismo de los blogs y el crecimiento de Facebook a partir del 2011 y 2012, Laudano (2018) ve una nueva etapa, centrada en el uso extendido de esta plataforma por parte de grupos y activistas, vinculado a la prevención, alerta y organización ante situaciones de violencia (Palazzesi, 2018). En concreto, este paso de plataformas proporcionó formas diversas de acción y estimuló usos y apropiaciones con fuerte carga testimonial respecto a las violencias, como la convocatoria a acciones colectivas de protesta.

El 3 de junio de 2015 el hashtag #NiUnaMenos produjo un salto cualitativo en la apropiación de las plataformas digitales por parte del feminismo en cuanto a su masificación: una temática del movimiento de mujeres y el feminismo lideró las tendencias de la conversación nacional y global en Twitter (Annunziata, 2018). Esta experiencia fue capitalizada por el ciberactivismo feminista argentino en sucesivos “tuitazos” para jerarquizar determinadas temáticas en la discusión pública, tales como #AbortoLegalYa, #NiñasNoMadres, #MiraComoNosPonemos (Acosta, 2018; Tarullo y García, 2020). Por fuera de nuestro país las experiencias sobre narrativas de abuso sexual y violencia en Twitter como #YesAllWomen, #BeenRapedNeverReported y #MeToo en Estados Unidos

(Gautman, 2020), #Cuentalo en España (Escobar et al., 2022), #MiPrimerAsedio en 2015 en Brasil o #MiPrimerAcoso en México (Saavedra,2019) nos muestran como las plataformas digitales han ampliado las posibilidades para expresar experiencias de violencia sexual, asegurándose de que sean vistas, escuchadas y validadas (Mendes, Ringrose y Keller, 2019).

Dentro del ecosistema de medios y redes sociales, Twitter es uno de los ejemplos más exitosos de red de microblogging, desde su creación en el 2006 es un canal de comunicación dinámico y efectivo para la trasmisión de mensajes donde periodistas, medios, políticos, instituciones y ciudadanos interactúan en tiempo real, volviéndolo un lugar óptimo para los estudios sociales. El impacto en la esfera política y mediática de lo que ocurre en Twitter, así como la posibilidad que nos brinda para trabajar con grandes masas de datos abiertos a partir de su API gratuita, fueron dos elementos centrales para elegir esta red social en nuestra investigación. Según las agencias We Are Social³ y Hootsuite⁴ en su informe anual sobre redes sociales y tendencias digitales el número de usuarios de las mismas actualmente equivale a más del 58% de la población mundial. En particular Twitter se encuentra dentro de las diez plataformas más usadas mundialmente, siendo la cuarta más usada, con 78,94 billones de visitantes. En Argentina⁵, donde hay 38 millones de usuaries⁶ de internet, Twitter es la sexta red social más usada, con 5,9 millones de usuaries.

Para pensar Twitter resultan imprescindibles los aportes sobre internet de José Van Dijck (2016), quien realiza un estudio histórico sobre las plataformas más populares de la web 2.0. La autora caracteriza al entramado de medios conectivos y nuevas sociabilidades on line como una cultura de la conectividad, conformada por un ecosistema tecnocultural de carácter cambiante en donde las estructuras tecnológicas, las empresas y los usuarios evolucionan constantemente. Siguiendo a la autora, define a las plataformas como constructos tecnoculturales, en donde se despliegan, se performan, actividades sociales mediadas por la arquitectura computacional, los algoritmos, la agencia de les usuaries, las condiciones servicio, junto con los modelos de negocios y la mercantilización de les propietaries de las mismas.

³ <https://wearesocial.com/es/>

⁴ <https://www.hootsuite.com/es>

⁵ <https://datareportal.com/reports/digital-2022-argentina>

⁶ En la presente tesis utilizamos lenguaje inclusivo y no sexista, para aplicarlo me servido de la Guía para el uso del Lenguaje Inclusivo elaborada por el equipo del Promana integral de Políticas de Genero y la Secretaria de Bienestar de la Comunidad Universitaria de la Universidad Nacional de Mar del Plata (2019).

En definitiva, en esta tesis nos proponemos contribuir al análisis de las particularidades de la apropiación feminista de las tecnologías. Una pregunta que guía todas estas investigaciones, y atravesará también la nuestra, apunta al debate sobre si el activismo en Twitter es solamente amplificador o también transformador de las prácticas existentes. En particular, nos interesa analizar las diversas formas en que el activismo feminista usó las tecnologías digitales para desafiar la violencia de género durante los últimos años. Con este objetivo nos concentraremos en el estudio de un acontecimiento crítico⁷, definido por la amplificación de la denuncia por violencia de género de Thelma Fardin en Twitter a partir de la utilización del hashtag #MiraComoNosPonemos. Este evento merece una exploración en profundidad, ya que ha sido menos analizado que otros de similar envergadura a nivel nacional e internacional, tales como #NiUnaMenos y #AbortoLegal en Argentina, #MeToo en Estados Unidos y #Cuentalo en España. Al respecto, los estudios previos brindan un marco comparativo que será clave para construir una reflexión sobre cómo las plataformas en general y la tecnología del hashtag en particular operan sobre los usos del ciberactivismo y viceversa.

De este eje central se derivan una serie de interrogantes en los que me detendré a lo largo de estas páginas ¿Logra el activismo penetrar en las burbujas de información o queda preso de los algoritmos en su esfuerzo por instalar *trendings topics*? ¿Cuáles son los efectos de la polarización política tuitera en las conversaciones feministas en Argentina? ¿Cuáles son las características propias de este tipo de conversaciones en relación a otras conversaciones políticas ya estudiadas? ¿Dentro de las mismas es el activismo *celebrity* o el de usuaries que no son autoridades en la red el que tiene mayor influencia? ¿Son conversaciones más horizontales? ¿Logran los hashtags feministas otras maneras de interactuar entre les usuaries y el contenido que producen o persisten las lógicas de la plataforma? ¿Qué temas de conversación fueron los principales entre el total de mensajes emitidos? ¿De qué maneras y cuáles tecnologías de Twitter utilizaron les usuaries en este caso?

Antes de avanzar con el desarrollo del trabajo, me interesa aprovechar estas palabras iniciales para reflexionar sobre como el proceso de construcción del presente tema de

⁷ Un acontecimiento crítico centra la atención del público en el proceso de elaboración de reivindicaciones. Invita a la definición o redefinición colectiva de un problema social cuando los activistas del movimiento, los operadores de los medios de comunicación y otros compiten por el significado asignado a las cuestiones evocadas. (Pride, 1995)

investigación excede a la academia. No tengo dudas sobre cómo un conjunto de experiencias personales y políticas me acercaron a mi objeto de investigación y, en parte, al modo de comprender el problema (Elias, 1990). Sin pretender resolver el dilema de las ciencias sociales respecto a las tensiones entre el objeto y el sujeto en la investigación, creo que contar el proceso de cómo me enrole (Latour, 2015) con lo que finalmente es el tema que investigo puede ser una manera de “descajanegrizar” partes de la cocina de la investigación que muchas veces quedan por fuera de los productos acabados de la ciencia. En este sentido, creo importante poder situar los conocimientos (Haraway, 1995) como forma de construir objetividad por fuera del problemático dualismo. Así, los objetos son representados como un actor y como un agente, y no como recursos, con los que los científicos sociales establecemos una relación social.

Para finales del 2018 cerraba un año donde el feminismo había tenido un protagonismo indiscutible en los debates públicos, los medios de comunicación y, en lo personal, en mi propio activismo político. Desde del año 2017 las prácticas de denunciar en la red cobraban popularidad con el #MeToo en Estados Unidos. En Argentina, con el tratamiento de la ley para la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo en ambas cámaras, el año terminaba con una ola de denuncias sobre violencia de género y sexual en las redes sociales por parte de mujeres y disidencias sexuales. En ese momento la problemática sobre los escraches, como denominaron los propios actores a esas denuncias, fue el incipiente comienzo de algunas de las preguntas que aún contiene la presente investigación.

Durante 2019 las discusiones, tanto desde los estudios feministas como en el activismo, apuntaron a lo reparadoras que eran, para quienes denunciaban, este tipo de herramientas (Korol, 2018), como también hacia las consecuencias punitivistas que habían tenido muchas de estas acciones (Daich y Varela, 2020). También indicaban el peligro de reducir situaciones estructurales de opresión a una relación víctima-victimario (Pitch, 2003) o la vuelta a órdenes sexuales puritanos, sanitarios y securitarios (Mariash, 2017). Al mismo tiempo, desde algunas posiciones políticas, los escraches que había realizado la agrupación H.I.J.O.S tendientes a lograr la condena social de los genocidas libres por las leyes de Punto Final, Obediencia Debida y los Indultos eran evaluados como los únicos legítimos. La controversia de que ocurrieran en el espacio digital y por fuera del debate de las organizaciones de derechos humanos los ponía en un lugar “bastardo”. Desde esta perspectiva, las nuevas versiones del escrache virtual, más dispersas, algunas realizadas desde la individualidad, otras contenidas por redes feministas, por grupos de compañeros

o amigas que carecían de una organización política tradicional no eran consideradas reparadoras a la par que se rechazaba sus posibilidades para construir justicia.

En ese contexto me preguntaba si era posible estudiar los escraches sin quedar atrapada entre en la discusión de si eran liberadores o una forma de linchamiento social (Lamas, 2018), o únicamente concentrada en medir que tanto si y que tanto no funcionaban como una herramienta para obtener justicia (Arduino, 2018). Por otra parte, notaba que el hecho de que hubieran ocurrido en redes sociales no era una dimensión explorada en la mayoría de los trabajos en nuestro país hasta el momento y que era un elemento importante en la definición del problema de investigación.

Ese mismo año comencé el trabajo de campo sobre los escraches participando del Taller N° 75: Escraches y nuevas estrategias de visibilización de las violencias del hasta ese entonces llamado Encuentro Nacional de Mujeres⁸ en la ciudad de La Plata. La experiencia de participar en el taller me permitió observar cómo les propias activistas discutieron la herramienta de los escraches y comencé a aproximarme a lo que hasta el momento no formaba parte de mi interés más directo: el activismo feminista. Los escraches no venían de la política feminista tradicional, este activismo venía ligado al uso de internet como forma de militancia (Rovira Sancho, 2018), y por fuera de los espacios de discusión que el feminismo había construido a lo largo de los años como multisectoriales, los encuentros nacionales u organizaciones políticas. Que el feminismo en estos años deviniera en un movimiento de masas implicó la inclusión de nuevos sectores dentro del mismo que ignoraban su tradición organizativa, o no hacían política de la misma manera, que proponían otras formas de hacer política y buscar justicia. Durante la pandemia, momento en el que comencé con el largo proceso de elaboración de esta tesis de grado, fue incuestionable la centralidad de las tecnologías e internet en la vida cotidiana.

A la vez, esta aproximación implicó un desafío para el aprendizaje de las herramientas computacionales y técnicas para el análisis de grandes volúmenes de datos. Proceso que

⁸ Los llamados Encuentros Nacionales de Mujeres se realizan desde el 1986 en Argentina. Comenzaron a realizarse a partir de la iniciativa de la III Conferencia Mundial de Mujeres de Nairobi en Kenya, África en 1985. Los encuentros se caracterizan por ser autónomos, auto-convocados, democráticos, pluralistas, autogestionados, federales y horizontales. Y se llevan a cabo en distintas ciudades del país cada año, eligiéndose la nueva sede democráticamente en la asamblea de cierre donde se lee además el documento final. En el año 2019 en la asamblea de cierre por gran mayoría se eligió cambiar el nombre de los encuentros para sumar más identidades que solo las mujeres y territorios que se reconocen por fuera del Estado Nación argentino. Renombrándolo Encuentro Plurinacional de Mujeres, Lesbianas, Trans, Travestis, Bisexuales, Intersexuales y No Binaries. Luego de la pandemia el primero de estos encuentros se realizó con sede en San Luis del 8 al 10 de octubre de 2022. (<http://35encuentroplurinacionalmlttbinb.org/el-encuentro/>)

se extendió por las limitaciones de mi computadora personal (una conectar igualdad con windows 32 bits del 2010) con la que hice los primeros ejercicios de trabajo y por mi desconocimiento de los softwares y lenguajes de programación para procesar *big data*.

De esta manera en el capítulo I desarrollo el uso de las herramientas computacionales y su aplicación para el tratamiento de los datos. Asimismo, me detengo sobre los aportes teóricos de los que me he servido para pensar internet en general y Twitter como la plataforma donde los activismos digitales han proliferado en los últimos diez años. Desarrollo los aportes de los estudios sobre conversaciones políticas en Twitter Argentina y me concentro en los activismos feministas en particular. Al mismo tiempo recopilo hashtags del activismo feminista digital trazando una línea entre eventos que denunciaron la violencia de género y sexual. Luego, recorro antecedentes de estudios académicos sobre otras conversaciones de hashtags feministas en Twitter como #NiUnaMenos y #AbortoLegal en Argentina y estudios sobre #MeToo en Estados Unidos y #Cuéntalo en España. Por último, introduzco los principales debates sobre las reacciones antifeministas como fenómeno que surge como contracara de la expansión y popularización del feminismo en los últimos años.

En el capítulo II desarrollo el caso del hashtag #MiraComoNosPonemos a través de una reconstrucción del evento a partir de notas periodísticas de medios de noticias nacionales (Pagina 12⁹, La Nacion¹⁰ y Clarin¹¹). En el segundo apartado, describo la estructura de la conversación a partir de la proporción de tuits y retuits. En el tercero me interesa indagar el tipo de usuarios que logran tener más visibilidad en este tipo de conversaciones. Por otro lado, analizo las tendencias, los hashtags y los emojis más utilizados para observar y caracterizar los repertorios propios del ciberactivismo feminista en el caso estudiado. Al mismo tiempo exploro sobre los temas conversados entre los usuarios de Twitter. Para ello utilice las nubes de palabras como herramienta que me permite visualizar los términos más frecuentes de dentro de la conversación para compararla y dialogar con los otros trabajos desarrollados anteriormente sobre hashtags feministas.

En el capítulo III indago sobre la capacidad de los hashtags para conformar comunidades de usuarios en torno a temas políticos a partir del análisis de redes sociales. Visualizo redes

⁹ <https://www.pagina12.com.ar/161589-miracomonosponemos>

¹⁰ <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/el-video-denuncia-thelma-fardin-nid2201543/>

¹¹ https://www.clarin.com/sociedad/thelma-fardin-intimidad-nueva-sociedad-debe-construirse-hombres-mujeres_0_NqtGIWiGI.html

de interacción de usuaries que utilizaron el hashtag #MiraComoNosPonemos y #YoTeCreoJuan. A partir de ello me pregunto por la polarización política en Twitter y como se configuró en particular en la conversación analizada. Al mismo tiempo desarrollo una exploración sobre la conversación ocurrida en torno a #YoTeCreoJuan, preguntándome por el antifeminismo en la red y sus vínculos con narrativas polarizantes.

CAPÍTULO 1

Entre el feminismo y las redes: aproximaciones teórico metodológicas al problema de investigación

El presente capítulo describe dimensiones transversales a nuestro problema de investigación. Nuestro trabajo se nutre de los aportes de la sociología digital, las humanidades digitales, los estudios feministas sobre activismo político, tecnologías e internet, así como de un campo más amplio de estudios sobre Twitter y política. Si bien el recorrido bibliográfico se compone de universos problemáticos diferentes entre sí, la intención de esta investigación es reunirlos para pensar el ciberactivismo feminista en Twitter en contra de las violencias por motivos de género y su relación con las tecnologías a partir del seguimiento de un hashtag. Al mismo tiempo se explica el uso y aprendizaje de las herramientas que la sociología computacional nos brinda para investigar Twitter, y la particularidad y los desafíos que implica trabajar con objetos digitales para las ciencias sociales.

Diseño de la investigación: un acercamiento a nuevos lenguajes y herramientas

La siguiente investigación presenta un estudio de caso, que adoptó un diseño exploratorio con un enfoque que combina el análisis de los datos de manera cuantitativa y cualitativa, de los tuits emitidos bajo los hashtags #MiraComoNosPonemos y #YoTeCreoJuan los días 11, 12 y 13 de diciembre de 2018. A partir de las conversaciones ocurridas entre los usuarios del evento nos preguntamos por las características del activismo digital feminista en Twitter. Nos proponemos analizar su articulación y comparación con otros eventos feministas en Twitter como #NiUnaMenos, #AbortoLegal, #MeToo y #Cuentalo. Del mismo modo, nos preguntamos por las reacciones antifeministas en Twitter a partir del hashtag #YoTeCreoJuan y su vinculación con narrativas polarizantes. Observamos sus prácticas en la red para pensar las transformaciones políticas en la acción política feminista en los últimos años después del #NiUnaMenos, como también por las particularidades de la apropiación feminista de las tecnologías. A partir de la reflexión sobre cómo las plataformas y la tecnología del hashtag operan sobre los usos del ciberactivismo y viceversa.

Desde el campo de la sociología digital Fussey y Roth (2020) sostienen que la teoría y la metodología deben estar intrincadas en el proceso de investigación y que, en comparación con otras sociologías, el desafío consiste en plantear la representatividad offline de las

observaciones online, con reflexividad metodológica y técnica, capaz de ser crítica con las limitaciones que plantean los instrumentos (software, apps, plataformas, etc.).

El primer paso en esta investigación era la extracción de datos de Twitter, a partir del registro de una aplicación personal (API) en Twitter Developer¹² que nos habilita a hacer *gathering*. Twitter ofrece una enorme cantidad de datos semiestructurados que obtenemos tanto en flujo directo (*streaming*), así como del archivo histórico que la red social ofrece a sus usuarios de forma gratuita. En un principio la construcción de la base de datos para la investigación se vio limitada por las dificultades que existían para acceder a los datos históricos de Twitter. Para descargar la totalidad de tweets emitidos, hasta ese entonces, era necesario hacerlo en el momento que estaba ocurriendo el evento o pagar una *API Premium* a Twitter que permitía el acceso al archivo histórico de la red social. La primera opción no era posible, ya que cuando ocurrió el evento (año 2018) no estaba en mis planes investigarlo y la segunda tampoco era factible, ya que se trata de montos altos en dólares, inaccesibles para los subsidios a la investigación en la Argentina.

Este escollo nos llevó a desarrollar múltiples estrategias de reconstrucción de la base de datos para obtener la mayoría de los tuits emitidos durante los días que duró el evento. Finalmente, a partir de una búsqueda intensa, dimos con la base de datos compartida por la consultora “María Van Gol – Bi Studio” para la realización de la presente investigación. A partir de una nota sobre la denuncia de Thelma en el medio digital del diario *Perfil* con información proporcionada por la consultora dimos con María Van Gol. Nos contactamos con ella y generosamente nos cedió la base para esta tesis. La misma fue descargada por flujo directo/stream con la api v1, utilizando el lenguaje de programación Python desde el entorno Jupyter Notebook. La descarga se efectuó entre el 11 de diciembre de 2018 a las 19 hs y el 13 de diciembre de 2018 a las 22 hs., recolectando 1.009.058 tuits, todos ellos emitidos utilizando el hashtag #MiraComoNosPonemos.

Un poco más tarde, en enero de 2021, la nueva Api v2 de Twitter académica, empezó a permitir a los investigadores acceder al archivo histórico de la red social de manera gratuita. Los datos con los tuits que contenían el hashtag #YoTeCreoJuan fueron descargados con esta nueva herramienta que la red social brinda para estudios científicos. Esta nueva API nos permite recuperar 10 millones de Tweets al mes, tener acceso a la búsqueda por palabras claves en el archivo completo y al recuento de Tweets.

¹² <https://developer.twitter.com>

El procesamiento de grandes cantidades de datos (millones) se torna posible solo con el uso de computadoras para cortar, separar, pegar e interpretar datos y metadatos. En este sentido, para hacer uso de estas herramientas metodológicas para la presente investigación se comenzó (y aún sigue) un proceso de aprendizaje y familiarización con lenguajes y softwares de programación, a partir del intercambio con colegas y compañeros de estudio. Esto fue un gran desafío ya que partía con pocos conocimientos o ninguno sobre estas técnicas de tratamiento de la información. Por lo que esta etapa de la investigación fue la más extensa, ya que en sus comienzos resultó frustrante encontrarme frente a programas y lenguajes completamente desconocidos.

Los datos producidos por Twitter vienen en formato JSON, e incluyen una gran cantidad de información. El lenguaje utilizado para la extracción, el procesamiento y análisis de nuestros datos fue R y su versión “amigable” el entorno Rstudio. Las variables que podemos encontrar en nuestra base son datos y metadatos de los tuits descargados. Los datos corresponden al contenido del tuit, es decir el texto, si fue marcado como favorito, cuantas veces, si es una respuesta a un tuit (*reply*), cuándo fue creado, si está truncado, el ID del tuit original en caso de ser una respuesta, el ID del tuit, la fuente, el nombre del usuario (*screenName*) y el total de retuits, si es retuit (Calvo, 2015:133). Los metadatos refieren a toda la información producida al acto de tuitear como al origen geográfico del tuit, la conexión entre la cuenta original y aquella que retuitea, la hora y el día en que fue publicado un tuit y una multitud de otros datos que se encuentra en el “envoltorio” del tuit (Calvo, 2015:36/37).

Los principales *scripts* para el desarrollo de este trabajo fueron tomadas del apéndice metodológico de Ernesto Calvo (2015), de los *scripts* publicados en sitios colaborativos como The Programming Historian¹³, el sitio Rpubs¹⁴ y el repositorio GitHub¹⁵ y de tesinas e investigaciones que también se han servido de estas metodologías, de colegas del proyecto de investigación al que pertenezco¹⁶ (Juares, 2021; Ferreyra, 2022). Los *scripts* son instrucciones escritas en código, “recetas” que nos permiten ejecutar la orden que necesitamos realizar. Es en esta parte del proceso donde se presentan las mayores dificultades del manejo de las técnicas digitales. Algunos científicos sociales describen la

¹³ <https://programminghistorian.org/>

¹⁴ <https://rpubs.com/>

¹⁵ <https://github.com/>

¹⁶ Proyecto “Comunidades virtuales: historia, prácticas e imaginarios sociales”, perteneciente al Grupo de Investigación y Movimientos Sociales de la Argentina Moderna. Para más información pueden consultar

relación de ensayo y error a partir de la que avanzan en el armado del código como “cacharreo”. Al no ser programadores, ni expertos en la materia, les investigadores recurrimos al trabajo colaborativo para crear los códigos que necesitamos para el tratamiento de la información.

Los paquetes utilizados para la extracción y análisis de datos fueron `academictwitteR`, `dplyr`, `rtweet`, `rvest`, `selenium`, `stringr`, `tidyverse`, `tidytext`, `udipe`, `quanteda` `wordcloud` y `wordcloud2`.¹⁷ A partir del uso de los mismos pudimos descargar los datos, realizamos el ranking de les usuaries que obtuvieron mayor cantidad de retuits y favoritos en sus mensajes, el ranking de los emojis más utilizados en la conversación y el gráfico de temporalidad de retuits. También con Rstudio procesamos el contenido de los tuits para construir una nube de palabras con la aplicación de código abierto Voyant Tools¹⁸

Hemos procurado profundizar en alternativas que busquen la convivencia de métodos supervisados y no supervisados, atentos a los debates sobre lectura distante (Moretti, 2005; Ramsay, 2011). Asimismo, utilizamos herramientas del análisis de redes sociales (Molina, 2001; Reynoso, 2011; Calvo, 2015) para el análisis de las redes de retweet. Para la búsqueda y visualización de comunidades nos apoyamos en las herramientas que nos brinda el software Gephi. El mismo es un software de visualización de redes que a partir del uso de algoritmos de distribución espacializa los datos en un grafo (Jacomy, et all. 2014). De esta manera nos permite explorar relaciones entre los nodos, en este caso les usuaries que participan de la conversación y por ende cómo fue esa conversación a niveles macro. El análisis de redes nos permitirá establecer el cruce entre geografías feministas y partidarias, para testear tanto la permeabilidad de la comunidad construida en torno a la denuncia de Thelma y las denuncias públicas sobre violencia de género (a favor y en contra) de este tipo de acusaciones.

De esta manera Miller (2019) ha mostrado que la única forma de poder apreciar y entender algo tan omnipresente como las redes sociales es sumergirse en la vida cotidiana de la gente que publica contenido en tales redes. Para el estudio de les usuaries más destacades, se realizará también una revisión de las técnicas de aproximación cualitativas que se han conocido como etnografía virtual (Álvarez Gandolfi, 2016). Este enfoque propone pensar a internet como un ciberespacio donde se forman culturas y determinadas

¹⁷ Puede encontrarse información sobre cada paquete en https://cran.r-project.org/web/packages/available_packages_by_name.html

¹⁸ <https://voyant-tools.org/>

maneras de organización social, mediante el uso sostenido de tecnologías digitales. La tarea de la ciberetnografía para el autor es ocuparse de los sitios web como casos puntuales en torno a los cuales proponer generalizaciones a partir de comparaciones. También implica el seguimiento de las conexiones que se establecen a partir de los usos sociales de las tecnologías digitales.

Estudiar lo digital, estudiar Twitter

La sociología digital surge como un campo nuevo que pretende poder dar respuestas ante los nuevos desafíos y preguntas atravesadas por el fenómeno de lo digital en nuestras culturas, a partir del surgimiento de internet y las plataformas de las redes sociales. Esta analiza las posibilidades de las tecnologías en las distintas esferas sociales y cómo conforman y son conformadas por las relaciones sociales, la interacción social y las estructuras sociales. Las tecnologías digitales desde comienzos del siglo XXI han penetrado en todos los aspectos de la vida social, ya no podemos pensar en el ciberespacio y la vida *off line* como ámbitos independientes y escindidos uno de otro. Para autores como Boczkowski y Mitchelstein (2022) la principal característica del auge de lo digital en el mundo es que se ha convertido en un entorno que envuelve y modela gran parte o casi todos los aspectos de nuestra vida cotidiana. De esta manera surge para la sociología digital el desafío de repensar formas de observar-comprender-investigar las interacciones tecnológicamente mediadas (Fussey y Roth, 2020).

En esta línea retomamos los aportes de la teoría del actor red de Bruno Latour (2005) para pensar la agencia de las tecnologías en los procesos de comunicación y no solo como un espacio donde los actores se encuentran e interactúan. Estas median y forman parte de las mismas acciones de los agentes en los medios digitales. Asimismo, retomamos y nos servimos de los aportes de Jose Van Dijck (2013) para pensar cómo las tecnologías se encuentran insertas en estructuras ideológicas y económicas que habilitan y permiten ciertos usos de las mismas. Retomamos la definición de plataformas de Gillespie (2010) como conceptos computacionales y arquitectónicos y como, en un sentido sociocultural y político, espacios políticos e infraestructuras performativas. Así la sociedad tecnificada por las plataformas convierte las actividades de las personas en fenómenos formales, gestionables y manipulables (Van Dijck, 2013) teniendo impactos y consecuencias particulares.

Twitter fue fundado en 2006 por el desarrollador de software Jack Dorsey y sus asociados. En sus principios, aquello que Rogers (2014) llama primera generación de Twitter o Twitter I, estaba conformado por un código corto de cinco dígitos que cumplía con el protocolo de los SMS, donde se enviaban mensajes de 140 caracteres. Fue pensado por sus creadores como un servicio de mensajería instantánea pública y comunicación ciudadana. Vinculado con la cultura de codificación de los nuevos medios y la subcultura de los radioaficionados, el contenido de Twitter se caracterizó por estar asociado a un estilo de vida urbano donde les usuaries actualizaban a sus amigos de sus actividades y paradero. El discurso inicial de esta red social estaba asociado a lo mundano, lo banal y lo personal o íntimo

Para 2009 Twitter había experimentado diversos cambios en su propia arquitectura que lo colocaron como una máquina de asuntos de actualidad o como un motor de búsqueda para averiguar qué es lo que está pasando en el momento, es decir como una fuente de noticias. La implementación de innovaciones por parte de les usuaries fue importante en ese cambio, uno fue el uso del símbolo @ para responder a tuits de otros usuaries y otro fue el uso del símbolo #, nombrado actualmente como hashtag, para informar sobre noticias y ordenar los temas de conversación. La primera vez que fue utilizado para estos fines el símbolo # fue cuando les usuaries informaron sobre los incendios de San Diego en 2007, con #sandiegofire. Si bien se inició como una estrategia de les usuaries, la plataforma lo adoptó para su interfaz e introdujo para el 2009 la función de las *trending topics* y la opción del retuit (Burguess y Baym, 2020).

En esta evolución Van Dijck (2016) encuentra relación con prácticas sociales que hoy conocemos como “seguir” y “marcar tendencia”. Para el año 2010 Twitter introdujo los Tuits promocionados y Tendencias promocionadas pagados por un sponsor o privado, al colocar junto a las tendencias anuncios y publicidad. En 2011 llegó un cambio aún más profundo en la interfaz de la red social, conocido como el “Nuevo Nuevo Twitter”, la introducción del botón “home”, “conectar”, “descubrir” y “yo” estructuró la navegación de les usuaries y uniformizó el ingreso de datos, más útiles para la industria publicitaria. Para Van Dijck estos cambios de diseño revelan la promoción de la explotación (o comoditización) de la conectividad generada.

En este nuevo Twitter la compañía comenzó a explotar los datos generados por les usuaries para la distribución de publicidad dirigida y personalizada. Y de esta manera dirigió su modelo de negocios hacia el cobro a compañías por el acceso a los datos producidos por les usuaries en tiempo real. Esta versión de Twitter como reservorio de datos, es lo que

Rogers (2014) llama Twitter III. Tanto para investigaciones sociales como para privados, compañías y desarrolladores, la red social significó un medidor de tendencias y sensor de acontecimientos sociales desde políticos, catástrofes ambientales, hasta de gustos, opinión y consumo. Actualmente en nuestro país se estima que más del 80% de la población es usuaria de redes sociales y tiene acceso a internet, como ya mencionamos anteriormente. Twitter es la sexta red social más visitada por les usuaries de Argentina. Los usos políticos de Twitter y la posibilidad de tener acceso a los datos y metadatos han colocado a esta red social como una fuente importante de información para los estudios sociales y la Social Big Data.

Twitter y activismo: hashtags, polarización y autoridades

En los últimos años internet y en especial las redes sociales como Twitter, se han convertido en una de las arenas de la política, no solo por la activación de las cuentas de los partidos y candidatos en tiempos electorales, sino que también han sido apropiadas por los movimientos sociales y el activismo político. (Papacharissi, 2002). En este sentido, esta plataforma ha funcionado como un espacio donde se han extendido las prácticas de los movimientos sociales, a la hora de difundir imágenes y mensajes que movilicen a la gente, como también para la discutir, convocar a la acción, coordinar y organizar protestas. En particular la utilización de hashtags para debatir y comunicar es parte de las herramientas que los movimientos sociales han tomado de la red social para lograr y dar mayor alcance a sus demandas (Castells, 2012). Insurrecciones 2.0, movimientos en red, movimientos-red son algunos de los nombres que autores como Castells y Reguillo les dieron a estas expresiones políticas que desde el 2009 han surgido en la hibridación entre las calles y el espacio virtual. Las revoluciones de Túnez y la Primavera Árabe en 2011, el movimiento estadounidense #OccupyWallStreet, en España el movimiento de los indignados #15M, en México el movimiento #YoSoy132 en 2012 presidido por las protestas estudiantiles #TodosSomosAyotzinapa, en 2013 el #BlackLivesMatter en Estados Unidos, en Francia la Nuit debout en el 2016 forman parte de las protestas en el mundo donde internet otorgó capacidad de agencia, convocatoria y el medio para narrar otras formas de imaginar la vida y lo posible.

Al respecto, consideramos que las interacciones sociales se mueven en un espacio-red online/offline donde resulta difícil pensar fenómenos sociales por fuera de la web, o bien trazar delimitaciones de ambos territorios como espacios de sociabilidades (Miller, 2019).

En estas intersecciones surgen conceptos como acción conectiva (Reguillo 2017), cibermilitancia (Garrido 2012), ciberactivismo (Ferrerías Rodríguez, 2011) que nos brindan claves para explorar esos movimientos ciudadanos que están asentados en las redes sociales y que tienden a ocupar el espacio urbano (Castells, 2012). Una pregunta que guía todas estas investigaciones, y atravesará también la nuestra, apunta al debate sobre si el activismo en Twitter es solamente amplificador o también transformador de las prácticas existentes (Fussey and Roth, 2020).

Reguillo (2017) encuentra como rasgo dominante de este ciclo corto de revueltas, que ella recorta entre el 2011 y el 2016, el acceso a la palabra, es decir la voz propia, como un eje común en estas protestas habilitado por el uso de las redes. En su estudio sobre movimientos-red la autora analiza las estrategias comunicacionales de los mismos, entre ellas la utilización de hashtags. Para la autora los hashtags operan como una especie de clúster o racimo de nodos o lugares de enunciación articulados por él o los términos de referencia, en el que los usuarios del hashtag colaboran y se encuentran, discrepan y disputan sentidos o se atacan descalificando, contraargumentando o amenazando. Para Reguillo el hashtag funciona como un eje articulador de subjetividades políticas, es decir que aquello que se encuentra después del “#” representa una convocatoria intersubjetiva que posibilita una articulación de imaginarios y deseos. En el lenguaje de la protesta los movimientos-red han aprendido a utilizar los hashtags para movilizar, acordar, denunciar y enunciar, para construir consensos y disensos.

En su análisis sobre los hashtags, Bruns y Burgess (2011), también destacan su papel central en la coordinación del público y audiencias en Twitter en debates políticos electorales, protestas, movilizaciones de activistas; como también en otras temáticas como eventos deportivos, entretenimiento y memes. Para los usuarios de Twitter, seguir y publicar en una conversación con hashtags hace posible que se comuniquen con otra comunidad de interés en torno a un tema específico, sin tener que pasar por la necesidad de una relación mutua de seguidor/seguído con cualquiera de los participantes. En este sentido, los autores se preguntan si es posible pensar en comunidades de hashtags en torno a temas de conversación. El término comunidad para Burgess y Bruns implicaría que los participantes del hashtag compartan intereses específicos entre sí e interactúen entre ellos leyéndose, respondiendo o retuiteando contenido con el hashtag. Por otro lado, en su forma más simple, los hashtags serían un mecanismo basado en la búsqueda para recopilar tweets que comparten este atributo, sin que esto necesariamente implique que

les usuaries respondan los de otros. También los hashtags pueden responder a contenido por fuera de la propia red social, como programas de televisión o eventos políticos recurrentes. De esta manera les usuaries no tienen por qué seguir lo que dicen los demás sobre estas emisiones, pero sí participan como audiencias activas, como miembros de la comunidad de interés de estos programas. Bruns y Burgess (2011) proponen medir el grado en que los colaboradores de un hashtag se responden unos a otros a partir de la cantidad de retuits y respuestas en la conversación. A un alto volumen de mensajes de respuesta indica que les usuaries que interactúan en torno al hashtag actúa como comunidad. Un alto contenido de retuits y URLs en la conversación indican para los autores, que lo más importante es la difusión de la información conversada con el hashtag.

Sin embargo, también éste y otros autores sostienen (Bruns y Burgess, 2011; Van Dijck, 2016) que el algoritmo de Twitter podría estar influyendo en las posibilidades del hashtag para la comunicación pública. Sostienen que el algoritmo de búsqueda determina profundamente los resultados que ven les usuaries. Así, Twitter devuelve como resultados de búsqueda una lista de "tuits principales" que es un cóctel de lo que el algoritmo considera como resultados "autorizados" o "socialmente relevantes". Gillespie (2014) en su análisis se centra en estos conceptos difusos y cargados de valores como "relevancia", donde dependen de los supuestos establecidos sobre lo que importa y cómo se puede identificar lo que no importa. La investigación del autor señala que Twitter tiene tendencias estructurales a darle visibilidad a aquello que es ya popular, hacia los sitios en inglés y hacia los proveedores de información comercial. Es decir, el algoritmo cura la información que les llega a les usuaries, de cierta forma construye los temas o eventos en torno a los cuales surgen y participan los públicos. Solo Twitter Inc. tiene acceso a los filtros de los algoritmos que devuelven una visión construida, parcial y curada de los tweets que se han publicado como parte de la conversación en torno a los hashtags.

Otros autores también dan cuenta de las limitaciones del hashtag para masificar consignas. Van Dijck (2016), Castaño (2015) y Pariser (2011) advierten el carácter individualizante de las redes y sus lógicas neoliberales. Van Dijck entiende que la cultura de los medios sociales de la web 2.0 organizó el intercambio social y la socialización a partir de principios económicos neoliberales. Presentes desde los modelos de negocios con los que las corporaciones dueñas de plataformas han logrado monetizar y comoditizar relaciones sociales *on line* hasta la misma arquitectura de las redes, donde se hacen presentes en sus interfaces y protocolos. Así la conectividad, para la autora, es el resultado de la presión

constante por parte de las tecnologías y de los usuarios de expandirse a través de la competencia para conquistar capital social y poder. Que las plataformas fomenten y se rijan por la popularidad, ranqueen la participación, lejos de ser algo contingente en su estructura, forma parte de una ideología que valora la jerarquía, la competencia y el lugar del ganador.

En particular, Parisier (2011) destaca las consecuencias de las burbujas de filtro que reducen la experiencia de los usuarios a sus círculos de afinidad y limitan la posibilidad de difundir contenido más allá de ellas. Para el autor, las personas quedan encerradas por la acción de los algoritmos en información que solo coincide con sus gustos, preferencias y pensamientos, algo que favorece la dinámica de negocios de la plataforma. Esto significa una limitación para el activismo que busca interpelar y contagiar ideas a otros. Castaño (2015) propone que el activismo utiliza hashtags en Twitter para romper las barreras de comunicación que ponen las burbujas, a partir de formar parte de los *trending topics*. Pero para lograrlo y colocar temáticas en las tendencias termina ganando la emisión de mensajes sobre el debate y la conversación entre usuarios, al contrario de lo que el imaginario colectivo piensa de las redes y lo que se esperaba de internet en sus comienzos (Castaño, 2015). Esta misma advertencia se aplica para el retuit que muchas veces es utilizado para expresar acuerdo sobre una postura, pero como resultado no ayuda al debate o al encuentro de posturas comunes. Por el contrario, colabora con la fuerza algorítmica que tiende a crear comunidades de conversación separadas dentro de la red (Barbera, 2015).

Romper con los filtros personalizados propios de las redes es uno de los obstáculos que el ciberactivismo tiene a la hora de difundir sus ideas. Al mismo tiempo los filtros, con su función mercantilizadora, significan para diversos autores un problema para seguir pensando a internet como un espacio democrático, horizontal que pueda estimular nuevos imaginarios y promover usuarios/ciudadanos activos en vez de consumidores. Del mismo modo, el capitalismo de plataformas se aparece como un obstáculo para la construcción de una web 2.0 que funcione como una extensión del espacio público con la gradual apropiación del mismo por empresas privadas que anteponen sus propósitos comerciales frente a los valores de democracia, horizontalidad y cultura participativa que en sus inicios la web 2.0 prometía hacer posibles.

A pesar de estas tendencias existe una paradoja dentro de los servicios que brindan los medios sociales. Para Van Dijck (2016) estos pueden resultar tanto empoderadores de los usuarios como modos de explotación. Los usuarios trabajan para la plataforma

produciendo contenidos sobre el cual se basan las mismas y son explotados como consumidores, presionados a re adquirir sus propios datos procesados y resignar parte de su privacidad. Pero también, les mismas disfrutan de la socialidad en ellas y son usadas como contrapoder y formas de resistencia por parte del ciberactivismo. De esta manera la agencia de les usuaries está compuesta por el hábito inscripto en el diseño de las plataformas, por el modo en que estos interactúan en la red y las articulaciones con otros usuaries. Siendo parte de un proceso de negociación entre las condiciones impuestas por las corporaciones privadas y les usuaries para definir y controlar las condiciones del intercambio de información.

Dentro de los estudios de Twitter que se interesan por el comportamiento de les usuaries se encuentran los aportes de Barberá (2015). El autor analiza 3.8 millones de usuarios de Twitter en los Estados Unidos y su comportamiento en torno al flujo de tweets en tópicos de discusión política y de otros temas de interés público. A partir de este estudio pretende analizar los niveles de polarización ideológica en los intercambios y la conversación de les usuaries en Twitter según temáticas. Para ello ve que tanto estas conversaciones se asemejan a una "cama de eco" caracterizada por la exposición selectiva, la segregación ideológica y la polarización política o a una "conversación nacional" en donde se encuentran usuaries con diferentes convicciones ideológicas que leen y retuitean mensajes de les demás. Barberá observa que las estructuras de comunicación son dinámicas y flexibles. En tópicos de índole popular públicos, les usuaries interaccionan con información desde diversas perspectivas ideológicas, mientras que, en temáticas explícitamente políticas, nota que les usuaries son más propensos a transmitir información que han recibido que es ideológicamente similar, volviendo más difícil la existencia de cruces entre flujos informativos de comunidades de ideologías opuestas. De este modo, propone que la problemática de la polarización ideológica en Twitter varía según tópicos de conversación.

También Calvo y Arguete (2020) analizan la polarización en Twitter a partir de diferentes temáticas y hashtags, mayoritariamente de la escena política argentina. Para los autores esta red social funciona como una "cámara de eco" donde los flujos informativos que nos llegan como usuaries se corresponden con nuestros posicionamientos, gustos y creencias. Este funcionamiento genera tendencias hacia la polarización entre comunidades del espacio virtual. La polarización en la red resulta de encuadres que incrementan los niveles de contraste. Ésta se vuelve mayor cuando estos efectos alteran la topología de las redes,

es decir, la forma en que los usuarios de una red entienden sus reglas, usos, costumbres e interactúan. Los usuarios actúan bajo los encuadres legados por las redes, que tienden a la polarización y a la visibilización de usuarios con muchos seguidores, y su acción sobre ciertos contenidos promovidos por la red devienen en comunidades de información. A partir de los mensajes que emiten, los que deciden retuitear y responder los usuarios o los que ignoran, se configura el espacio virtual y los encuadres desde los cuales se interpreta la información, se definen situaciones o se otorga significado a ciertos acontecimientos. Particularmente en temas políticos los usuarios suelen interactuar con quienes coinciden cognitivamente y afectivamente. A la vez, conectan menos con el contenido generado por la comunidad opositora (Aruguete y Zuazo, 2021)

Al trabajo de Calvo y Aruguete (2020) lo atraviesa la pregunta por los mecanismos mediante los cuales se constituyen estas narrativas colectivas, en concreto, cuál es el lugar que ocupan autoridades y comunidades en el proceso de transmisión de la información dentro de Twitter. En otras palabras, de qué manera circula la información dentro de esta red social. Autores como Van Dijck (2016) entienden que Twitter funciona como un diálogo público regido por un pequeño grupo de sujetos influyentes hiperconectados que poseen un gran número de seguidores, más que como un universo libre y abierto. En efecto, la propia arquitectura de la red favorece solo que algunos mensajes y usuarios tengan visibilidad sobre otros, condicionando los temas de la conversación.

Tanto las redes sociales como Twitter, en particular, e internet, en general, pueden ser analizadas como redes de libre escala (Reynoso, 2008). Una de sus particularidades es la concentración de la conectividad entre unos pocos usuarios o páginas web altamente interconectadas entre sí. Según el principio de San Mateo en este tipo de redes quienes ya tienen, seguidores o visibilidad, son quienes más reciben. De esta manera, algunas interpretaciones sobre temáticas políticas adquieren más fuerza de realidad que otras. Pero para Calvo y Aruguete (2020) aunque las redes están habitadas por actores dominantes, el control de las narrativas no depende totalmente de estos. También tienen peso, por ejemplo, las decisiones de los usuarios en compartir o no ciertos contenidos a los que están expuestos. De esta manera la polarización es el resultado de encuadres que aumentan las diferencias o niveles de contraste entre los usuarios y no solo un efecto algorítmico o de interfaz de las plataformas.

Si bien las conversaciones sobre temas políticos, como #Maldonado y #Nisman en Argentina, #Bolsonaro en Brasil o #TravelBan en Estados Unidos, tienden a la polarización

ideológica, en otras ocasiones las redes habilitan espacios de enunciación para que les usuaries interpelen las narrativas hegemónicas con sentidos alternativos (Aruguete y Zuazo, 2021). Calvo y Aruguete (2020) encuentran en las conversaciones sobre temáticas feministas topologías y formas de interacción entre les usuaries que escapan de este fenómeno, vehiculizando dinámicas transversales e interpartidarias. Particularmente destacan a #NiUnaMenos, #AbortoLegal y #MiraComoNosPonemos como ejemplos donde les usuaries que participaron de la conversación expresaron amplios acuerdos sobre la interrupción voluntaria del embarazo (IVE) y el repudio a la violencia de género. Al mismo tiempo, destacan que la conversación no se vio atravesada por la grieta gobierno/oposición como normalmente ocurre en las conversaciones sobre temáticas políticas argentinas en Twitter. Esta configuración permitió que otro tipo de mensajes y de actores de la red tengan visibilidad. Otros estudios (Congosto, 2018) sobre conversaciones feministas en contra de la violencia de género, como la articulada a partir del hashtag #Cuéntalo en Twitter España, muestra también una polarización en la conversación que no coincide con el eje oficialismo/oposición. En este caso, se trata de un grupo de usuaries que apoyaban el hashtag y compartieron casos de agresiones sexuales en la red y otro de usuaries que desacreditaban y descalificaban la importancia del asunto, denominada por la autora como comunidad anti-cuéntalo.

Ciberactivismo feminista y misoginia en las redes

El movimiento feminista ha visto tempranamente en el uso de internet (Boix y de Miguel, 2002; Zafra, 2014) y las redes sociales formas de disputa de sentido y construcción de nuevos imaginarios (Haraway, 1995). En los últimos diez años el ciberactivismo feminista también se ha servido de los hashtags como herramienta para la protesta y para visibilizar sus propias demandas. Particularmente su uso ha sido acompañando por las narraciones de las usuarias sobre sus experiencias personales en torno a derechos reproductivos de las mujeres (cis), derechos laborales de las mujeres(cis), violencia sexual y femicida (Dominguez, 2019). Investigaciones recientes, como la de Esquivel Domínguez (2019), de rastreo de hashtags feministas dan cuenta de esta práctica ciberactivista desde el 2009¹⁹. La posibilidad de trazar una genealogía de las protestas feministas en la plataforma Twitter nos permite ver cómo estas prácticas lejos de ser espontáneas y sin orígenes definidos (Domínguez 2019) están ubicadas dentro de una constelación de prácticas políticas

¹⁹ Siendo el hashtag #NiUnaMas uno de los primeros en América Latina ese mismo año.

virtuales que se dan sentido entre ellas y al mismo tiempo, se traman con movimientos y movilizaciones políticas off line.

Muñoz Saavedra (2018) recopila ciber acciones y hashtags entre el 2012 y el 2018 de feminismos periféricos. Destaca *Safecity*, la plataforma india creada en el 2012 para reportar agresiones sufridas en la calle y espacios públicos. En 2014 el hashtag #BringOurGirlsBack en Nigeria por los secuestros y violencia contra niñas, #MyDressMyChoice en Nigeria por la autonomía femenina y la violencia sexual, #bacaklarinitopla #yerimisgaletme en Turquía por el uso del espacio público y el *Manspreading*. Y en Estados Unidos #YesAllWomen y #BeenRapedNeverReported denunciaban acoso y violencia sexual. En 2015 el #NiUnaMenos en Argentina y #MiPrimerAsedio en Brasil. En el 2016 #VivasNosQueremos en América Latina, #MiPrimerAcoso en Mexico, #PositionOfStrenght en India a partir de una campaña de Twitter para el empoderamiento de las mujeres con el hashtag #SheInspiresMe. En el 2017 en Estados Unidos el reconocido #MeToo. En 2018 #Noesno, #Yositecreo y #Cuéntalo en España que invitaban a las mujeres a relatar las agresiones sufridas a lo largo de sus vidas o #AbortoLegalYa en Argentina por la interrupción legal del embarazo.

En este universo de hashtags, una de las particularidades de #MiraComoNosPonemos está vinculada al origen del mismo. La actriz Thelma Fardin lo utilizó en el tweet que contenía el video con la denuncia al actor Juan Darthes por violación durante una gira en Nicaragua en el año 2009. En ese momento la práctica de escrachar en la red no era algo nuevo dentro del feminismo, ya que cierto sector lo utilizaba como forma de reparación y justicia frente a las violencias y falta de presencia del Estado. La creación del blog llamado Ya No Nos Callamos Más en 2016 marcó el inicio de los escraches feministas virtuales (Cholakian, 2018; Vieta 2020). En ese blogspot se publicaron decenas de testimonios de víctimas/sobrevivientes y testigos de abuso del cantante Cristian Aldana. A mediados de ese año, se creó un WordPress con el mismo nombre que amplió las denuncias de este estilo más allá del ámbito del rock. El hashtag #YaNoNosCallamosMas formó parte de las publicaciones del blog y acompañó los escraches realizados. Pero este rebalsó los límites del WordPress y otros blogs, y páginas de Facebook y perfiles de Twitter utilizaron la proclama YaNoNosCallamosMas y el hashtag para replicar denuncias y escraches en diferentes regiones del país. El WordPress se mantuvo activo entre noviembre de 2016 y junio de 2018. El 10 de diciembre de ese mismo año Thelma twitteó el video con la denuncia a Darthés acompañado por el hashtag #MiraComoNosPonemos y realizó una conferencia

de prensa junto con el Colectivo de Actrices Argentinas desde el Multiteatro en la ciudad de Buenos Aires. El traspaso del activismo a redes sociales y en particular el paso de publicar denuncias en blogs a Twitter (una plataforma de microblogging) implicó que estas denuncias aparecieran en la sección de noticias y explorar de les usuaries. Ya no había que conocer los blogs del feminismo *under* para enterarse, o estar vinculade de alguna manera con el activismo independiente autoconvocado. Thelma Fardin, la actriz de las novelas de televisión, lo estaba haciendo desde su cuenta personal de Twitter y llegaba a todo el mundo.

A nivel global la masificación de denuncias sobre violencia de género en redes sociales ocurrió en Estados Unidos el 15 de octubre de 2017 con el fenómeno #MeToo en Twitter. La actriz norteamericana Alyssa Milano fue quien inicialmente usó en un tweet el hashtag #MeToo, alentando a sus seguidores y usuarios de Twitter a denunciar en la red social situaciones de acoso o agresión sexual (Schneider y Carpenter, 2019). Sin embargo, Milano no fue la primera en utilizar esta proclama en las redes sociales. En el año 2006 en MySpace la activista afroamericana Tarana Bruke utilizaba y fundaba el movimiento Me Too en las redes para concientizar y denunciar sobre la cultura del abuso sexual en la sociedad norteamericana (Muñoz Saavedra, 2019). Pero fue a partir del tweet de la actriz que el hashtag #MeToo se volvió global. Este mismo hashtag fue tendencia en la Argentina durante los días que duró el evento en Twitter después de la denuncia de Thelma Fardin.

Al respecto, Mendes, Ringrose y Keller (2019) señalan que para cada acción ciber activista feminista exitosa existe otra de misoginia en la red; que va desde insultos, acoso sexual hasta amenazas de muerte. Junto con el crecimiento del feminismo en la red ha surgido también “la misoginia popular” (Mendes, Ringrose y Keller, 2019). Desde el año 2007 hay registros de estas prácticas violentas, tanto en blogs, videojuegos en línea (Hanash Martínez, 2020), comentarios en portales de noticias (Zuban y Rabbia, 2021) o en Twitter (Congosto et al., 2020).

La problemática sobre el antifeminismo en las redes sociales ha sido recientemente analizada a partir de diversas manifestaciones contrarias al feminismo en la red que van desde blogs, foros, grupos de Facebook, hashtags en Twitter o las conocidas páginas web fundantes de la subcultura *troll* como *4chan* y *Red Pill Room* (Carreras, 2019; Villar- Aguilés y Pecourt Gracia, 2020). A partir de una serie de discursos reaccionarios, estas prácticas virtuales han contribuido a armar un discurso antifeminista que alimenta las posiciones, organizaciones y partidos de ultraderecha. Si bien para los autores no existen

necesariamente vínculos orgánicos, este movimiento en la red ha encontrado en los partidos de derecha referencia y un altavoz, como es el caso de Vox en España (Villar-Aguilés y Pecourt Gracia, 2020). En el mundo anglosajón destaca la “manosfera”, una especie de subcultura antifeminista online que creció rápidamente en los últimos años y que proclama que los hombres han sido oprimidos por el feminismo. Promueven la misoginia, la transfobia y la homofobia dentro de sus ciberacciones con fines de desalentar discursos feministas en la red (Engler, 2017).

Mantilla (2013) llama a las acciones llevadas a cabo por grupos organizados, trolls o simplemente usuaries como *gendertrolling*. Definida como una forma de violencia simbólica en entornos digitales, que se centra en el género y se dirige hacia las mujeres, específicamente hacia aquellas que se definen como feministas. La autora caracteriza a este fenómeno por la participación, a menudo coordinada, de numerosas personas que suele extenderse en el tiempo. El trolling de género suele implicar un esfuerzo concertado o coordinado por parte de muchos trolls hacia una víctima. Implica la presencia de insultos basados en el género incluyendo el uso de términos peyorativos dirigidos especialmente a las mujeres - "coño", "puta", "zorra"- y comentarios para insultar y humillar a las mujeres, especialmente en relación con su peso y apariencia física. También se caracterizan por el uso de lenguaje de odio, incluyendo descripciones de actos viles y violentos que harían a las víctimas; por amenazas de violación, de muerte, de tortura y "doxing"²⁰. Por último, una de las particularidades del *gendertrolling* es que casi siempre se produce como reacción a las mujeres que denuncian alguna forma de sexismo en la red.

En particular nos interesa desarrollar aquellas ciberacciones antifeministas que intervienen en hashtags feministas o crean propios como respuestas a los primeros. Un claro ejemplo es el contra-movimiento #HimToo en respuesta al #MeToo, quienes sostenían que los hombres “atacados” en las denuncias eran héroes (Congosto et al., 2020). Dentro de los estudios de hashtags antifeministas o estudios sobre *gendertrolling* destaca también el análisis del hashtag #STOPfeminazis utilizado en Twitter durante los meses previos a la celebración del 8 de marzo de 2019 en España. Los autores Villar Aguilés y Pecourt Gracia (2020) a partir de clasificar el contenido de los tweets en su análisis de la conversación

²⁰ Consiste en revelar información identificadora de una persona en línea, como su nombre real, dirección particular, lugar de trabajo, teléfono, datos financieros y otra información personal. Luego, esta información se divulga al público sin el permiso de la víctima.

observan que el hashtag fue utilizado como una campaña en contra del movimiento feminista, la Ley contra la Violencia de Género y la Ley de Igualdad españolas a partir de discursos que apelan al nacionalismo, catolicismo y son anti izquierda a partir de la distorsión de datos, imágenes y *fake news*. A su vez este hashtag tuvo un uso distinto al dado por quienes lo crearon. Fue utilizado como una manera de defenderse y responder a los ataques en contra y a las acusaciones y campañas antifeministas, aunque en forma minoritaria.

Otro trabajo que destaca sobre la reacción anti feminista en Twitter es el realizado por Gutiérrez Almazor, Pando Canteli y Congosto (2020) a partir de las respuestas al hashtag #Cuentalo en España en el 2018. Al igual que el #MiraComoNosPonemos, este también fue un caso de uso de hashtags para la denuncia en Twitter de situaciones de abuso sexual. Como ya hemos comentado, la autora detecta dos comunidades diferenciadas entre sí por la interacción entre los usuarios a partir de la réplica de mensajes, es decir los retuits. La difusión del hashtag se polarizó en dos comunidades, una compuesta por usuarios partidarios de la campaña #Cuentalo formados por perfiles que difundieron los distintos casos de agresiones sexuales y la otra compuesta por cuentas que le quitan peso a lo ocurrido, llamado por la autora como comunidad anti-cuéntalo. Esta última es identificada como antifeminista por el contenido de sus mensajes.

Si bien son aún pocas las investigaciones realizadas sobre antifeminismos en internet, en especial en el mundo de habla hispana, se encuentran otros trabajos centrados en el análisis del discurso antifeminista en España (Bonet-Martí, 2020) y Argentina (Zuban y Rabbia 2021) en la red. En el primero se trata del estudio de publicaciones en Twitter que responsabilizan la movilización del 8M de causar la expansión del COVID-19 durante el 2020 en España, acompañado de hashtags como #COVID_8M. En el segundo, referido en la investigación de Zuban y Rabbia (2021), se exploran comentarios en notas periodísticas sobre el Encuentro Nacional de Mujeres (ENM) de 2019, publicadas en la web de cuatro periódicos nacionales argentinos. Podemos destacar de ambas investigaciones características similares en los mensajes de odio: ataques a las mujeres por su aspecto físico, condición social o estado psicológico; discursos gay-lesbo-trans odiantes; negacionismo frente a la violencia de género y, en Argentina, la descalificación y el descrédito por una supuesta afiliación partidaria kirchnerista de la militancia feminista.

Específicamente, Zuban y Rabbia en su trabajo categorizan a partir de ejes los discursos de odio antifeministas encontrados en los mensajes. En primer lugar, aquellos que

refuerzan y reivindican los roles tradicionales de género. En segundo término, la descalificación por razones político partidarias, a partir de denominaciones como: “zurdas”, “feminazis”, “femibolches”, “kukas” o “kk”. Asimismo, destaca como temática la victimización masculina frente al feminismo. Observan estrategias de desacreditación moral partiendo del supuesto comportamiento de las militantes feministas como indecente, falta de moral o dignidad. También la incitación a la violencia física o sexual hacia las feministas, homolesbotransfobia e insultos relacionados con la apariencia física. También en el trabajo de Congosto (2020) resaltan como características y estrategias del discurso antifeminista en Twitter el rechazo a los partidos progresistas y de izquierda (como Podemos) y asociar al feminismo y al activismo a estos partidos e ideologías como forma de desestimarlos. Asimismo, resaltan los discursos racistas y la categorización como falsas a las denuncias sobre de violencia de género que pretenden criminalizar a los hombres.

Hashtags feministas y violencia de género

Recientemente diversos estudios feministas (Alamo et al., 2016; Giraldo-Luque et al., 2018; Laudano, 2017, 2018, 2019), desde las humanidades digitales (Congosto et al., 2020) y también desde una mirada comunicacional (Calvo y Arguete, 2020) han analizado hashtags del movimiento feminista argentino y su impacto en Twitter a partir de un enfoque de análisis de redes y Big Data. Puntualmente se ha analizado la conversación de les usuaries que utilizaron los hashtags y cómo esta se estructuró en la red. En este estudio nos interesa la comparación con dos hashtags fueron tendencia en las redes por parte del movimiento feminista y que reflejan el activismo político del movimiento: #NiUnaMenos y #AbortoLegal. También destacamos, como lo mencionamos anteriormente, un hashtag que entendemos como fundante de las prácticas ciberactivistas feministas que es el #YaNoNosCallamosMas que, si bien surgió de un blog, se trasladó a Twitter apareciendo asociado a otros hashtags feministas y como consigna política. Pero también porque incentivó a mujeres (cis), personas trans y lesbianas a denunciar situaciones de violencia sexual y abuso en internet, aunque no convocó en general a marchas o movilizaciones callejeras, como lo hicieron los otros.

Dentro de los estudios sobre el movimiento #NiUnaMenos quienes analizan el hashtag (Alamo et al, 2011; Anunziata y Gold, 2018; Giraldo-Luque et al, 2018; Laudano 2018; Pares et al, 2017; Rosales, 2018.) se preguntan sobre la capacidad del activismo para romper los filtros y algoritmos de la red (Parisier, 2011; Van Dijck, 2013), en especial

Twitter, y llegar a otras audiencias que no estén vinculadas con el movimiento feminista ni sean parte del activismo *on line*. Parte de los análisis sobre el #NiUnaMenos se centran en la conversación ocurrida, preguntándose por las jerarquías que la estructuraron, es decir quiénes eran las usuaries que participaron y tuvieron más influencia en la conversación, para lo cual observan la estructura y los términos de la misma. Algunas observan una comunicación descentralizada y repartida entre la multiplicidad de usuaries (Alamo et al., 2016), donde predominaron los tuits republicados (retuits) sobre la generación de contenidos originales. En cuanto a les usuaries que participaron en el evento se identificó que algunas tuvieron un gran peso en la red de conversaciones, sin tener una audiencia equiparable a celebridades o medios tradicionales de comunicación (Alamo et al., 2016). Al mismo tiempo resaltan los condicionamientos del algoritmo de Twitter para las *trendings topics* al hacer que les usuaries con cantidades de seguidores muy altas reciban mayor atención que otras (Alamo et al., 2016). Como consecuencia, quienes reciben mayor cantidad de retuits, son usuaries que pertenecen al mundo del espectáculo, farándula o periodismo o son medios tradicionales de noticias de la televisión. Sin embargo, resaltan que a pesar de esta condición hubo usuaries del común que obtuvieron visibilidad en la red por el contenido de sus tuits, ya que narraban experiencias y relatos personales sobre la violencia hacia las mujeres (cis) rompiendo con lo que comúnmente ocurre en Twitter.

Otras preguntas que atraviesan los estudios sobre el #NiUnaMenos son sobre los temas de la conversación entre les usuaries que usaron el hashtag. Para poder visualizar lo dialogado en el cuerpo de los tuits estos estudios se sirven de la nube de palabras como herramienta de visualización de sus bases de datos. En cuanto a los términos emergentes, fue violencia el que predominó en la conversación, asociado a los términos “contra” y “mujeres” (Alamo et al., 2016 y Giraldo-Luque et al., 2018). Es decir que se trató de una conversación donde la visibilización y el repudio a las violencias que sufrían las mujeres (cis) por el hecho de ser mujeres fue lo que predominó.

Dentro de los análisis de redes el hashtag #AbortoLegal se destaca como aquel que, además de movilizar en las calles a las sesiones del congreso, formó parte de la estrategia de los tuitazos de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, para incidir en el tratamiento de la ley e instalarlo como debate en la opinión pública (Laudano, 2018). El hashtag se colocó numerosas veces como tendencia dentro de Twitter y logró una ciberacción exitosa por parte del activismo feminista a lo largo del 2018. Para Laudano (2019) los usos del hashtag #AbortoLegal marcaron un hito en el uso de las redes

por parte del movimiento feminista. Por su masividad y por lograr instalarse como tendencia, como parte de la estrategia ciberactivistas que fueron los tuitazos, pero también por la conversación que ocurrió y les usuaries que participaron de ella en Twitter. Si bien, al principio, el hashtag sirvió para convocar a movilizar, con el correr de los meses los tuits se dotaron de contenido textual, visual y multimedia que permitió ampliar la conversación sobre la temática, a medida que la discusión se polarizaba por el tratamiento de la ley (Laudano et al., 2019). En su análisis sobre la conversación ocurrida en Twitter Laudano muestra que, aunque las acciones para posicionar los tópicos referidos al aborto como tendencia dentro de la red social dejaron un espacio de red polarizado, esta red se diferenció de otras conversaciones nacionales polarizadas como #Nissman o #Maldonado (Calvo y Arguete, 2020). Estas acciones a las que se refiere son las que disputan el espacio de atención dentro de la red social “por la fuerza”, es decir quien emite más tuits y retuits sobre un tópico en menor cantidad de tiempo. La ciberacción en el caso del aborto legal para los autores no estuvo reducida solo a la emisión de tuits si no que implicó un proceso de construcción colectiva de la identidad y socialización de contenidos en la red.

En la misma línea, Calvo y Aruguete (2020) llaman a la red por el #AbortoLegal “la antired” ya que los niveles de polarización fueron bajos en clave oficialismo/oposición y hubo lugar para el diálogo político transversal. Hubo menos grados de jerarquía entre los usuaries que participaron y el lenguaje de los mensajes emitidos tomó un tono más pedagógico y menos “chicanero” del que es habitual en Twitter. La particularidad de esta red, por la cual se diferencia de otras conversaciones a nivel nacional polarizadas, es que, aunque no escapó a este fenómeno, se corrió fuera del eje dominante gobierno-oposición (Calvo y Arguete, 2020). Las cuentas que hegemonizaron la conversación sobre la interrupción voluntaria del embarazo (IVE) fueron cuentas institucionales como la de la campaña por el aborto legal seguro y gratuito, a las que se les sumaron cuentas asociadas a profesionales de la salud a favor de la temática y cuentas de usuaries con pocos seguidores (Laudano, 2019).

El debate ocurrido durante el tratamiento de la ley, en las calles y en el congreso, evidenció las discrepancias dentro de los partidos políticos sobre la temática, permitiendo que en la virtualidad se abra un espacio para que otros tipos de usuaries, que no hegemonizan la conversación, coparan el diálogo en Twitter (Calvo y Arguete, 2020). Esto habilitó a que surgiera otro tipo de red, menos polarizada, donde los usuaries más influyentes de la red recibieron más cantidad de retuits que cuentas de medios de comunicación tradicionales. La menor presencia de trolls, la ausencia de una postura unitaria por parte de los partidos,

los políticos y las políticas, sumado a que los medios tradicionales quedaron por detrás del activismo militante, permitió que la red quedara dominada por el “bajo pueblo” con mensajes menos profesionales, donde el diálogo fue más horizontal y menos agresivo. #AbortoLegal logró ser tendencia mundial en la conversación en Twitter durante el 2018.

A nivel global, el uso del hashtag #MeToo se extendió hasta el presente y a usuaries de diversos países que se sumaron a las denuncias o a dar su apoyo a las mismas. Los estudios sobre redes sociales y feminismo que han analizado el fenómeno #MeToo en Twitter se centran en la clasificación y el contenido de los tuits, dando cuenta de las maneras en que la plataforma actuó como una amalgama de diferentes narrativas sobre casos de abuso sexual y violencia. (Gautman et al., 2020; Bogen et al., 2019; Shneider et al., 2019; Hosteman et al., 2018; Xiong et al., 2018) También las diferentes investigaciones resaltan como en esta ocasión Twitter posibilitó que les usuaries denuncien situaciones de acoso y violencia sexual y alentó a otras a apoyar a quienes denunciaban de maneras inasequibles en una interacción cara a cara. Concluyen que la red habilitó un espacio de apoyo y discusión social sobre la violencia de género y permitió romper el silencio devolviendo a les sobrevivientes su agencia (Bogen et al., 2019). La presencia de usuaries como celebridades fue clave para el activismo online (Shneider et al., 2019) pero también la participación de movimientos sociales y usuaries del común que denunciaron estructuras sociales opresivas y pusieron en debate la temática, enmarcada como un tema de derechos de las mujeres (Xiong et al., 2018).

Por otro lado, investigaciones que estudian la estructura de la conversación ocurrida a partir del análisis de redes sociales (Sturgess et al., 2018; Brünker et al., 2020) describen el mapa de la red como un mapa de difusión (*broadcast map*). Donde la conversación estuvo dirigida por usuaries clave como periodistas y celebridades, que dieron difusión y visibilidad a la conversación. Un claro ejemplo son las personalidades que iniciaron el #MeToo: la actriz Alyssa Milano, la activista Tarana Burke y la cuenta de activismo feminista Women's March. Resalta en estas investigaciones los usos de las herramientas de conversación de la plataforma por les usuaries, la más utilizada fue el retuit y la respuesta a cuentas personales y organizaciones clave. Los tuits más retuiteados compartían información personal, seguida por la referencia, la llamada a la acción y en menor cantidad fueron retuiteados los testimonios (Brünker et al., 2020). En comparación con otros eventos en Twitter estas investigaciones notan la presencia de un nuevo tipo de usuarie en el activismo político que son las celebridades, siendo más influyentes en la conversación que

medios de comunicación, activistas o políticos. Destacan que estas desempeñan un papel importante dentro de los movimientos sociales impulsados por las redes sociales para la captación de atención sobre los problemas que ponen en discusión. En un sentido más amplio Beatriz Sarlo (2018) distingue el poder especial que tienen los famosos en las plataformas del que su público carece. Para la autora estas son las figuras principales de las redes sociales y la cultura mediática que se benefician por compartir sus vidas privadas en internet ya que son consumidas por los usuarios. De esta manera la espectacularización de las intimidades y eventos que forma parte de la vida cotidiana de cualquiera se vuelven fenómenos difundidos y viralizables cuando se trata de estrellas, famosos o celebridades estableciendo jerarquías en la red.

Otro caso de uso de hashtags para la denuncia en Twitter de situaciones de abuso sexual fue #Cuéntalo en España, que tuvo un alto grado de viralidad en la red durante los días 26, 27 y 28 de abril del 2018. Se desató la conversación a partir de la polémica por la leve condena a cinco abusadores en Madrid llamados “La Manada” que en 2016 violaron a una chica de 18 años, grabaron el hecho y compartieron el video²¹. Esta conversación online también ha sido explorada analizando la propagación de los mensajes, los tipos de usuarios que participaron y las comunidades que se generaron en el debate en la red (Congosto, 2018; Escobar Mercado et al., 2022) Entre los usuarios más influyentes en la propagación de mensajes destacan la participación de escritoras, periodistas y tuiters populares, la viralización de mensajes de usuarios del común también surge como elemento característico de este tipo de conversaciones. Como contener denuncias narrando situaciones de violencia sexual y machismo padecidas por las mujeres en sus tuits. En cuanto al análisis del contenido de los mensajes asociados al hashtag #Cuentalo se encuentra que los principales temas fueron sobre acoso callejero, el miedo a volver a casa sola y agresiones ocurridas cuando eran menores de 16 años, que es la edad de consentimiento sexual en España (Mercado et al., 2022). Congosto (2018) realiza un análisis de redes a partir de los usuarios que participaron de la conversación utilizando el hashtag y detecta dos comunidades diferenciadas entre sí por la interacción entre los usuarios a partir de la réplica de mensajes, es decir los retuits. La difusión del hashtag se polarizó en dos bloques, uno compuesto por usuarios partidarios de la campaña formados por perfiles que difundieron los distintos casos de agresiones sexuales y otro donde

²¹ <https://elgritodelsur.com.ar/2018/05/cuentalo-twitter-la-manada.html>

participaban cuentas que le quitan peso a lo ocurrido, llamado por la autora como comunidad anti-cuéntalo.

En otra investigación realizada (Congosto et al., 2020) se analiza esta segunda comunidad que es identificada como antifeminista por el contenido de sus mensajes. Los usuarios más influyentes de esta comunidad crean mensajes antifeministas y a una multitud de seguidores los difunden dando visibilidad a estos mensajes dentro del hashtag #Cuentalo. Los autores analizan las estrategias discursivas de estos usuarios para deslegitimar al activismo feminista estando en consonancia con mensajes que apoyan los ideales de la derecha. Es interesante la identificación de comunidades de conversación de reacciones antifeministas ya que también sucede en otros eventos como el #MeToo con la creación del hashtag #HimToo sosteniendo que los hombres “atacados” en las denuncias eran héroes (Congosto et al., 2020).

En el siguiente capítulo estudiaremos en detalle el evento #MiraComoNosPonemos y retomaremos algunas de las herramientas y debates que hemos desplegado en este capítulo.

Capítulo 2

#MiraComoNosPonemos y el activismo feminista en Twitter

El 11 de diciembre de 2018 Thelma Fardin tuiteó un link con un video de YouTube, seguido por el hashtag #MiraComoNosPonemos, que contenía su denuncia al actor Juan Darthes por abuso sexual en el año 2009, durante una gira de la serie Patito Feo en Nicaragua, cuando tenía 16 años. Acompañada por el Colectivo Actrices Argentinas, que se había creado ese mismo año para incidir en el proceso de lucha por la legalización del aborto en Argentina, dio en el Multiteatro Comafi de la ciudad de Buenos Aires una conferencia de prensa donde detallaba su denuncia. El nombre del hashtag fue elegido por Thelma y el colectivo de actrices en relación a la frase “mira cómo me pones” con la Darthes se refirió a Fardin mientras la abusaba. En su libro “El arte de no callar” la actriz narra que con el nombre del hashtag buscaban hacer ruido y lograr repercusión mostrando la respuesta colectiva frente a lo sucedido (Fardin, 2019). La conferencia de prensa, como el tuit de Thelma, fueron levantados por diversos medios de comunicación dándole visibilidad a la denuncia. Pero tanto la actriz, como quienes éramos usuaries de las redes sociales notamos cómo el hashtag usado iba teniendo más y más repercusión. Para el 12 de diciembre #MiraComoNosPonemos durante más de 12hs lideró los *trendings topics* de Twitter Argentina y la actriz publicó una carta en su Instagram personal que recibió medio millón de *likes* en Instagram y 40.000 retuits. En paralelo, personas del mundo del espectáculo y el periodismo usaban el hashtag para apoyar a la actriz y usuaries de las redes sociales compartían también experiencias de abuso similares a la vivida por Thelma en sus redes sociales. Los días siguientes no dejó de hablarse sobre la denuncia en las redes y el 14 de diciembre Thelma volvió a aparecer en los medios después de la conferencia de prensa, en el programa de Verónica Lozano. Días posteriores la actriz siguió visitando programas televisivos y radiales donde usó esos espacios para poder visibilizar la problemática, no particular suya si no como problema social.

La denuncia de la actriz argentina sirvió como impulso para que miles de mujeres y disidencias denunciaran situaciones que se re nombraron como violencia machista en las redes sociales y en el ámbito judicial. A partir de ese momento, se desencadenó una ola de escraches a varones (cis) acusados de realizar distintas prácticas consideradas como violencia de género, que expresaban tanto el resultado del hartazgo en relación a un sinfín de prácticas discriminatorias y violentas naturalizadas por la cultura patriarcal, como también daban cuenta de la expansión de una subjetividad política anclada en la figura de la víctima (Illouz, 2007) y de la puesta en cuestión de la eficacia de las instituciones judiciales para hacer justicia en estas situaciones (Lamas, 2018).

El programa Las víctimas contra las violencias, que depende del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina, informó que las llamadas a la Línea Nacional Contra el Abuso Sexual Infantil, que proporciona asesoramiento en todo el país, aumentaron 240% el mes de la denuncia de Fardín. Al mismo tiempo en la línea 137, que recibe llamadas sobre casos de violencia familiar, de género y violencia sexual en Buenos Aires, las llamadas se aumentaron 18%, pasando de un promedio de 626 llamadas a 736 el día 11 de diciembre. Al respecto Garriga Zuncal y Noel (2010) indican que en una sociedad o grupos sociales son los cambios de sensibilidades morales los que corren la frontera entre lo aceptable e inaceptable en torno a qué prácticas son consideradas violentas o no. De esta manera definir qué cuenta como violencia implica disputas entre los actores por la significación de la misma desde sus diversas posiciones sociales. Donde estos ponen en juego diversos repertorios sociales a su disposición para delimitar a su favor el sentido de las acciones.

El siguiente análisis sitúa al hashtag #MiraComoNosPonemos dentro de la constelación de hashtags feministas que marcaron tendencia en las redes sociales y particularmente en Twitter. Poniendo el foco de la conversación en temáticas de la agenda feminista, pero también como espacio de enunciación y denuncia de las violencias vividas por las mujeres e identidades disidentes. Si miramos hacia atrás en las ciberacciones feministas vinculadas al activismo de hashtags que marcaron un antes y un después, #NiUnaMenos y #AbortoLegal destacan por su visibilidad y sus contenidos como venimos indicando. Por eso parte de los objetivos de este análisis es describir las particularidades del evento y la conversación ocurrida a partir del hashtag #MiraComoNosPonemos, pero en comparación con estos dos anteriores para poder pensar al activismo feminista en Twitter. Y al mismo tiempo teniendo en cuenta experiencias similares en otras partes del mundo como fueron el #MeToo y #Cuéntalo.

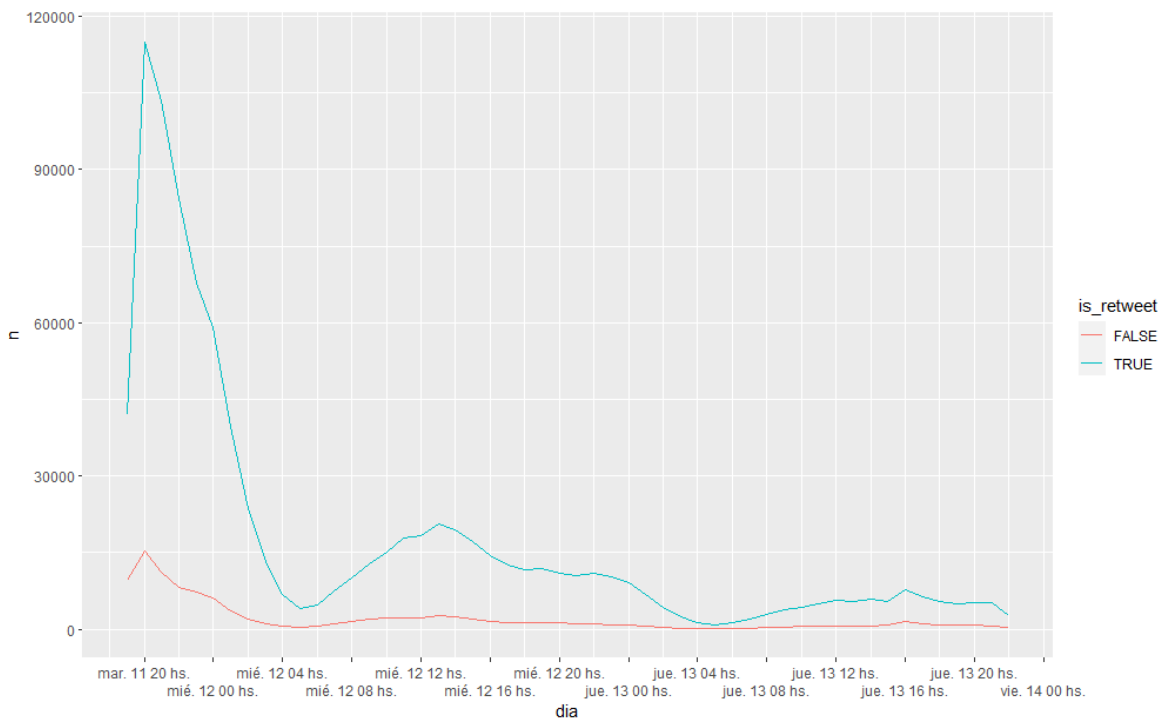
Tuits y retuits

La conversación ocurrida en Twitter los días 11, 12 y 13 de diciembre de 2018 contó con un total de 153.403 tuits originales y la participación de 86.328 usuaries que utilizaron el hashtag creado por Thelma y el colectivo Actrices Argentinas. Los mensajes impactaron sobre el 1,19% de un total de más de 300 millones de personas. Para tener una idea comparativa, los tweets a favor de la Ley de IVE tuvieron un alcance inferior a 0.7% según

indicó la consultora "María Van Gool - BI Studio"²². Podemos observar que en el evento predominó el retuit ante la emisión de tuits por parte de les usuaries. Cuando sumamos los mensajes que son retuits, el total de mensajes que circularon en la red aumenta a 1.009.058. Lo que significa que un 15% de ese total correspondió a tuits originales y el restante 85% correspondió a republicaciones (retuits) de mensajes originales. Es decir, que la tasa de retuit fue alta (6,57) frente a la opción de emitir tuits propios por parte de les usuaries.

El flujo de tuits y retuis se condensó en las horas que siguieron a la conferencia de prensa, para descender de manera sostenida y volver a alcanzar un pico, aunque en un volumen mucho menor, el miércoles 12 de diciembre después del mediodía. La tercer alza se dio el jueves 13 a las 16, que según nos cuenta Van Gool, es el horario en que el periodista Mauro Viale entrevistó al actor Juan Darthés.

Gráfico N°1. Evolución temporal de la cantidad de tuit y retuits emitidos con #MiraComoNosPonemos



Fuente: elaboración propia a partir de datos descargados de Twitter y procesados con RStudio

²² <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/miracomonosponemos-la-denuncia-de-thelma-fardin-marco-un-boom-en-las-redes-sociales.phtml#vf-comments>

Dentro de los estudios sobre Twitter se ha dado importancia a la cantidad de retuits que reciben los mensajes, ya que estos son los que pueden brindar más visibilidad a un mensaje dentro de la red. Un mensaje que es retuiteado aparece en la cronología de los seguidores del usuario del tuit original, así como en la de los seguidores de quien realizó el retuit. Como se ha visualizado para distintas conversaciones en Twitter, solo pocas cuentas logran que sus mensajes alcancen una circulación significativa. Cuando observamos nuestra base de datos vemos que un porcentaje muy reducido de mensajes concentraron la mayor cantidad de retuits durante el evento. Solo 45.278 (29,5%) de los tuits originales fueron retuiteados más de una vez. El resto de los tuits originales (108.131) que se emitieron no fueron retuiteados por ninguna cuenta.

Hilando más fino podemos ver que sólo unos pocos fueron retuiteados muchas veces. Veamos la tabla con un mayor detalle.

Cuadro N°1. Cantidad de retuits en el evento

Retuits	Cantidad de tuits
Más de una vez	45.278
Más de 100	1.105
Más de 1.000	182
Más de 2.000	82
Más de 5.000	37
Más de 10.000	9
Más de 20.000	1

Fuente: elaboración propia a partir de datos descargados de Twitter y procesados con RStudio

Si analizamos la estructura de la conversación, podemos observar que la misma no se diferenció mucho de lo que normalmente ocurre en Twitter. Autores como Bruns y Burgues (2015) y Gillespie (2014) destacan la estructura de Twitter como una red social jerárquica que produce sesgos en los mensajes que circulan por sus propias tendencias a lo que ya es popular. Como ya hemos comentado en el capítulo 1, los filtros algorítmicos que tiene Twitter a la hora de presentar el contenido de la red social a los usuarios pueden afectar a la estructura de las conversaciones que allí se producen. Si tenemos en cuenta lo que plantean estos autores cobra sentido que, bajo un mismo hashtag, en este caso #MiraComoNosPonemos, pocos usuarios haya obtenido retuits. Que solo algunos tuits

tengan alcance y otros queden sin visibilización tiende a verticalizar la conversación, centrándose en pocos mensajes y usuaries. Es en este punto donde vemos como la plataforma condiciona el modo en que se dan las conversaciones y que está en particular no escapa a los sesgos que imprime la red social.

Sin embargo, aunque temáticas feministas, como en este caso, no pueden escapar de la lógica que la red social impone, sí rompen con otros patrones de conversaciones políticas ocurridas en Twitter. Estas conversaciones a partir de hashtags como #Nisman, #Maldonado, #Tarifazo analizadas por Calvo y Arguete (2020) también aparecen como jerárquicas y redes altamente polarizadas en la discusión. Sin embargo, las conversaciones sobre hashtag feministas como #MiraComoNosPonemos, aunque también se ven jerarquizadas por la red se diferencian por el tipo de mensajes y usuaries que participaron de las mismas, tal como veremos en los apartados que siguen.

Usuaries de la conversación ¿Activismo celebrity o activismo plebeyo?

A la hora de analizar a les usuaries de la conversación, un análisis que se repite en los estudios sobre Twitter es centrarse en aquellas cuentas cuyos mensajes fueron más retuiteados, es decir que más circularon por la red. En este sentido, poder caracterizar quienes y qué tipo de usuarie predominaron en la conversación nos permite compararla con otras conversaciones feministas y nacionales. Desde el 2017 algunas temáticas feministas llegaron al mundo del espectáculo argentino a partir de respuestas de actrices mujeres (cis) a declaraciones de varones (cis) del mundo de la farándula que el activismo feminista supo apropiarse para llevar la discusión a Twitter (Justo von Luzer, 2020). A este proceso donde se habló explícitamente de feminismo y de ser feminista en espacios televisivos y se replicó también en redes sociales Justo von Lurzer (2020) lo llama incorporación en la mediatización del *activismo celebrity*. Al fijarnos en les usuaries destacades en el #NiUnaMenos en 2015 (Alamo et. al, 2016) la celebridad más retuiteada fue Tini Stoessel con 76 retuits. ocupando el lugar número cinco; aunque quien ocupó el primer puesto de ranking fue una usuaria del común. Cuando analizamos les usuaries que concentraron más retuits en nuestro evento damos cuenta que estos están vinculades al activismo celebrity local (Justo von Luzer, 2019), en particular vinculadas con el colectivo actrices argentinas; quien acompañó a Thelma Fardin en su denuncia. Gimena con G, cuenta oficial de la actriz Gimena Icardi, fue una de las usuarias más retuiteadas y

menciona en su tuit a la cuenta oficial del colectivo de actrices argentinas en forma de apoyo. Dentro de los usuarios con más favoritos se destaca Muriel Santa Ana, miembro de actrices argentinas, quien también arroba la cuenta oficial. Asimismo, dentro de la cuenta más retuiteada destaca la de Calu Rivero, otra actriz vinculada al colectivo y que – años antes – se había desvinculado de una telenovela al sufrir acoso por parte de Darthes. También hay una fuerte presencia de periodistas que expresan su apoyo a la denuncia de Thelma, situándola no como un caso particular sino como vivencias que sufren todas las mujeres (cis). En los últimos puestos del ranking de retuits se encuentran usuarios con menos cantidad de seguidores y que no pertenecen al mundo del espectáculo o al *activismo celebrity*.

Esto pone en evidencia que en la conversación #MiraComoNosPonemos la distribución de la palabra no estuvo centralizada por los medios tradicionales, *trolls* o exclusivamente por usuarios que son autoridades en la red, como suele ocurrir en muchas de las conversaciones políticas en Twitter. En cambio, la protagonizaron personalidades del mundo del espectáculo, en particular actrices y comediantes que ya venían hablando sobre temas feministas tanto en Twitter como en la televisión; como así también usuarios del común.

Cuadro N°2. Ranking de usuaries con mayor cantidad de retuits que contiene #MiraComoNosPonemos.

	Nombre de Usuario	Tipo de Usuario	Seguidores	RTs
1	Gimena con G	Actriz	1.220.979	26978
2	Thelma Fardin	Actriz	92.500	21165
3	Magali Tajés	Escritora	454.214	18199
4	NATI JOTA 🏠🐉👩	Periodista	842.802	15498
5	CALU RIVERO	Actriz	1.375.369	12983
6	Andy	Periodista	2.417.838	11636
7	Sol	Influencer Médica	18.672	11451
8	Monse ❤️	Periodista	2.014	10713
9	ANGIECO	Usuaría	5.800	10385
10	↗️ BELEN ↘️	Cuenta suspendida	7.835	10126

Fuente: elaboración propia a partir de datos descargados de Twitter y procesados con RStudio

Cuadro N°3. Ranking de usuaries con mayor cantidad de favoritos en el evento.

	Nombre de Usuario	Tipo de Usuario	Seguidores	Favoritos
1	Gimena con G	Actriz	1.220.979	62.521
2	Thelma Fardin	Actriz	92.500	48.383
3	Andy	Periodista	2.417.838	45.203
4	CALU RIVERO	Actriz	1.375.369	43.050
5	Florencia Pollola 🍷❤️	Usuaría	1.767	31.776
6	Lizy Tagliani	Conductora de TV	1.177.682	31.728
7	Muriel Santa Ana	Actriz	75.799	31.587
8	Magali Tajés	Escritora	454.214	31.253
9	malena pichot	Comediante	1.199.007	29.575
10	Nicolas Vazquez AR	Actor	3.207.321	29.296

Fuente: elaboración propia a partir de datos descargados de Twitter y procesados con RStudio.

Al comparar a les usuaries con más influencia en la conversación entre dos eventos feministas en Twitter, observamos que hay una inversión en el tipo de usuaries que encabezan el ranking. Si en #NiUnaMenos en el puesto uno estaba una usuaria con pocos seguidores en #MiraComoNosPonemos recién encontramos una usuaria de estas características en el puesto 9. Tratando de responder la pregunta de por qué sucede esta inversión, primeramente, nos lleva a reflexionar sobre la estructura jerárquica de Twitter que da más visibilidad a les usuaries con mayor cantidad de seguidores. Como cometamos en el capítulo I, las redes sociales han sido interpretadas como redes de libre escala

(Reynoso, 2008). Una de sus particularidades es la concentración de la conectividad entre unos pocos usuarios altamente interconectados entre sí. En este tipo de redes quienes ya tienen seguidores son quienes reciben mayor visibilidad. Pero como podemos ver en 2015 una usuaria con pocos seguidores rompía con estos supuestos, ya que encabezaba el puesto de los más retuiteados. Sin embargo, para este caso cobra importancia en la configuración del ranking el impacto y alcance que el *activismo celebrity* ha tenido en la visibilización del feminismo en los tres años que transcurren entre uno y otro episodio. Por otro lado, tal como han señalado Burgess & Baym (2020) la plataforma se vuelve más “ruidosa” y vertical a lo largo de su evolución. En ese sentido, es posible que las prácticas de retuit en conversaciones de un volumen todavía moderado como las de Twitter Argentina a mediados de 2015, aún no se habían acelerado a los niveles de fines de 2018.²³ En efecto, a partir de los datos proporcionados por Alamo et al. (2016), podemos inferir que la tasa de retuit para #NiUnaMenos fue de 1,72. Un número significativamente inferior al 6,57 que indicamos para #MiraComoNosPonemos.

En el cuadro N°3 vemos que dentro de los tuits con más cantidad de favoritos destaca el de Florencia Pollola 🍷❤️, en el puesto número cinco, con poca cantidad de seguidores en comparación al resto de los usuarios que se encuentran en el ranking. Esta usuaria del común cuenta su historia de abuso usando el hashtag #MiraComoNosPonemos.²⁴ Otro tuit de la misma usuaria da cuenta que el uso del hashtag fue más que visibilizar y acompañar la denuncia de Thelma, ya que permitió a otras contar también sus situaciones de abuso²⁵. Aunque Fardin nunca invitó a los usuarios a que repliquen su acción y denuncien situaciones de abuso en las redes, fue lo que sucedió. Una serie de tuits no solo apoyan a Thelma en su denuncia a Darthes, sino que también denuncian situaciones de violencia sexual vivenciadas personalmente. Otro ejemplo es el tuit de la usuaria Monse ❤️, con 10.713 retuits, donde hace referencia a la falta de consenso a la hora de tener relaciones sexuales en los noviazgos. Estas últimas dos usuarias no poseen gran cantidad de seguidores, pero igualmente sus tuits lograron un gran impacto. Lo cual nos lleva a preguntarnos ¿Qué es lo que cuenta para que se masifique un mensaje en Twitter? En estos casos pareciera que el lugar que se ocupa en la red, por la cantidad de seguidores, no es lo único que cuenta sino que también puede tomar relevancia lo que se tenga para

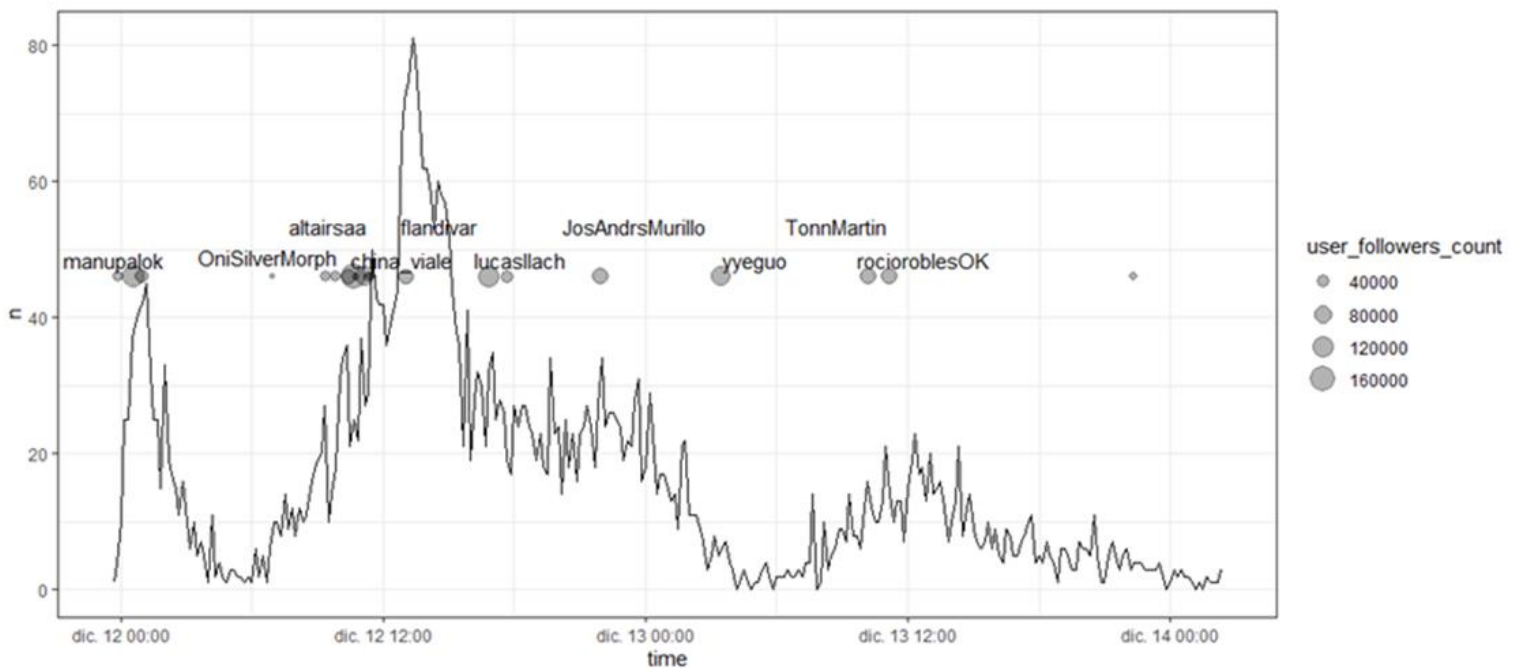
²³ Lo analizaremos con más detalle en el inicio de la próxima sección.

²⁴ https://twitter.com/flor_pollola/status/1072683155113549824

²⁵ https://twitter.com/flor_pollola/status/1073242316733853696

decir. Sin embargo, cuando construimos un gráfico con la evolución temporal de los retuits al tuit de Florencia Pollola 🍌❤️²⁶ y quienes fueron los usuarios que retuitearon el asunto, cambia la perspectiva. Vemos que en los momentos anteriores a los picos de retuits del mensaje se encuentran usuarios que resultan claves en la viralización del mensaje por su cantidad de seguidores y por quienes son. Antes del primer pico destaca la cuenta de la actriz de novelas Manuela Pal (@manupalok) que dentro de los usuarios que retuitearon el mensaje es la segunda con más seguidores (134.199). Luego, hay un descenso en los retuits volviendo a subir escalonadamente hasta que ocurre un segundo pico donde se repite la fórmula del primero. Es decir, el mensaje es retuiteado por usuarios que son autoridades en la red y con gran cantidad de seguidores. Una de ellas es la usuaria influencer @altairsaa quien es la que cuenta con mayor número de seguidores (170.129) y destacan otras dos cuentas con más 60.000 seguidores como la de la actriz Manuela Vaile (@china_viale) y también el usuario influencer @OniSilverMorph.

Gráfico 2. Cantidad de retuits por hora del tuit de Florencia Pollola y usuarios que lo retuitearon



Fuente: elaboración propia. Library rtweet (RStudio)

²⁶ No se pudo hacer esta tarea de observación con el tuit de la usuaria Monse ❤️ ya que su cuenta se encuentra como privada, impidiendo observar sus tuits y quienes retuitearon el mensaje.

Tratando de responder a las preguntas que nos venimos formulando, pareciera que, si bien el mensaje es importante para recibir o no retuits, el tipo de usuaries que retuitearon el mensaje puede determinar la visibilidad del mismo. Como podemos observar en el gráfico, los dos picos de mayor retuits son provocados por un cluster de usuaries con muchos seguidores. En este sentido, pareciera que la particularidad de este evento fue que les usuaries que eran autoridades en la red leyeron y replicaron los tuits emitidos por usuaries con pocos seguidores. Y esto fue posible gracias a que usuaries del común utilizaron el hashtag #MiraComoNosPonemos. De esta manera, vemos como el uso de este hashtag en particular generó otras formas de interacción entre les usuaries de Twitter, característica que también observa Reguillo (2017) en el uso de hashtags por parte de los movimientos red y en particular en los hashtags feministas desde el 2015 en Argentina (Alamo et. al, 2016; Calvo y Aruguete, 2020).

En síntesis, a diferencia de otras conversaciones políticas en Twitter Argentina, tales como #Tarifazo o #Maldonado (Calvo y Arguete, 2020), notamos la ausencia de les usuaries típicos en conversaciones políticas en Twitter como los medios de comunicación tradicionales, políticos y cuentas institucionales en los primeros lugares del ranking. Cuando nos centramos en conversaciones sobre temáticas feministas, algunas de las cuales ya han sido investigadas como #NiUnaMenos o #AbortoLegal, les usuaries que hegemonizan la conversación son otros. La misma dinámica aparece en el caso #MiraComoNosPonemos, donde les usuaries provienen en su mayoría del ámbito del espectáculo, la televisión o son periodistas y usuaries con poca cantidad de seguidores.

Trending topics y hashtags: entre usuaries y algoritmos

A partir de nuestra búsqueda en Trendinalia²⁷ y Twitter Trending²⁸ pudimos ver cómo el hashtag #MiraComoNosPonemos fue *trending topic* en Argentina durante los días 11,12 y 13 de diciembre en la conversación en Twitter. Según nuestra base, 153.403 tuits fueron emitidos con el hashtag que utilizó Thelma en su denuncia durante los tres días que duró el evento. En el mismo se multiplicaron por siete veces los 20.996 tweets emitidos durante los días 2, 3 y 4 de junio del 2015 con el #NiUnaMenos. En esta diferencia podemos ver como en el último tiempo Twitter ha intensificado su función como caja de resonancia del

²⁷ <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/argentina>

²⁸ <https://www.twitter-trending.com/argentina/es>

debate público, aumentando cada vez más el flujo de tuits emitidos por les usuaries (Van Dijck, 2013).

Pero además del mismo, durante esos días, circularon otros hashtags y tendencias asociados con el activismo feminista y la denuncia de la actriz. Dentro de aquellas vinculadas con el feminismo cabe resaltar que el hashtag #MeToo ocupó el puesto n°11 en el ranking de las tendencias en Argentina el día de la denuncia de Fardin, mientras que el hashtag promovido por la actriz ocupó el puesto n°64. Es significativo que primero aparezca el hashtag vinculado al Me Too antes que el usado por la actriz. Primero indica una vinculación entre los dos fenómenos por parte de les usuaries. Y en esta vinculación el primer evento configura a la denuncia de Thelma. Porque si bien, como ya dijimos, Fardin en su denuncia y en su hashtag no alentó a les usuaries a que compartan y denuncien situaciones de abuso sexual, fue lo que ocurrió. Esta reflexión nos invita a preguntarnos por los efectos de los *trending topics* sobre los temas de conversación en Twitter. Si bien, las tendencias se estructuran a partir de la cantidad de veces que es utilizado un hashtag, es decir por su popularidad (Van Dijck, 2013), hay otros factores que intervienen en la configuración de las tendencias. Twitter utiliza algoritmos de curación de los términos novedosos más mencionados que inciden sobre qué información pasa a formar parte de las mismas. Solo pocos estudios (Parisier, 2011; Gillespie, 2014) problematizan como estos algoritmos inciden en los temas de conversación en las redes y específicamente el de las tendencias en Twitter.

Suponemos que la visibilidad que le brindaron a #MeToo los usos previos y un alcance que trasciende lo nacional lo transforman en tendencia inicialmente, tanto a raíz de las prácticas de les usuaries vinculadas a la selección de etiquetas para otorgar significados a sus mensajes, como de los algoritmos que ordenan los *Trending Topics* en Twitter. Ya para el segundo día hay un cambio de orden donde #MiraComoNosPonemos, ocupó el puesto n°5 y encabezó las *trending topics* argentinas de Twitter. Luego, para el tercer día del evento, el hashtag descendió al puesto n°17.

Pero teniendo en cuenta la arquitectura de esta red social, especialmente los efectos de la configuración de los *trending topics* en Twitter, nos preguntamos a partir de este análisis en qué medida su configuración es efecto de la plataforma o de les usuaries. Si las tendencias se estructuran a partir de la cantidad de veces que es utilizado un hashtag (Van Dijck, 2013), #MeToo ya tenía visibilidad y uso previos lo que podría darle ventaja para ser

tendencia antes y alcanzar rápidamente los 43.000 mensajes, según datos de Trendinalia²⁹.

Al mismo tiempo, el hashtag #MeToo puede haber funcionado como un encuadre previo para el #MiraComoNosPonemos al haber formado parte de los *trending topics* tempranamente, configurando la denuncia de Thelma a partir de los sentidos asociados al evento noerteamiercano. Autores como Calvo y Arguete (2020) llaman encuadre a los elementos que configuran la topología de la red, es decir al contenido con el que les usuaries interactúan y que luego configura la información que aparece en su *feed*. Pero, por otro lado, además de la influencia de la plataforma, el hecho de que les usuaries de Twitter hayan usado este hashtag junto a #MiraComoNosPonemos indica un saber de cómo responder, como amplificar una consigna y/o una denuncia en los medios digitales. Es decir, que les usuaries hayan usado el hashtag #MeToo habla de cómo interpretaron el evento y de sus repertorios de acción en plataformas como Twitter (Tilly y Wood, 2009).

Otra tendencia vinculada al escrache feminista que estuvo presente en el evento fue Ya No Nos Callamos Mas, que se ubicó n°293 en el ranking el primer día, pero mutó para el segundo a #NoNosCallanMas y quedó n°25 y en n°237 para el tercero. Nuevamente vemos que aparecen hashtags utilizados en el evento que se vinculan con ciberacciones feministas anteriores, en este caso con una impronta nacional. Si bien Thelma nunca dijo que su denuncia en redes era un escrache, la utilización por parte de les usuaries de esta consigna la vincula a esta práctica del feminismo bloguero que utilizó los escraches como forma de hacer justicia. También, podemos vincular a estas experiencias anteriores el hashtag #hablemos que apareció en las tendencias para el segundo día en el n°58. A diferencia del hashtag #MeToo estas tendencias no habían sido *trending topic* en Twitter teniendo como temática la de denuncia de abusos sexuales en clave feminista. Otra tendencia vinculada a la misma temática fue AL MACHO ESCRACHO que apareció en el ranking en el segundo día, al vincular nuevamente la denuncia de Thelma a la práctica de los escraches. Otra tendencia que cabe resaltar es Ni Una Menos, surgiendo el 12 de diciembre en el puesto n°147 en las *trendig topics*, que, si bien no apareció como hashtag, vinculó al evento a otra ciberaccion feminista originada en las redes en contra de la violencia de genero. Al observar las tendencias del evento podemos suponer que en ellas

²⁹ A raíz del sesgo de descarga de nuestra base, centrada en la solicitud de los mensajes que usaron #MiraComoNosPonemos, encontramos que sólo 1822 mensajes originales utilizaron #MeToo y 6.491 entre tuits y retuits.

encontramos pautas para rastrear el sentido que les usuaries dieron a lo que sucedió, como lo interpretaron y a que prácticas del activismo recurrieron y lo asociaron. Pero, al mismo tiempo, también vemos los efectos de la plataforma sobre los temas que son tendencia y como estos ejercen sobre los temas de conversación su propia influencia. Y, en este caso, como los hashtags feministas configuraron uno que no lo era explícitamente.

Las tendencias del evento también se vieron conformadas por frases creadas por la militancia feminista como SE VA A CAER, quedando en el puesto n°274 el primer día, pasando en el segundo al puesto n°149 pero mutando al hashtag #SeVaACaer, quedando para el segundo día en el lugar n°20 y el día siguiente en el puesto n° 86 también como hashtag dentro de las tendencias nacionales. Otra frase que quedó fue YO SI TE CREO, apareciendo en el n° 276 solamente el primer día. NO ES NO apareció del 11 al 14 de diciembre, mutando para el segundo día en hashtag alcanzando el puesto más alto ese día en el n°108. SIEMPRE CON LAS PIBAS el primer día se encontró en el lugar n°303 para luego el segundo día pasar al puesto n° 57. Otra fue LO VAMOS A TIRAR apareciendo el segundo día en el puesto n°194 y subiendo al n° 148 para el tercero. Estas frases se distinguen de otras tendencias ya que su origen viene del activismo callejero feminista, habiendo formado parte de los carteles y grafitis en las movilizaciones del movimiento feminista y los Encuentros Nacionales de Mujeres.

Por otro lado, también se pueden observar palabras que se refieren al hecho denunciado por la actriz como Nicaragua, VIOLADA, Violación, Patito Feo, Abuso Sexual, Violencia de Género. Otros términos se asocian a las declaraciones hechas por Juan Darthes en medios televisivos, como “ella se me insinúo”. Además, encontramos nombres de los actores principales del evento como Thelma, Fardin, Thelma Fardin, Darthes, Juan Darthés, Calu Rivero, Actrices Argentinas, Fernando Burlando. Calu Rivero, se destaca entre los nombres que aparecen porque a finales de 2017 publicó una carta en su Instagram denunciando a Darthes por acoso sexual laboral. En su escrito aparecen hashtags feministas como #MeToo, #AMiMePaso #NoEsNo, finalizando con la frase “Yo ya no me callo más”. También Actrices Argentinas se encuentra entre los actores principales, porque fue el colectivo de actrices quien acompañó a Thelma en la conferencia de prensa donde se pasó el video con su denuncia. Además, difundieron en sus redes sociales la denuncia de Thelma. Cabe destacar que el colectivo Actrices Argentinas se creó de cara a la lucha por el aborto legal, seguro y gratuito, a principios del 2018. El último nombre que aparece es el de Fernando Burlando, el abogado de Juan Darthes. A estos se les suma el hashtag

#NoEstasSola, el 14 de diciembre en el n°244, que indica acompañamiento por parte de les usuaries a la actriz en su denuncia.

En síntesis, parece que conviven dos tipos de tendencias en el evento. Unas que están relacionadas a prácticas anteriores correspondientes a la ciber militancia feminista. Particularmente el hashtag #MeToo vinculado al movimiento norteamericano en contra de la violencia sexual. #NoNosCallanMas que viene del activismo feminista bloguero, que surgió por fuera del activismo tradicional, y que utilizó a los escraches como herramienta para obtener justicia desde el 2016. También se le asocia la tendencia AL MACHO ESCRACHO y #hablemos como consignas políticas. Dentro de estas tendencias propias del activismo se encuentran las relacionadas a frases acuñadas por la propia militancia feminista en los últimos cinco años desde la convocatoria a las marchas del #NiUnaMenos. El segundo tipo de las tendencias hacen referencia específicamente a la denuncia de Thelma Fardin, a las personas involucradas en la misma y a quienes acompañaron a la actriz en el proceso de la denuncia. Cuando observamos las tendencias del evento y especialmente las del primer tipo podemos ver cómo les usuaries para interpretarlo utilizaron y se sirvieron de otras ciberacciones feministas ocurridas con anterioridad. Encontramos una multiplicidad de consignas feministas en las tendencias de esos días, podemos ver como algunas con el paso de las horas se convirtieron en hashtags. De esta manera podemos dar cuenta del repertorio (Tilly y Wood, 2009) de acciones de les usuaries, una frase se vuelve tendencia por el uso en la conversación y esta misma es retomada y convertida en hashtag. Por otro lado, que les usuaries utilicen ciertos hashtags y no otros nos habla de su interpretación del evento. Podemos decir que hay un repertorio previo de ciberacciones, construidas por el ciberactivismo feminista, que sirvió como configurador de las prácticas de les usuaries en el #MiraComoNosPonemos. En un evento que, en un principio, no tenía una consigna claramente feminista, les usuaries se sirvieron de las herramientas de la plataforma como el uso de hashtags vinculados a otras ciberacciones feministas, para convertir tendencias con frases de la militancia feminista en hashtags para visibilizar en la red y darle un sentido político y un encuadre determinado la conversación en Twitter. Por otro lado, también vemos como los efectos de la plataforma, específicamente el funcionamiento de las tendencias, posibilitaron un encuadre de la conversación legado de experiencias como #MeToo o Ni Una Menos.

Entonces ¿Hasta qué punto estas articulaciones son construidas por les sujetos o resultado de los algoritmos que gobiernan las plataformas? Para algunos autores (Calvo y Aruguete,

2020; Burns y Burgues 2015; Castaño 2015; Parisier, 2011) los efectos de los algoritmos de Twitter sobre temas de conversación, en especial los *trending topics*, promueven contenidos que ya son populares. Para este caso, esta característica de la plataforma resultó favorable para que la conversación sea orientada por el activismo feminista. El uso que les usuaries supieron darle a los hashtags y a las tendencias de Twitter fue importante para que gane visibilidad #MiraComoNosPonemos. Y al mismo tiempo este uso configuró al evento en calve de reclamos del activismo feminista en hashtags. Pero también, es aquí donde nos damos cuenta de lo complejo que es escindir la agencia del activismo (humana) de la no humana de la plataforma (tendencias, hashtags y algoritmos). Volviéndose entre ambas un ensamblaje (Latour, 2005) entre lo social y las tecnologías. En efecto, como señala Van Dijck (2015) estamos hablando de socialidad tecnificada por las mismas plataformas.

Cuadro N°4. Tendencias en Twitter Argentina durante los días 11, 12 y 13 de diciembre.

TRENDING TOPICS DEL EVENTO			
Fecha	N°	Palabra/s	Duración
11/12/18	11	#MeToo	11:50hs
	53	Darthes	05:00hs
	64	#MiraComoNosPonemos	04:25hs
	117	Actrices Argentinas	02:45hs
	142	Nicaragua	02:20hs
	204	VIOLADA	01:25hs
	221	Fardin	01:00hs
	273	Patito Feo	00:20hs
	274	SE VA A CAER	00:20hs
	276	YO SI TE CREO	00:20hs
	287	Calu Rivero	00:10hs
	289	Darthes	00:10hs
	293	YA NO NOS CALLAMOS MAS	00:10hs
	302	NO ES NO	00:05hs
303	SIEMPRE CON LAS PIBAS	00:05hs	
12/12/18	1	Burlando	18:30hs
	5	#MiraComoNosPonemos	12:35hs
	20	Darthes	06:40hs
	25	#NoNosCallanMas	06:00hs
	32	Calu Rivero	05:35hs
	39	#ActricesArgentinas	05:20hs
	48	Nicaragua	05:10hs
	57	SIEMPRE CON LAS PIBAS	04:45hs
	58	#Hablemos	04:35hs
	80	VIOLACION	04:00hs

	84	#abusosexual	03:50hs
	98	#MiraComoNosPonemos	03:25hs
	102	En Nicaragua	03:20hs
	108	#NoesNo	03:10hs
	147	Ni Una Menos	02:05hs
	149	se va a caer	02:05hs
	151	Violencia de Genero	02:05hs
	162	Fardin	02:00hs
	174	Abuso Sexual	01:55hs
	194	LO VAMOS A TIRAR	01:25hs
	211	Thelma	01:00hs
	239	AL MACHO ESCRACHO	00:25hs
	242	MIRA COMO NOS PONEMOS	00:25hs
	243	VIOLADA	00:25hs
	244	#miracomonosponemos	00:20hs
	245	#SeVaACaer	00:20hs
	250	Lo de Thelma	00:20hs
	253	NO NOS CALLAMOS MAS	00:20hs
	261	NO ES NO	00:15hs
	266	#MeToo	00:10hs
	279	#SeVaCaer	00:05hs
	282	Juan Darthés	00:05hs
	286	Thelma Fardin	00:05hs
13/12/18	14	Patito Feo	12:05hs
	16	Darthes	11:20hs
	17	#miracomonosponemos	10:30hs
	19	Nicaragua	09:55hs

	20	SE VA A CAER	09:50hs
	41	Thelma	06:50hs
	50	MUJERES	05:55hs
	51	Calu Rivero	05:50hs
	59	#MiraComoNosPonemos	05:25hs
	62	ella se me insinuó	05:10hs
	78	#metoo	04:15hs
	93	AL MACHO ESCRACHO	03:50hs
	101	#ActricesArgentinas	03:35hs
	106	#sevaacaer	03:30hs
	119	VIOLADOR	02:50hs
	148	LO VAMOS A TIRAR	02:20hs
	157	#YoTeCreoJuan	02:10hs
	176	#ViolenciaDeGenero	02:00hs
	189	Juan Darthés	01:55hs
	237	#nonoscallamosmas	00:55hs
	246	dice darthes	00:55hs
	271	#darthes	00:15hs
	288	Thelma Fardin	00:10hs
	295	#yotecreo	00:05hs
	297	no es no	00:05hs
	298	no nos callamos mas	00:05hs
14/12/18	5	#YoTeCreoJuan	19:40hs
	34	Nicaragua	09:25hs
	35	Darthes	09:20hs
	42	#ThelmaConVero	08:05hs
	65	#MiraComoNosPonemos	05:35hs
	85	#SeVaCaer	04:30hs
	86	Patito Feo	04:30hs

	88	ELLA SE ME INSINUO	04:20hs
	136	#SeVaACaer	02:30hs
	185	Thelma Fardin	01:45hs
	216	#NoEsNo	00:45hs
	236	#NoNosCallamosMas	00:15hs
	240	Calu Rivero	00:10hs
	244	#NoEstasSola	00:05hs
	249	Thelma	00:05hs
26/12/18	105	Fernanado Burlando	03:55hs
08/03/19	252	#MiraComoNosPonem os	01:25hs
	354	Juan Darthes	00:15hs

Fuente: elaboración propia con datos de Trendinalia Argentina.

Emojis y activismo feminista: un solo corazón.

A la hora de caracterizar al activismo político feminista en la red, preguntarnos por las herramientas de las que se sirven les usuaries para expresarse nos permite ver como es el vínculo que se trama entre activismos y tecnología. En este apartado nos centraremos en el uso de emojis en los mensajes emitidos con el hashtag estudiado. Los emojis han llamado la atención de estudios académicos como forma de comunicación digital ampliamente utilizada por les usuaries de internet. Desde su creación a principios de los 90s en Japón, llegaron a los principales operadores telefónicos que introdujeron sus propios conjuntos de pictogramas, hasta llegar a las redes sociales. Su uso por parte de usuaries digitales se ha masificado desde 2017, calculándose que más de la mitad de los posts de Instagram contienen al menos un emoji (Sampietro et al., 2020). Los estudios sobre los usos de los emojis se han centrado en contextos de tipo conversacional, como los mensajes de WhatsApp o Facebook y también en estudios de marketing como herramientas eficaces para para aumentar la implicación de les seguidores. Sin embargo, el estudio de los usos de los emojis en el activismo político por parte de les usuaries es muy reciente.

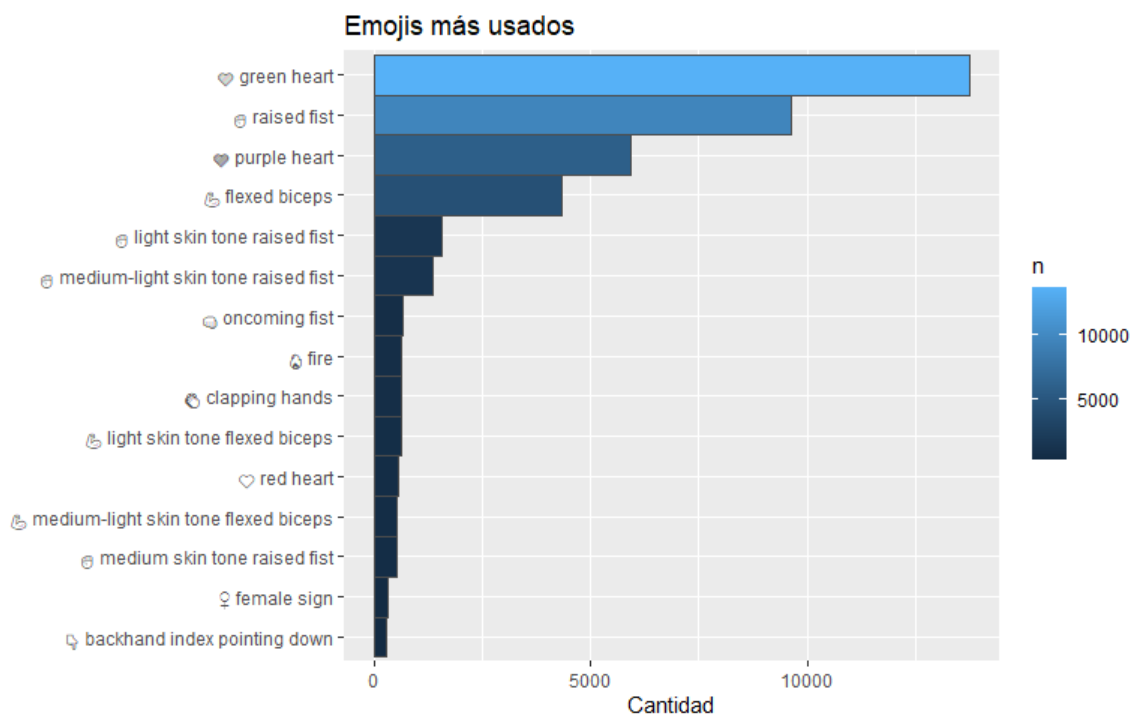
Los análisis de Hamdam Azhar (2017a; 2017b), publicados en varios blogs, van sobre los emojis más utilizados en Twitter asociados a hashtags en determinados eventos de importancia en Estados Unidos como #NoBanNoWall, #NotMyPresident, #TheResistance y #WomensMarch. En su post, *The Resistance Will Be Emojified*, Azhar se pregunta por el uso político de los emojis, específicamente si pueden los emojis ser una manera de expresar solidaridad. Y si es posible cuantificar cómo la gente usa emojis para expresar diferentes formas de protesta. En sus observaciones de protestas de carácter progresista en Twitter es el puño en alto 🙌, como forma de expresar solidaridad y unión, el emoji más utilizados por parte de les usuaries. Otros emojis populares en este tipo de conversaciones fueron el corazón rojo ❤️, la cara que llora de risa 😂 y la bandera norteamericana 🇺🇸. Estudios sobre el activismo ciberfeminista se han ocupado de indagar sobre el uso de emojis asociados a hashtags vinculados con movilizaciones como el #8M en España o el #NiUnaMenos en Argentina. El emoji que cobra especial importancia en estos eventos es el corazón violeta 💜, seguido por el puño en alto 🙌 y los bíceps 💪 (Sampietro et al., 2020). En Argentina el emoji asociado al hashtag #AbortoLegal es el corazón verde 💚, usado en los numerosos tuitazos que el activismo feminista organizó para como forma de instalar en la conversación pública la demanda por la legalización del aborto en nuestro país (Cantamutto y Vela Delfa, 2020).

En este sentido podemos entender los emojis como insignias identificativas en el activismo digital. En nuestro caso, podemos ver que el emoji más utilizado³⁰ en el cuerpo de los Tweets es el corazón verde 💚, que les usuaries en otras ciberacciones asociaron a la demanda por el aborto legal, utilizándolo como forma de insignia política (Cantamutto y Vela Delfa, 2020). Aunque en esta ocasión el tema que se discutía en Twitter no era sobre la legalización del aborto, el corazón verde vuelve a aparecer. Esto nos lleva a pensar sobre los significados del corazón verde, que pareciera estar vinculado con el feminismo como movimiento político en general, además de con el aborto. En tercer lugar, aparece el corazón púrpura o violeta 💜, presente en otras conversaciones sobre temáticas feministas como en las convocatorias el 8 de marzo en España y en el #MeToo, donde son los emojis más populares. Por otros estudios este emoji ha sido identificado como propio

³⁰ Para visualizar qué emojis se utilizaron en la conversación asociada al hashtag #MiraComoNosPonemos limpiamos el texto de nuestra base de datos para quedarnos solo con los emojis a partir de las librerías tidyverse y rtweet del programa R Studio, calculamos la frecuencia con la que aparecen y lo visualizamos en gráfico de barras (Gráfico N°1).

del activismo feminista para contextualizar tweets y perfiles de les usuaries (Sampietro et al., 2020). Segundo en nuestro ranking aparece el puño en alto 🦊 , que vuelve a aparecer 5to, 6to y 13vo dentro de los más utilizados, pero en otros tonos de piel. Cuarto sigue el bíceps flexionado 🦊 también volviendo a repetirse en la lista, pero en otros tonos de piel. Séptimo aparece el puño hacia la derecha 🦊 , seguido por el fuego 🔥 , las manos aplaudiendo 🦊 y el corazón rojo ❤️ . Este último tiene un uso mínimo comparado con el corazón verde y violeta.

Gráfico N°2



Fuente: elaboración propia con RStudio.

Observamos la aparición del puño en alto y del emoji del bíceps que según Azhar (2017) y Sampietro, Calvo y Campos-Domínguez (2020) son característicos del activismo digital en eventos políticos de carácter progresista, feminista o de protesta. Sumado al fuerte uso del corazón verde y violeta, ya utilizados por el activismo en otros hashtags como #AbortoLegal y #MeToo, entendemos que estos los emojis contextualizan el contenido de los mensajes y funcionan como emojis-insignias activistas. Como les usuaries usan los emojis y cuales usan nos permite comprender el repertorio de acciones que implica el activismo digital. Es

decir, este no solo se sirve de los elementos que le brinda la propia arquitectura/estructura de la red, sino que introduce y pone en juego otros elementos, que pasan a ser instrumentos para el discurso feminista en Twitter y, al mismo tiempo, para expresar identidades colectivas.

El contenido de los tuits: violencia y víctima como conceptos claves

A fin de explorar el contenido de la conversación utilizamos la nube de palabras como herramienta para visualizar grandes cantidades textuales y así aproximarnos de forma gráfica a las principales palabras y conceptos que se desprenden del contenido de los tuits emitidos durante el evento por usuaries que utilizaron el hashtag #MiraComoNosPonemos. Esta herramienta ha sido utilizada por investigaciones de otras conversaciones feministas como #NiUnaMenos (Álamo et al, 2016; Girarlo-Luque et al, 2018), #MeToo (Sturgess et al., 2018; Brünker et al., 2020) y #Cuentalo (Escobar Mercado et al., 2022), lo que nos permite establecer comparaciones entre diferentes conversaciones sobre temáticas feministas, específicamente entre aquellas contra de la violencia de género y la denuncia de violencias sexuales.

Al respecto, las nubes de palabras se han mostrado especialmente útiles para visualizar campos semánticos en redes sociales (Khusro et al., 2021). En la nube de descriptores semánticos se observan los tamaños de letra proporcionales a la importancia numérica (frecuencia) de cada palabra (Hernández Fernández, 2015). Los colores y la distribución se dieron de manera aleatoria. Para obtener mejores resultados realizamos una limpieza y tokenización de los textos en R, que incluyó la eliminación de *stopwords* en español (pronombres, preposiciones, artículos, palabras frecuentes, etc.) y la unificación manual de algunos conceptos similares (por ejemplo, la misma palabra con variaciones de género, número o en diferentes tiempos verbales).

En la conversación analizada bajo el hashtag #MiraComoNosPonemos los términos *todas*, *mujeres*, *caer*, *violador*, *vamos* y *callamos* son las palabras que con mayor frecuencia aparecen. En los análisis sobre los términos emergentes del evento #NiUnaMenos (Álamo et al, 2016 y Girarlo-Luque et al., 2018) una de las palabras que con más frecuencia aparece es *violencia*. Es decir que se trató de una conversación sobre la visibilización y el repudio a las violencias que sufrían las mujeres (cis) por el hecho de ser mujeres. En cambio, en la conversación aquí analizada el término ocupó en la conversación un lugar

menos importante. Esto llama la atención porque lo que se denuncia en las redes es un hecho de violencia sexual.

Se destaca el término *violador*, que sí podríamos asociarlo con violencia. Pero las otras palabras que aparecen como *vamos*, *caer* y *callamos* son verbos que llaman a la acción, al que hacer cuando se ejercen las violencias y no sobre la violencia en sí. Los dos restantes entre las palabras más recurrentes son *todas* y *mujeres*, lo que parecen indicar a les sujetos que llevan a cabo esas acciones. Otros términos que cabe resaltar son *asco*, *mierda* y *basta* entendiéndose como valoraciones de les usuaries sobre lo sucedido. El hecho de que la denuncia de Thelma haya sido interpretada por les usuaries por un sentimiento compartido como *asco* da cuenta del potencial para construir comunidades a partir de sentimientos en las redes sociales (Calvo y Aruguete, 2020).

A partir de la bibliografía analizada podemos afirmar que en 2015 el movimiento feminista argentino hablaba en Twitter sobre las violencias ejercidas a las mujeres (cis). A modo de hipótesis, creemos que a partir de nuestro análisis sobre los términos que primaron en la conversación #MiraComoNosPonemos, para finales a del 2018 la conversación había dado un nuevo paso, hacia el qué hacer con esas violencias ejercidas. Además, haciendo una lectura más amplia sobre la totalidad de los términos que aparecen en la nube de palabras damos cuenta que también indican apoyo, comunidad.

proclama ya no nos callamos más, puede asociarse con los términos del #MeToo que hacen referencia a hablar y compartir historias sobre abuso sexual. Otro término importante dentro de la conversación iniciada por Alyssa Milano por su frecuencia es *men* (hombre/s). En nuestra nube de palabras encontramos este término y *macho* y *machito*, pero dentro de las palabras más pequeñas, ubicadas en los bordes de la nube. También en los márgenes encontramos *violadores* y *abusadores* que hacen referencia a los hombres ya que las palabras son en masculino. Encontramos *Darthes* y en menor frecuencia *patriarcado* que también pueden vincularse con quienes ejercen las violencias, como los términos anteriores. Llama la atención que los términos *victim* y *victims* (víctima/s) aparecen dentro de los términos significativos en el #MeToo, aunque vienen después de los anteriormente nombrados, y en el caso de #MiraComoNosPonemos encontramos el término *víctima* junto con aquellos de menor frecuencia en la nube situados en los márgenes.

En relación con el evento español #Cuentalo las palabras que más destacan en el cuerpo de los mensajes están relacionadas a los relatos de agresiones sexuales, ya que la mayoría de los mensajes contenía un relato en primera persona. También destaca el término *hombre*, como sucede en el #MeToo, a diferencia de nuestro evento en que el término ocupa un lugar marginal. Otra palabra que destaca es *contar* que puede vincularse con *sharing*, *speak*, *sharing stories* destacadas en el evento norteamericano y con callamos para #MiraComoNosPonemos. Al igual que en los otros dos eventos en el español resaltan los términos *mujer* y *mujeres*.

En un análisis más amplio entre las palabras más frecuentes del evento notamos que en este evento hubo más similitudes con los términos de los eventos #MeToo y #Cuentalo. Donde en el evento investigado tiene una frecuencia muy alta la palabra *violador* con respecto a las otras conversaciones que se vinculan más con los hechos cometidos que con la figura de quien los comete.

En esas conversaciones tiene mayor relevancia la termino *victima* a diferencia de la conversación en #MiraComoNosPonemos, donde no ocupa un lugar central. Tal como mostramos más arriba, les usuaries expresaron su repudio asociándolo a consignas y al universo político feminista. Algunas de las palabras con mayor frecuencia utilizadas por les usuaries fueron “callamos”, pudiendo asociarla a la proclama “ya no nos callamos más”; “caer”, asociada al “se va a caer” y “vamos” junto a “tirar” asociadas a “lo vamos a tirar”, haciendo referencia al patriarcado como sistema de opresión. Si retomamos a Marcus (1994) y pensamos a la violencia como un lenguaje que sitúa a las mujeres siempre como

víctimas y objetos de la violencia, estas expresiones no forman parte de este guión. Los términos “hablar” y “tirar” indican capacidad de acción y voluntad de las mujeres, al contrario del lugar en que sitúa la retórica de la violencia a las mujeres (Laurentis, 1994). De esta manera cobra sentido la ausencia de la palabra “víctima” en los términos con más frecuencia en los mensajes.

Si bien no podemos afirmar que hubo un cambio dentro de las representaciones discursivas sobre el lugar que ocupan las mujeres en la violencia nos lleva a preguntarnos por las maneras en que la figura de víctima aparece o no dentro de conversaciones que denuncian violencia de género, violencia sexual o acoso. En el último tiempo han ocurrido cambios muy vertiginosos en las formas que los sujetos y en especial las mujeres y las disidencias entienden la violencia. Se han reconfigurando ciertas conductas y hechos como violentos, lo que entendemos ha permitido este tipo de denuncias en internet. En este sentido nos lleva a preguntarnos en esta transformación sobre el concepto de violencia. Y cómo se desprende de esta la construcción de las víctimas. Aunque responder a este interrogante excede los fines de esta investigación creemos interesante plantear el problema ya que vemos la necesidad de seguir pensando las transformaciones de los usos del término víctima y los significados de violencia en conversaciones y activismos feministas *on line* como *off line*.

Recapitulando, en el presente capítulo analizamos y describimos la conversación bajo el hashtag #MiraComoNosPonemos a partir del uso de herramientas digitales para visualizar grandes cantidades de datos. Nos preguntamos si en las conversaciones sobre temáticas feministas era posible encontrar rasgos específicos, que las diferencien de otras narrativas políticas que circulan en esta red social. En este sentido podemos ver que, como es habitual, la conversación no escapó a las jerarquías de la red, ni a los sesgos que estas producen en la circulación de mensajes. Una poca cantidad de usuaries fueron les que concentraron la mayoría de los retuits en el evento. Al mismo tiempo la opción de retuitear los mensajes fue la más elegida por les usuaries. Quienes tuvieron más visibilidad fueron usuaries pertenecientes al mundo mediático como actrices, periodistas o *influencers* con grandes cantidades de seguidores, algo que no es habitual en otras conversaciones políticas, pero sí en eventos vinculados al activismo feminista, tal como lo muestran otras

investigaciones para #NiUnaMenos y #AbortoLegal en Argentina. Al mismo tiempo, en este tipo de conversaciones algunos mensajes de cuentas con pocos seguidores lograron tener números de retuit similares a los que obtienen cuentas con mayor jerarquía en la red. Entiendo que esto fue posible porque usuaries que eran autoridades en la red leyeron y replicaron los tuits emitidos por usuaries con pocos seguidores que usaron el hashtag #MiraComoNosPonemos. En este sentido creo que la utilización de hashtags políticos puede generar otras formas de interacción entre les usuaries, habilitando a que haya una circulación de mensajes de maneras más plurales y horizontales.

Luego, a partir de la búsqueda y recolección de las tendencias asociadas al evento durante esos días y la visualización de los emojis más utilizados nos preguntamos por el activismo feminista en la conversación. En el análisis diferenciamos dos tipos de tendencias unas asociadas los hechos denunciados por Thelma en su denuncia y otras que se vincularon con frases y consignas del activismo feminista. Dentro de estas últimas, di cuenta como una parte de ellas se vinculaban a prácticas anteriores del ciberactivismo feminista, destacando el hashtag #MeToo, un hashtag que se asoció al evento tanto por recomendaciones construidas por los algoritmos de la plataforma como por decisiones de los usuaries. Asimismo, aparecen en las tendencias hashtags y frases vinculadas al activismo bloguero feminista que utilizó los escraches como formas de obtener justicia y reparación desde la década anterior. Otro tipo de tendencias fueron conformadas por frases creadas por la militancia feminista con origen en activismo callejero, en las movilizaciones y los Encuentros. A partir de esta exploración, entiendo que las tendencias y hashtags utilizados por les activistas nos hablan de su interpretación del evento, una dimensión en que -a juzgar por nuestra exploración- los algoritmos de recomendación pueden resultar condicionantes pero no decisivos. De esta manera vemos como el uso de hashtags que ya existían previamente asociados al feminismo pueden darle un determinado encuadre a la conversación. Algo parecido ocurre con el uso de los emojis, los emojis más utilizados en la conversación fueron el corazón verde y el violeta que como vimos son identificados por otras investigaciones como insignias políticas del activismo feminista en internet. Estos otorgan a los mensajes que acompañan una orientación política dentro de la conversación. En un sentido más amplio entiendo a esta forma de utilizar los hashtags y los emojis como parte de los repertorios desarrollados (Tilly y Wood, 2009) por el activismo feminista argentino en Twitter.

Finalmente, a partir de la nube de palabras elaborada con el cuerpo de los tuis visualicé las palabras que más se repitieron en el texto de los tuits y de esta manera pude dar cuenta, desde una lectura distante, sobre el contenido de la conversación. Lo más interesante en este punto fue el contraste con otras nubes de la palabra que estudios previos han realizado sobre conversaciones feministas en torno a #NiUnaMenos, #MeToo y #Cuentalo. Al respecto observó un desplazamiento del término *violencia*, que era el que hegemonizaba la conversación en 2015 en #NiUnaMenos, al término *violador*. Siguiendo a Casado Aparicio (2012) este desplazamiento parece indicar una expresión individual de un problema que es social y cultural. Pero, sin embargo, destaca las pocas veces que se utiliza el término *víctima* al contrario del evento norteamericano donde es este es más utilizado. Otros términos que destacan son *asco*, *mierda* y *basta* ya que son valoraciones compartidas por les usuaries sobre la denuncia de la actriz. En este sentido entendemos que internet y las redes sociales en particular habilitan espacios para expresar y narrar violencias. En los que también se elaboran significados sobre qué es la violencia, que prácticas son o no violentas.

Capítulo 3

#YoTeCreoJuan: análisis de redes y polarización en las conversaciones feministas

Los hashtags permiten a usuaries que no se siguen o que corresponden a diferentes comunidades en otros ejes temáticos de conversación a comunicarse entre sí. Autores como Burgess y Bruns (2011) se preguntan si la utilización de la tecnología del hashtag crea comunidades de usuaries o simplemente etiqueta mensajes bajo temáticas. Que exista una comunidad entre les usuaries que utilizan un hashtag determinado implica usuaries que compartan contenidos específicos entre sí siendo conscientes de ello. Es decir, que lean lo que se tuitea con el hashtag y tuiteen en base a lo que se está diciendo. Para les autores una manera de medirlo en una conversación es dando cuenta de la cantidad de retuits y respuestas que haya habido entre les usuaries que usaron el hashtag. Un alto contenido de retuits y respuestas indican que les usuaries se leen, comunican entre ellos y difunden mensajes que tratan la temática. Sin embargo, de esta manera, no es posible tener en cuenta a aquellos usuaries que hablaron del tema del hashtag sin utilizarlo, o respondieron tuits que utilizaban el hashtag.

En este capítulo nos preguntaremos sobre las formas en que les usuaries utilizan la tecnología del hashtag y del retuit para difundir un mensaje, a la par que nos interesa reflexionar sobre los modos en que estas tecnologías condicionan esos diálogos. En particular, nos interesa analizar si #MiraComoNosPonemos es una Antired, tal como han llamado Calvo y Aruguete (2020) a la conversación sobre el aborto legal en Twitter a partir de su transversalidad partidaria. Para avanzar en la respuesta consideramos clave evaluar los sesgos de nuestra base y explorar las estrategias de les usuaries que, en algunas ocasiones, parecen establecer estrategias para manipular a su favor los algoritmos que organizan las cronologías tuiteras.

#MiraComoNosPonemos: una “conversación nacional”

Para visualizar la relación entre les usuaries, empezaremos por explorar los vínculos entre quienes se retuitean entre sí, para lo que elaboramos un grafo con las herramientas que brinda el software Gephi. El algoritmo utilizado para espacializar los nodos y las aristas de las redes fue Force Atlas 2. Este algoritmo basado en dos fórmulas matemáticas, una para la atracción y otra para la repulsión, es un trazado dirigido por fuerzas, es decir simula un sistema para espacializar la red. Los nodos se repelen entre sí como partículas cargadas, mientras que las aristas atraen a los nodos como resortes. Así estas dos fuerzas crean un movimiento que converge en un estado de equilibrio (Jacomy et all., 2014). El dibujo que se crea dirigido por la fuerza tiene la especificidad de colocar a cada nodo en función de

los demás nodos. Es decir que la posición de los nodos varía, no puede leerse como un gráfico cartesiano, ni puede interpretarse por sí sola, sino en relación a los demás nodos (Jacomy, et all. 2014). La visualización de nuestros datos no intenta ser explicativa de nuestro análisis sino una herramienta más en la exploración de grandes masas de datos que de otra forma no sería posible (Quiroga y Rodriguez Cordeu, 2022).

Cuando retuiteamos una publicación habilitamos una serie de elementos de encuadre que son observados por nuestros seguidores (Calvo y Aruguete, 2020). Y aunque las redes están habitadas por actores dominantes, el control de lo que se habla no reside solamente en estos, una parte reside en la decisión de los usuarios de compartir solo algunos contenidos sobre otros a los que están expuestos. Aunque Twitter es una red social con tendencias a la polarización existen casos donde la polarización es escasa o nula. Es decir, que hay eventos o algunos tipos de conversaciones en la red que crean narrativas homogéneas, es decir acuerdos sobre ciertas temáticas que escapan de la polarización atravesada por la grieta gobierno/oposición. En el análisis de Calvo y Aruguete (2020) sobre la red #AbortoLegal los autores ven un cambio en el modo en que la información circulaba en comparación con otras conversaciones de Twitter en Argentina. Si bien la conversación sobre el aborto legal no implicó un cambio en la topología de la red, si fue una red polarizada sobre un eje transversal al de oficialismo/oposición. Aparecieron otras autoridades, el tono de los mensajes fue más pedagógico y menos chicanero, permitiendo un diálogo político más extenso (Calvo y Aruguete, 2018). Los autores plantean que existen dimensiones secundarias que unifican comunidades que se encontraban separadas. En el caso del hashtag #AbortoLegal, activó a usuarios que se encontraban entre comunidades de opinión muy diferentes, acercándoles los mensajes y unificándolas. De esta manera, usuarios que pertenecían a comunidades distintas bajo este hashtag compartieron información similar. En sus observaciones -aunque más tangenciales- sobre la red #MiraComoNosPonemos, también creen que el uso de hashtags pudo expresar acuerdos colectivos, como el repudio a la violencia de género, promoviendo otros tipos de mensajes en la red.

En efecto, en el caso de la red #MiraComoNosPonemos no se observan comunidades polarizadas entre sí. Cuando existen comunidades en la especialización de los nodos (que representan a los usuarios) podemos ver grupos separados de nodos que comparten más interacciones entre sí, pero son pocas las que comparten con las otras comunidades. Es decir, las comunidades son grupos con relaciones más densas (Jacomy, et al. 2014), aquí

las relaciones son retuits.³¹ Al observar esta red los usuarios se encuentran, en su mayoría, muy interconectados entre sí. Por eso vemos que la forma del grafo está condensada y los nodos se encuentran bastante juntos. Esta proximidad espacial indica una fuerte relación entre los nodos, es decir que los usuarios que utilizaron el hashtag retuitearon en su mayoría a otros usuarios que utilizaron el hashtag. Esto también lo vimos cuando eliminamos los retuits de la base de datos, el 85% eran republicaciones de tuis originales, lo que explica la densidad de la red.

Si nos guiamos por la clasificación propuesta por Barbera que describimos en el capítulo 1, este tipo de conversación podría ser entendida dentro de aquellas llamadas conversaciones nacionales.

³¹ En Gephi la detección de comunidades se realiza a partir del método de modularidad, modificando el parámetro resolución podemos aumentar o disminuir la cantidad de comunidades que se visualizan. En este sentido, siempre es importante recordar que se trata de una herramienta exploratoria de los datos.

tragedia o catástrofe contiene la concepción de la misma como un evento extraordinario, pero al mismo tiempo inevitable dentro de la vida de las mujeres, lo cual legitima e identifica a las mujeres como objetos y como víctimas de la violencia (Marcus, 1994).

Como contrapunto conviene recordar que mayoritariamente les usuaries expresaron su repudio asociándolo a consignas y al universo político feminista. En esa línea, importa destacar que la red #MiraComoNosPonemos fue tributaria de les usuaries de la red #AbortoLegal (Calvo y Aruguete, 2020). Por supuesto, no es posible solo explicar este fenómeno a partir de lo que ocurría dentro del ámbito *on line*. El año 2018 se caracterizó por su alta politización en materia de género, acumulando experiencias políticas como las jornadas históricas en el Congreso de la Nación por la aprobación del proyecto de ley por la legalización del aborto en Argentina. El colectivo Actrices Argentinas, del cual participó Thelma Fardin, fue parte de la convocatoria y la militancia del proyecto presentado por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito y meses más tarde acompañó a la actriz en su denuncia a Juan Darthes. El pañuelo verde de la campaña estaba presente en las muñecas de las actrices y en las paredes del Multiteatro el día de la conferencia de prensa.



Fuente: Todo Noticias, 2021³²

Parte de este proceso político de masificación del feminismo en la Argentina, iniciado en el 2015 con el #NiUnaMenos, implicó la incorporación en la política feminista de sujetas,

³² <https://tn.com.ar/show/novedades/2021/11/29/thelma-fardin-a-horas-del-inicio-del-juicio-a-juan-darthes-por-violacion-denunciar-te-hace-perder-plata-yo-perdi-perdi-trabajos-por-hablar/>

sujetos, sujetos y sectores que no estaban vinculados con organizaciones feministas que tradicionalmente venían encabezando esta lucha (Elizalde, 2018). Si consideramos a los efectos de Twitter como generador de visiones aumentadas (Calvo, 2015) de temáticas de conversación podríamos pensar en el caso del hashtag #MiraComoNosPonemos nos indica un clima de época. Un grupo de actrices se involucra en la política feminista, periodistas, usuaries del común toman centralidad como autoridades dentro de la conversación tuitera rompiendo con los esquemas que tenía la conversación política en esta red social. En este sentido, cuando nos preguntamos sobre si es posible que este tipo de conversaciones *on-line* puedan devolver a Twitter el carácter democrático que prometía en sus inicios, el análisis de la red de retuits también podría reforzar este argumento. Aunque como veremos, otras miradas podrán orientarnos en sentido contrario.

En búsqueda del conflicto: #YoTeCreoJuan

En la red #MiraComoNosPonemos no vemos que ocurra algún tipo de polarización, ni a partir de la variable kirchnerismo/antikircherismo, ni entre verdes y celestes. En este sentido, una pregunta que surgió en el análisis de esa conversación es donde se encontraba el conflicto o la discusión entre les usuaries, ya que parecía haber un gran consenso en el corpus del hashtag. En ese sentido, es importante recordar que en nuestro recorte nos quedaron por fuera del análisis los mensajes y les usuaries que habían hablado sobre el tema, pero no habían usado el hashtag #MiraComoNosPonemos.

A partir del análisis de los *trendig topics* que realizamos en el capítulo 2, detectamos #YoTeCreoJuan como un posible indicador de posiciones divergentes, ya que se trataba aparentemente de un hashtag construido como respuesta a la conversación desatada por la denuncia de Thelma Fardin y en forma de apoyo al actor denunciado. De esta manera, descargamos a partir de la api v2 los 21.619 tuits emitidos con este hashtag entre el 11 y el 15 de diciembre. El tamaño considerablemente menor de la base nos da cuenta del carácter subsidiario de esta conversación respecto a la que constituye el objeto principal de esta tesis. Repetimos, aunque de manera más breve, algunos de los ejercicios desplegados en el capítulo anterior. A la vez analizaremos de manera más detenida los 10 tuits con más alcance de esta serie.

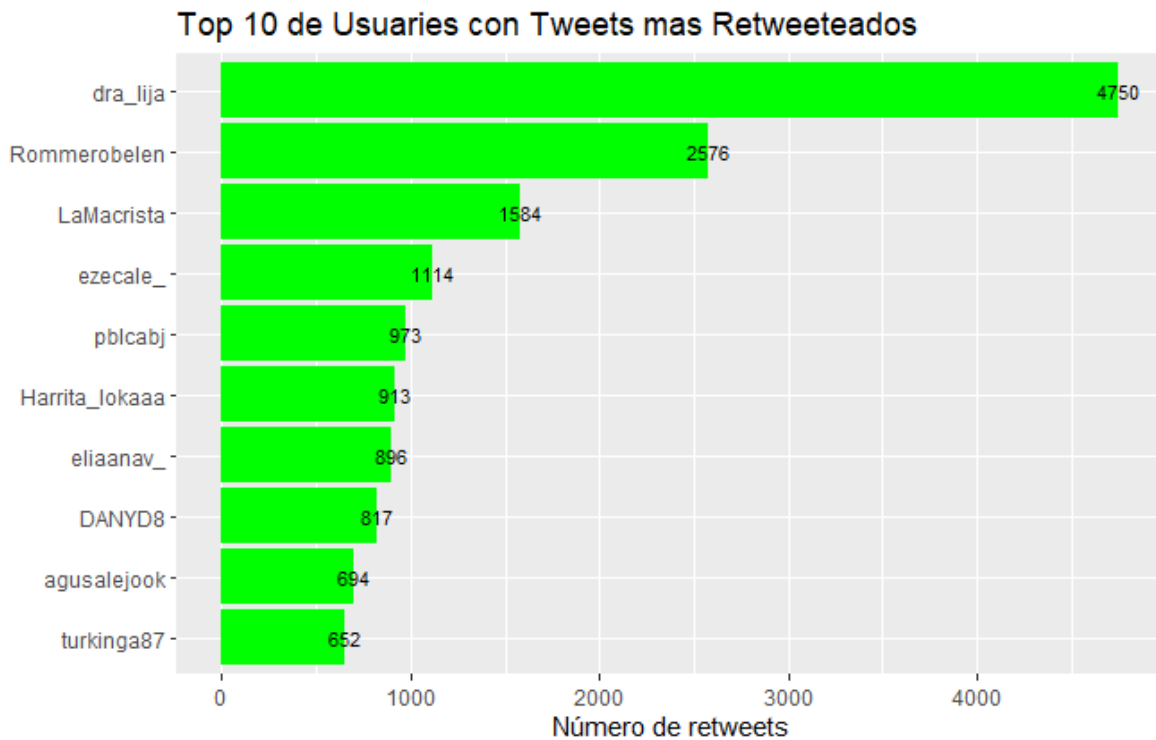
A partir de visualizar las palabras más utilizadas en el cuerpo de los tweets en una nube de palabras vemos que las más frecuentes de nuestro corpus son: *no*, *violador*, *creo* y *gente*. Al examinar las palabras asociadas a *violador* apareció el término *defender*,

asociado a otros términos parecidos como *defendiendo* y *defienden*. Los primeros términos fueron seguidos por *mierda*, *hashtag*, *Juan*, *Darthes* y el hashtag #MiraComoNosPonemos. La asociación³³ de la palabra *violador* con el verbo *defender* nos permite suponer que una gran parte del contenido de los tweets denunciaba que el hashtag #YoTeCreoJuan era para apañar a una persona que había cometido un abuso. La presencia del hashtag #MiraComoNosPonemos en la conversación nos permitió preguntarnos quienes habían utilizado el hashtag #YoTeCreoJuan y con qué fines. Julia Ebner (2020) ha mostrado como algunos movimientos de derecha usan la estrategia de “emparejar hashtags” para filtrar contenido extremista en debates populares. En este caso, sin embargo, parece operar paralelamente un fenómeno inverso, son los usuarios de la conversación sobre #MiraComoNosPonemos quienes se filtran en el mundo misógino que se monta en torno a #YoTeCreoJuan. Paradojalmente son aquí los usuarios que defienden el feminismo los que se convierten en *trolls*, es decir, las que realizan acciones irónicas o chicaneras para callar a su oponente y evitar que siga circulando en la red.

En esta línea, dimos cuenta que el hashtag tuvo dos usos, uno de ellos vinculado a reacciones anti feministas (Bonet-Martí, 2020; Zuban y Rabbia, 2021; Mantilla, 2013; Villar-Aguilés y Pecourt Gracia, 2020; Mendes, Ringrose y Keller, 2019; Congosto et al., 2020) y el otro al activismo feminista.

³³ A partir del uso de las herramientas de Voyant Tools podemos visualizar qué palabras se asociaron a otras con mayor frecuencia a otras en el cuerpo de los tuits.

Gráfico N° 3



Fuente: elaboración propia con RStudio.

El tuit de @LaMacrista fue el de los más retuiteados dentro de quienes apoyaban al actor Juan Darthes, el mismo decía:

“Se los digo así, sin vueltas, me chupa UN HUEVO quedarme sin seguidores porque al que me putee lo bloqueo de una. Vi el video de ella al menos VEINTE veces y ahora lo escuche muy atentamente a él TRES : #YoTeCreoJuan, a vos, nena, no. Es mi derecho. Vengan de a mil.”

Otro de los usuarios con más retuits, asociados a Cambiemos a partir de otras publicaciones de su *feed*, compartía las siguientes ediciones de imágenes.



#YoVotoPorCARRIO @pblcabj · 13 dic. 2018

#YoTeCreoJuan

Feminazis del Orto!



67

340

508



#YoVotoPorCARRIO @pblcabj · 13 dic. 2018

#YoTeCreoJuan

No le Creo ni a los Pañuelos Verdes ni a los Pañuelos Blancos

No creo en los Maldonado, ni ollas en la Panza ni en Abusos del Macho

12 Años de Kernerismo y Mentiras



129

618

951



Aquí podemos ver las representaciones que se ponen un juego cuando los actores/usuarios de Twitter perciben al activismo feminista. Por un lado, lo asocian a la militancia kirchnerista y por el otro se utiliza el término feminazi, asociando al activismo

feminista a un movimiento político autoritario como fue el nazismo. Esto vuelve a hacerse presente en otro de los tuits con más repercusión:



Este usuario también usa el término feminazi y asocia al activismo por el aborto legal usando el término abortera para intervenir sobre el evento que sucedía en Twitter a partir de la denuncia realizada por Thelma Fardin con el hashtag #MiraComoNosPonemos. En otro tuit del mismo usuario podemos observar como este tipo de representaciones sobre el activismo feminista vuelve a aparecer:

"#YoTeCreoJuan @darthesjuan1 esta jauría verde hizo silencio a muchas otras denuncias y también hicieron causa común en la opereta Maldonado MEMORIAI"

Aquí también se vuelve hacer alusión al activismo por el aborto legal y aparece la frase jauría verde como forma de descalificar la denuncia de Fardin. Se desprovee de humanidad a quienes son feministas asociándoles con formas de agrupación propias de los animales que también remiten a la violencia o falta de razón y a los hombres como víctimas.

Por otro lado, a partir de nuestras flexiones entendemos que estos discursos o prácticas discursivas *on line* no se encuentran solamente en los mensajes textuales que les usuaries emiten. También cobran importancia para brindarle un encuadre a estos mensajes los nombres de les usuaries y los emojis que se utilizan, entre otros elementos. Un buen

ejemplo es el *screen name* del usuario del último tuit analizado: #SoyDel43% que no voto CHORROS 🇲🇦. El nombre de usuario hace referencia a su voto a Cambiemos en las elecciones presidenciales del 2015, acompañado del emoji del corazón azul, la mano en alto y la bandera argentina.

Dentro del grupo de usuaries feministas que utilizaron este hashtag encabeza el ranking de los más retuiteados el de @dra_lija. El tuit de esta usuaria dice:

“NO es casual la relación del #YoTeCreoJuan con los corazones celestes. Tienen el mismo fundamento:el odio por la mujer libre y empoderada”

Otro de los tuis más replicados contenía la siguiente imagen:





En ambos tuis podemos ver una clara asociación por parte de esos usuaries entre el movimiento salvemos las dos vidas y la defensa al actor Juan Darthes que, como vimos en nuestra exploración a partir de la nube de palabras, es considerado un violador. Pero también se los asocia al odio por las mujeres libres y empoderadas.









Otra representación sobre les usuaries que usaron el hashtag para defender al actor es la imagen del dinosaurio asociada en nuestro país a la derecha y específicamente a los militares de la dictadura de 1976 o también como forma de tildar un sujeto de conservador. En este sentido la asociación entre quienes defienden la violencia, o quien la ejerce, con el pasado y el conservadurismo indica que significados se le otorga a la violencia. De esta manera la violencia se identifica con un pasado de dominación patriarcal del que nos alejamos por la senda del progreso (Casado Aparicio, 2012). De algún modo, se ubica a la violencia por fuera de la sociedad en la cual ocurren diariamente estas agresiones.





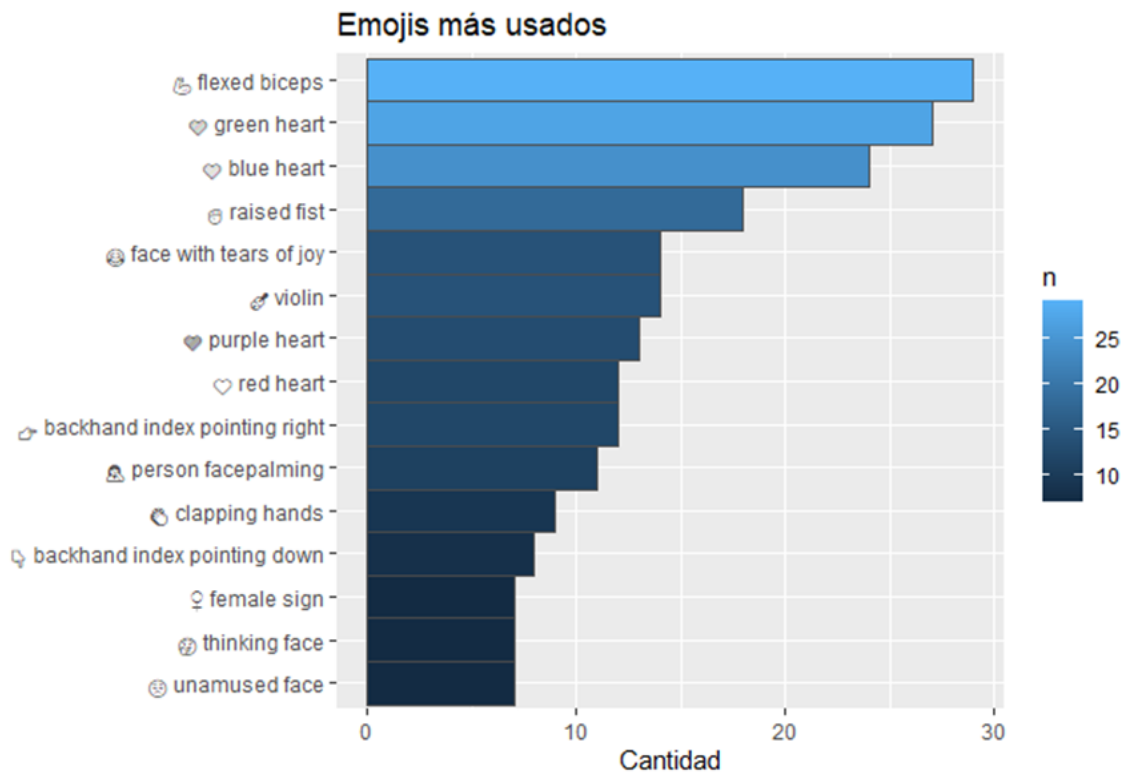
Como anteriormente desarrollamos, entendemos que el uso de los emojis por parte de los usuarios también nos cuenta sobre su interpretación del evento. En Twitter los emojis cumplen funciones ligadas a la comunicación de la expresividad y también responden a la necesidad de los usuarios de identificar a sus perfiles con ciertas prácticas discursivas (Cantamutto y Vela Delfa, 2020).

Pudimos reconocer a una usuaria como feminista por los emojis de corazones   en su biografía a partir del ranking. Siendo la usuaria con el tweet más retuiteado, esta cuenta tenía poca cantidad seguidores (538 en total), sin ser una autoridad de la red, en sintonía con las características de las conversaciones sobre temáticas feministas, como venimos observando, donde poseen visibilidad usuarios del común. Explorando nuestra base de datos encontramos 68 usuarios que en las descripciones de su biografía utilizaban corazones verdes como insignia identificatoria. Y por otro lado encontramos 31 usuarios que usaron corazones azules en la biografía de su perfil.

Cuando visualizamos los emojis utilizados en los mensajes, el más usado es el bíceps flexionado , seguido por el corazón verde  y el azul , cuarto, el puño alto , quinta, la cara llorando de la risa  y sexto, un violín . Asociados  y  con el activismo

progresista en Twitter (Azhar, 2017a y Sampietro et all., 2020) y el 🍌, con la denuncia a Darthes por abuso sexual a una menor de edad.

Gráfico N° 4



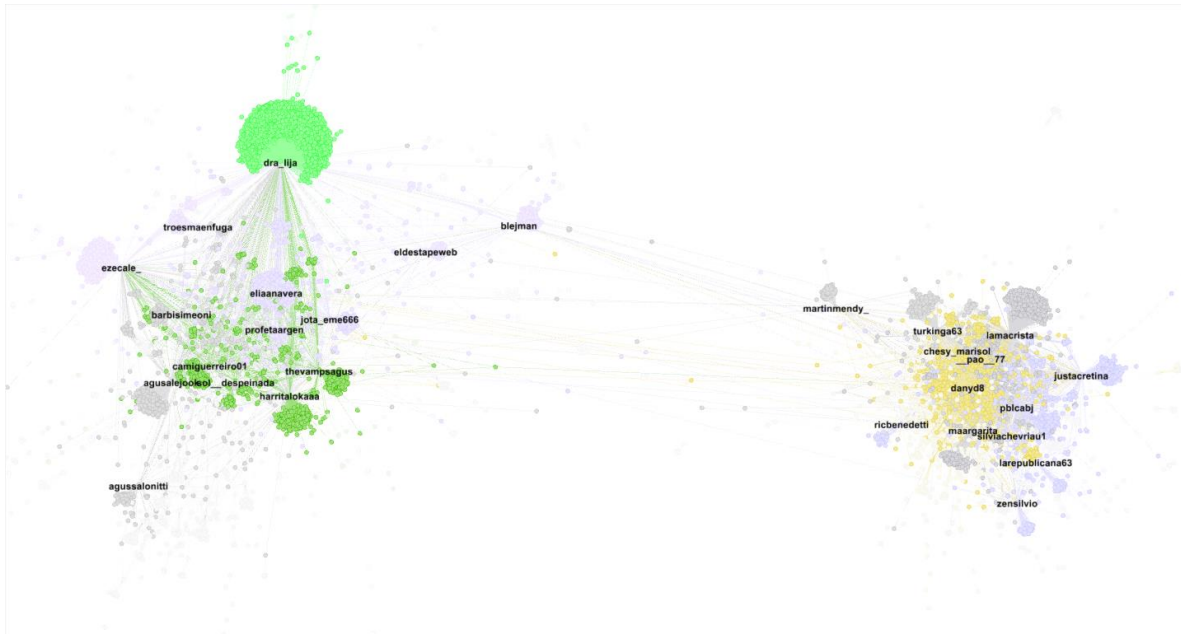
Fuente: elaboración propia con RStudio.

Repensado la polarización política

La tecnología del hashtag no estuvo siempre presente en la arquitectura de Twitter, al incorporarla sus usos han sido muy variados, pasando por campañas publicitarias, plataformas políticas, movimientos sociales, campañas de desprestigio, protestas de activistas, cruzadas de acoso, productos de consumo y revoluciones (Rambukkana, 2014). Es decir, no siempre el uso de hashtags es político, pero los autores acuerdan que este sirve para conectar a usuaries a una conversación sin tener que seguirse mutuamente. Trazamos una red de retuits, tal como lo hicimos más arriba para nuestra base de datos

con el hashtag utilizado por Thelma, pero en este caso para visualizar como era la red de retuits de mensajes que contenían #YoTeCreoJuan.

Grafo N°2. Red de Usuarios que retuitearon el hashtag #YoTeCreoJuan



Fuente: elaboración propia a partir de datos descargados de Twitter, procesados con RStudio y visualizados en Gephi.

Podemos ver en el Grafo N°2 de la red dos comunidades bien diferenciadas de usuaries que se retuitean entre sí. Dónde las personas que reciben mayor parte de los retuits de cada comunidad son dos usuarias que utilizaron #YoTeCreoJuan, con dos usos diferentes, de los que dimos cuenta en el apartado anterior. La usuaria @dra_lija forma parte de quienes usaron el hashtag como forma de copar la conversación que defendía al actor Juan Darthes y desprestigiaba la denuncia de la actriz por estar asociada al movimiento feminista. Dentro de su comunidad fue la usuaria que recibió más cantidad de retuits, pero también fue la usuaria que recibió más cantidad de retuits con respecto a los demás del total de usuaries que usaron el hashtag. La usuaria recibió 4.759 retuits, mientras que la usuaria que concentra la mayor cantidad de retuits en la comunidad contraria obtiene 1.584 en total. La usuaria logra esta cantidad de retuits, aunque no usa el hashtag #MiraComoNosPonemos, lo que nos lleva a pensar que el activismo feminista tuitero interactuó retuiteando y utilizando el hashtag #YoTeCreoJuan para hegemonizar la conversación y desarticular el propósito que tenía el mismo. Siguiendo a Barbera (2015)

podemos interpretar que las conexiones entre los usuarios y su proximidad como indicadores de similitud, ya que según el autor las redes sociales son homófilas cuando se trata de ideología política. Por lo que nos lleva a pensar que las comunidades visualizadas comparten ideologías, es decir utilizan de manera similar el hashtag. Otro aspecto que cabe resaltar es la diferencia de tamaño de estas dos comunidades, la comunidad asociada al activismo feminista (en verde) es más grande que la comunidad que apoya al actor denunciado (en amarillo). Además, cerca de esta comunidad se encuentra el portal de noticias @eldestapeweb, a diferencia de la otra, donde no se encuentran portales de noticias y obtuvieron mayor visibilidad imágenes e información *fake*.

Si bien vemos que ocurren retuits entre los usuarios por fuera de los *clusters*, en nuestro caso, estos no son tan fuertes como para unir a estas dos comunidades. De forma opuesta aparece la red del hashtag #MiraComoNosPonemos la cual no presenta comunidades polarizadas como la que surge de #YoTeCreoJuan. En este caso, pensar que esta red se polariza porque su tema es político tiene sentido en tanto y en cuanto tengamos en cuenta que es consecuencia del accionar de los usuarios. Es decir, esta red se polariza por la acción de los usuarios que, identificamos con el activismo feminista que intervienen en el hashtag para darle su propio sentido. Se libra una batalla en la que se juega el sentido de un hashtag y en donde los usuarios intentan darle visibilidad a su lectura del evento a partir de la emisión de tuits y retuits como es este caso. #YoTeCreoJuan pretendía responder a la propagación del hashtag #MiraComoNosPonemos como forma de competirle en visibilidad en la red. Sin embargo, no fue exitoso su objetivo, ya que usuarios que no acordaban con lo que expresaba el hashtag lo usaron para hacer visible su opinión.

Si bien para quienes analizan Twitter (Calvo, 2015; Barbera, 2015) la polarización es un fenómeno poco deseable en las conversaciones ya que impide el diálogo entre diferentes posiciones políticas, al tener en cuenta lo que sucede en esta red, nos preguntamos si la polarización es un fenómeno indeseable en sí mismo. En este caso los usuarios no desconocen lo que los de la comunidad opuesta dicen, no parecen atrapados en una “cámara de eco” o una “burbuja de filtro”, por el contrario, utilizan el hashtag para responder opiniones divergentes. Es decir, que los algoritmos polaricen la conversación no implica que los usuarios no se lean entre sí. El uso de las tecnologías de la plataforma, como el retuit o la mención, puede ser en algunos casos una decisión política.

Por otro lado, el foco en #YoTeCreoJuan nos permite mostrar que, aunque lateralmente, esta conversación sí fue en parte atravesada por la “grieta” gobierno/ oposición, presente en la mayoría de las conversaciones de Twitter. Cuando hacemos una lectura cercana del contenido de los tuits, encontramos que parte del discurso antifeminista de les usuaries que utilizan el hashtag es asociar el activismo feminista al kirchnerismo, como estrategia para deslegitimar el contenido de sus tweets. Podemos ver un ejemplo de lo anterior en los siguientes tweets:

“las feminazi quieren que solo se de credibilidad a su versión de los hechos y para peor con un video editado son todas abortistas k donde la presuncion de inocencia es solo para la kretina?#yotecreojuan”

“#yotecreojuan a las de pañuelo verde asesinas y kukas nooo”

“Lo que no me como es al grupo de boludas con el pañuelo verde que acompañan a la mina. Hace un tiempo culpaban a gendarmería de la muerte de Maldonado y nunca pidieron perdón cuando se probó que se ahogó solo. #YoTeCreoJuan #MiraComoNosPonemos #ThelmaFardin”

“es una opereta K como maldonado #YoTeCreoJuan”

No es casual que les mismas usuaries vinculen la conversación #MiraComoNosPonemos y a quienes apoyan a la actriz con otros eventos polarizados en Twitter Argentina como lo fue el caso de Santiago Maldonado, ya explorado por Calvo y Aruguete (2020). Asimismo, también en estos días de diciembre de 2018 se viraliza la consigna de Perón pedófilo, también como forma de “troleo” a las movilizaciones feministas (Ferreyra,2022). Que les usuaries puedan establecer relaciones entre hashtags o tendencias de Twitter asignándoles un signo partidario parece ser una más de las estrategias que el antifeminismo despliega en este caso. En otros trabajos que analizan el discurso antifeminista en Argentina (Zuban, y Rabbia, 2021) también encuentran las descalificaciones por asociación al kirchnerismo o a la izquierda. Algo similar sucede en España, pero asociando al feminismo al partido Podemos (Congosto et al., 2020). Otros descalificativos que aparecen con frecuencia en el cuerpo de los tweets de nuestra base son “feminazi” y “femibolche”, en especial el término “feminazi” es identificado como un término propio del antifeminismo.

Pensando en el contenido de los tuits de ambas comunidades de forma más amplia damos cuenta que en ambas los mensajes construyen quien es el anti-destinatario dentro de sus

discursos políticos (Veron, 1987). La comunidad feminista en este hashtag identifica a la derecha y los “pro vida” como quienes apoyan a violadores. Y la comunidad antifeminista construye a ese otro negativo a partir de la grieta kirchnerismo- antikirchnerismo ya presente en Twitter en las conversaciones políticas y con el término “feminazi”. Es decir que forma parte de las estrategias de ambas comunidades la construcción negativa de la otra comunidad, diferenciándose en las formas y estrategias en las cuales lo expresan.

En esta “guerra de hashtags”, si bien el antifeminismo canalizó su conversación sobre la denuncia de Thelma a través de #YoTeCreoJuan, el activismo feminista no se limitó a etiquetar sus mensajes con #MiraComoNosPONemos. Por el contrario, copó con bastante éxito el contra- hashtag, tal como lo muestra la red del Grafo N° 3 y el top diez de usuaries que nos permite observar que sus mensajes fueron los más retuiteados. Si miramos los emojis, también comprobamos que aquellos asociados al feminismo fueron los más utilizados en la conversación. Además, al visualizar las palabras más frecuentes en la conversación encontramos que *violador* es una de ellas, asociada al término *defender* y sus variaciones, lo cual nos permite entender que la denuncia por parte de este activismo se pudo imponer sobre la otra. Su vinculación con el hashtag #MiraComoNosPonemos observado en la nube de palabras y la lectura de tuits más destacados nos lleva a pensar que el activismo feminista asoció el significado de este hashtag a la defensa de un violador, la derecha y al activismo provida.

En síntesis, en este capítulo continuamos nuestro análisis sobre los hashtags y nos preguntamos por su capacidad de generar comunidades y sobre la existencia o no de polarización política a partir del análisis de la red de retuits del hashtag #MiraComoNosPonemos. Observamos una red sin polarización, con relaciones fuertes entre los nodos, asemejándose al tipo de conversaciones que Barbera (2015) llama “nacionales”. No obstante, identificamos un desplazamiento de la polarización política a otros hashtags vinculados al evento. Como podemos ver en el hashtag #YoTeCreoJuan la polarización reaparece. El mismo fue un espacio donde confluyeron usuaries antifeministas y feministas para discutir el sentido del hashtag. Su vinculación con el hashtag #MiraComoNosPonemos nos lleva a pensar que el activismo feminista disputó en Twitter el significado de este hashtag a partir de asociarlo a la defensa de un violador, a la derecha y al activismo provida. Mientras que el antifeminismo se destacó por polarizar la conversación asociando al feminismo con la militancia kirchnerista para deslegitimarlo. Se destaca la utilización de imágenes y datos *fake* propio de las prácticas de la subcultura *troll*

o el llamado *gendertrolling*, como también lo han identificado otras investigaciones de Twitter en España. Pero este no fue capaz de ofrecer un encuadre alternativo que alcanzara una legitimidad equiparable a la de #MiraComoNosPonemos.

Por otro lado, nos permite reflexionar sobre las formas de estudiar el activismo feminista a partir de hashtags y sobre las limitaciones de realizar una investigación que se concentre sólo en uno. Al respecto, resulta indispensable explorar y seguir otros hashtags vinculados al principal para mostrar cómo fue la conversación entre los usuarios. Si bien en el primer hashtag analizado vemos que construye una conversación que escapa a las lógicas comunes de Twitter; en este podemos identificar la grieta que domina buena parte de las geografías tuiteras.

Conclusiones

Esta tesis se propuso realizar un aporte a los estudios que se preguntan sobre las apropiaciones feministas de la tecnología. Marcados por oleadas de optimismo o pesimismo frente a la capacidad transformadora de la técnica para luchar contra la dominación patriarcal, los estudios sobre el ciberactivismo en Twitter son emergente de una época donde las acciones feministas parecen brindar algo de aire fresco a una red donde el diálogo horizontal y el espacio para la acción del usuario parece cada vez más acotado. A partir de un estudio de caso buscamos escapar de las dicotomías que optimistas y pesimistas han construido para analizar la acción política durante la cultura de la conectividad. Nuestro punto de partida es el análisis del evento que se articula a partir del hashtag #MiraComoNosPonemos, una de las conversaciones feministas más importantes que han acontecido en Twitter Argentina y también una de las menos exploradas. En diálogo con otras investigaciones sobre hashtags feministas nos interesa conocer los usos y apropiaciones por parte del activismo digital feminista en Twitter.

Para ello, tras explorar el estado del arte y una serie de herramientas indispensables para nuestra investigación en el capítulo I, centramos nuestro análisis en la estructura de la conversación en torno a #MiraComoNosPonemos. En el capítulo II exploramos una serie de elementos centrales que consideramos centrales para el estudio del activismo en Twitter: los retuits, los usuarios, los hashtags y las tendencias, los emojis y el contenido textual de los mensajes. Nos interesa explorar si el activismo en Twitter es solamente amplificador o también transformador de las prácticas existentes

En primer lugar, pudimos ver que en la conversación predominó el retuit ante la emisión de mensajes originales. Asimismo, una pequeña cantidad de tuits con respecto al total obtuvo más visibilidad y circulación dentro de la red. Si bien esta es una característica universal de las conversaciones de Twitter en la actualidad, marca una diferencia considerable respecto a eventos anteriores como #NiUnaMenos, donde la plataforma era menos “ruidosa” y vertical. Estos mensajes originales en su mayoría fueron emitidos por celebridades, en especial actrices que pertenecían al colectivo Actrices Argentinas, como también periodistas. Pero al mismo tiempo usuarios con pocos seguidores lograron tener más alcance en sus mensajes que en otro tipo de conversaciones políticas nacionales.

Esto fue posible porque entendemos que los usuarios que eran autoridades en la red leyeron y replicaron los tuits emitidos por usuarios con pocos seguidores. Nos permitimos pensar que en estos casos las celebridades actúan como un nuevo tipo de actor político que permite la masificación del evento y de otros mensajes.

Cuando analizamos las tendencias del evento vemos que aparecen hashtags que se vinculan con ciberacciones feministas anteriores. Es decir, los usos de hashtags feministas que ya existían hicieron que uno que no lo era explícitamente pasara a formar parte del activismo feminista en Twitter. Un ejemplo es la utilización de hashtags como #MeToo y #NoNosCallamosMas junto a #MiraComoNosPonemos. Esta capacidad de los usuarios de asociar eventos entre sí entiendo que responde en parte a las sugerencias de etiquetado que propone la plataforma a partir de sus algoritmos, pero también – y de manera central – a los repertorios desarrollados por el activismo feminista. Entiendo que algo parecido ocurre con el uso de los emojis, estos otorgan a los mensajes que acompañan una orientación política dentro de la conversación. En un sentido más amplio entiendo a esta forma de utilizar los hashtags y los emojis como parte de los repertorios desarrollados (Tilly y Wood, 2009) por el activismo feminista argentino en Twitter.

En el análisis de los términos de la conversación a partir de lo observado me permito suponer que si lo que en 2015 el movimiento feminista hablaba en Twitter sobre las violencias ejercidas a las mujeres (cis) para finales del 2018 lo que se habló estaba vinculado más a que hacer con esas violencias ejercidas. Además, al realizar una lectura más amplia sobre la totalidad de los términos que aparecen en la nube de palabras, nos damos cuenta que también indican discursos de apoyo, comunidad y empoderamiento. Al mismo tiempo, identificamos un desplazamiento del término *violencias* a *violador* dentro de las palabras más utilizadas en los mensajes. Pero sin embargo el término *víctima* ocupa un lugar menos importante que en las otras conversaciones que tratan sobre denuncias de violencia sexual o de género como #MeToo y #Cuéntalo. Esto llama la atención, y queda pendiente para futuras investigaciones indagar sobre estos cambios en los términos y sobre los significados que condensan. Ya que el recorrido de esta investigación y de otras deja claro que las redes sociales e internet han sido un lugar que posibilitó denunciar violencias. Pero resulta importante dar cuenta de los presupuestos que estos términos traen consigo en este tipo de conversaciones si queremos desentramar relaciones sociales de dominación y procesos de subjetivación. Y pensar prácticas del activismo feminista en internet que aporten a crear sentidos y discursos emancipadores y transformadores de la

realidad social a partir del uso de las tecnologías, una dimensión que evidentemente supera la mera amplificación.

Por otro lado, en nuestro análisis de comunidades políticas a partir del uso de los hashtags en el capítulo III nos centramos en el análisis de redes sociales (ARS). Pudimos ver como la red de #MiraComoNosPonemos se caracterizó por mostrar una alta interacción entre sus nodos, es decir, les usuaries de la comunidad. Cabe destacar que no presentó las formas polarizadas que son típicas en las conversaciones de tono político en Twitter. Siguiendo a Calvo y Arugete (2020) podemos decir que en este caso el repudio a la violencia de género propició acuerdos colectivos entre les usuaries expresados en la alta tasa de retuit, como en el contenido de los mensajes que posibilitaron una conversación semejante a las llamadas conversaciones nacionales estudiadas por Barbera (2015).

La ausencia de polarización en nuestra red nos llevó a buscar y explorar otros hashtags vinculados a la conversación de #MiraComoNosPonemos. En nuestro análisis del hashtag #YoTeCreoJuan pudimos observar que la polarización política reaparece cuando desplazamos el foco de los retuits e indagamos en otros hashtags que se articularon con el inicial. El hashtag #YoTeCreoJuan fue un espacio donde confluyeron usuaries anti feministas y feministas para discutir el sentido del hashtag. Entendemos que se libró una batalla en la que se jugó el sentido de la conversación y en donde les usuaries intentaron darle visibilidad a su lectura del evento a partir de la emisión de tuits y retuits. Cada comunidad se sirvió de diferentes estrategias en sus mensajes para deslegitimar a la contraria a partir de la construcción de un otro negativo.

El activismo que pudimos identificar como feminista disputó en Twitter el significado del hashtag #YoTeCreoJuan a partir de asociarlo a la defensa de un violador, a la derecha y al activismo provida. Se caracterizó por el uso de fotos y gifs en forma de memes, como también por el uso de emojis asociados con el activismo feminista, también presentes en la conversación #MiraComoNosPonemos, como lo fueron el corazón verde, el violeta, el puño en alto y el bíceps flexionado. Se diferenció por la aparición del emoji con forma de violín asociado a la denuncia de violador a Darthes por parte de les usuaries. Por otro lado, la comunidad a favor del actor, que caracterizamos como anti feminista por el contenido de los mensajes emitidos y les usuaries que fueron autoridad dentro de la conversación, creo este hashtag para diferenciarse por la utilización de imágenes, datos *fake* y el uso del emoji del corazón azul. Asimismo, buscó asociar el activismo feminista al kirchnerismo, como estrategia para deslegitimar el contenido de sus tweets. En la misma línea, recurrió al uso

de términos descalificadores como “feminazi” y “femibolche” y la victimización de los hombres frente al activismo feminista. Todos elementos que estuvieron también presentes en otros estudios como el de Zuban y Rabia (2021) sobre discursos de odio a los feminismos en comentarios en internet en Argentina.

En este sentido la presente investigación, en base a lo recorrido, propone que a la hora de investigar hashtags políticos y comunidades de información que surgen de los mismos es necesario ampliar el análisis a otros hashtags vinculados con el evento. En nuestro caso de análisis, la polarización se hizo presente en otras dimensiones de la red no percibidas a través del estudio de la red de retuits del hashtag principal, una de los ejercicios más comunes entre los estudiosos de Twitter.

La conversación ocurrida bajo el hashtag #MiraComoNosPonemos logró escapar de algunas de las jerarquías propias de Twitter y de las dinámicas de las conversaciones políticas promoviendo otro tipo de mensajes y contenido en la red. Pero no fue posible romper con las jerarquías que usuaries con mayor número de seguidores, en este caso las celebridades, tienen a la hora de viralizar sus mensajes. Esto por un lado entiendo que fue un puntapié para difundir y poner en discusión debates que como sociedad debemos darnos. Pero por otro lado también es una limitación si otras voces y experiencias no pueden ser escuchadas. Si Twitter tiende a reproducir contenido que ya es popular y sus algoritmos a poner en circulación información que es similar, le queda al activismo pensar en estrategias para sortear estas dificultades. El uso de hashtags y emojis fueron parte de los repertorios con los que en este caso se disputó el sentido político del evento, pero ¿es suficiente para romper con los sesgos propios de la plataforma y con discursos hegemónicos? Lo que me pregunto es ¿cómo se puede construirse un movimiento feminista de masas que incluya a les sujetos subalternes como protagonistas del mismo? ¿En qué medida internet puede colaborar con ello? ¿Será necesario desarrollar usos más estratégicos e instrumentalistas de las redes sociales teniendo en cuenta sus limitaciones? Aunque se trata de interrogantes abiertos no hay duda que el activismo feminista se ha mostrado particularmente efectivo en la manipulación de los objetos que pone a disposición Twitter (hashtags, menciones, retuits, emojis entre los aquí analizados), un éxito que buena parte de la literatura sólo se ha encargado de resaltar para el caso de los activismos de derecha (Forti,2021)

En la introducción comenté que inicié mi acercamiento al tema de investigación, que fue mutando, participando del taller de escraches del encuentro, hasta ese momento llamado

Nacional de Mujeres, durante el 2019. Parte de cerrar este proceso, además de culminar esta investigación, fue participar del taller de ciberactivismo en el encuentro Plurinacional de Mujeres, Lesbianas, Trans, Travestis, Intersexuales, Bisexuales y No Binaries en 2022. En las conclusiones del taller se propuso desdoblarlo en dos, uno que esté orientado a pensar que estrategias y prácticas de disputa dábamos en internet y las redes sociales teniendo en cuenta que el “común” de la gente se encuentra en ellas. Y otro para pensar y desarrollar la producción de tecnologías pensadas desde nuestros propios intereses y necesidades como movimientos políticos y como mujeres, lesbianas y personas trans que éramos las identidades presentes en el taller.

Creo que es necesario seguir indagando sobre esta problemática y continuar desarrollándola en futuras investigaciones. En especial, profundizar en aquellos activismos en contra de las violencias que se sirven de la apropiación o producción de tecnologías para combatirlas y denunciarlas. A futuro, aspiro también a complejizar mi análisis sobre los discursos y representaciones sobre la violencia para dar cuenta de sus cambios y continuidades en experiencias del activismo feminista en Argentina que se sirvan de tecnologías.

Bibliografía

ALAMO, S. BORDOY, G. CHETTO, M. IBÁÑEZ, F. MIGLIORI, A. Y GONZÁLEZ OCAMPO, M. (2016). #NiUnaMenos: Big Data para la comprensión de una problemática de género. *Humanidades Digitales: Construcciones locales en contextos globales*. Asociación Argentina de Humanidades Digitales.

AANNUNZIATA Y GOLD (2018) Manifestaciones ciudadanas en la era digital. El ciclo de cacerolazos (2012-2013) y la movilización #NiUnaMenos (2015) en Argentina. *Desarrollo económico*, 57(223), 461-485.

AGUILÉS, A. V., & PECOURT, J. (2021). Antifeminismo y troleo de género en Twitter. Estudio de la subcultura trol a través de# STOPfeminazis. *Teknokultura*, 18(1), 33-44.

ARDUINO, I. (2018), "Entre la victimización opresiva y la justicia emancipatoria". En Nijensohn, M. (comp.), *Los feminismos ante el neoliberalismo*, Latfem y La cebra editorial.

AZHAR, H. (20 de octubre de 2017a) Emojis of #MeToo. *Prismoji*. <https://prismoji.com/2017/10/20/emojis-of-me-too/>

AZHAR, H. (6 de febrero de 2017b) The Resistance Will Be Emojified. *Emojipedia*. <https://blog.emojipedia.org/the-resistance-will-be-emojified/>

BARBERA, P. JOST, T.J. NAGLER, J. TUCKER J.A & BONNEAU, R. (2015) Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science Online*, 26(10), 1531-1542.

BAYM, N. K., & BURGESS, J. (2020). *Twitter: A Biography*. New York University Press.

BOCZKOWSKI, P. Y MITCHELSTEIN, E. (2022) *El entorno digital*. Siglo Veintiuno Editores.

BOGEN, K. BLEIWEISS, K. LEACH, N. ORCHOWSKI, L. (2019) #MeToo: Disclosure and Response to Sexual Victimization on Twitter. *Journal of Interpersonal Violence*, 36(17-18), 8257-8288.

BONET-MARTÍ, J. (2020). Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales. *Psicoperspectivas*, 19(3).

BRÜNKER, F., WISCHNEWSKI, M., MIRBABAIE, M., & MEINERT, J. (2020). The Role of Social Media during Social Movements – Observations from the #metoo Debate on Twitter. In Proceedings of the 51nd Hawaii International Conference on System Sciences.

BRUNS, A., & BURGESS, J. (2015). Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. *Hashtag publics: The power and politics of discursive networks*, 13-28.

BURGESS, J., & BAYM, N. K. (2020). *Twitter: A Biography*. NYU Press.

CALVO, E. Y ARUGUETE, N. (2018) La anti-red. *Le Monde*.
https://www.academia.edu/37180901/La_anti_red

CALVO, E. Y ARUGUETE, N. (2020) Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Editorial Siglo XXI.

CALVO, E. (2015). Anatomía política de Twitter en Argentina. Capital Intelectual.

CANTAMUTTO, L. Y VELA DELFA, C. (2020). ¿De qué color es tu corazón? El uso de emojis en los procesos de activismo social. DÍGITOS. *Revista de Comunicación Digital*, 6: 119-136. Doi: 10.7203/rd.v1i6.183

CASADO APARICIO, E. (2012). Tramas de la violencia de género: sustantivación, metonimias, sinécdoques y preposiciones. Papeles del CEIC. *International Journal on Collective Identity Research*, (2), 1-28.

CASTAÑO, L. C. (2015). Construir y comunicar un “nosotras” feminista desde los medios sociales. Una reflexión acerca del “feminismo del hashtag”. Commons. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 4(2).

CASTELLS, M. (2012) *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.

CHOLAKIAN, L (2018). *Escraches feministas. Una memoria de los desplazamientos y debates a partir de la ruptura de silencios*. (Tesis de licenciatura no publicada). Universidad de Buenos Aires.

CONGOSTO, M.L. (8 de mayo de 2018). Contando cómo se difundió el #cuéntalo. *Barriblog*.
<http://www.barriblog.com/2018/05/contando-se-difundio-cuentalo/>

DE LAURENTIS, T. (1994) La violencia de la retórica. Consideraciones sobre representación y género. *Revista Travesías 2: Temas del debate feminista contemporáneo*, Año 2, N°2.

DE MIGUEL, A. Y BOIX, M. (2013) Los géneros de la red: los ciberfeminismos, en Graciela Natansohn (coord.): Internet en código femenino. Teorías y prácticas, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, pp. 37-73.

DAICH, D. Y VARELA, C. (2020). Los feminismos en la encrucijada del punitivismo. Biblos.

EBNER, JULIA (2020) La vida secreta de los extremistas, Buenos Aires, Planeta.

ELÍAS, N. (1990) Compromiso y distanciamiento. Ediciones Península.

ELIZALDE, S. (2018) Las chicas en el ojo del huracán machista. Entre la vulnerabilidad y el “empoderamiento”. *Cuestiones Criminales*, Año 1, N° 1, pp 22 - 40.

ENGLER, V. (2017) Antifeminismo online. *Revista Nueva Sociedad*, No 269.

ESCOBAR, M., GIL MORENO, E., & CALVO LÓPEZ, C. (2022). Análisis de la dinámica, la estructura y el contenido de los mensajes de Twitter: violencia sexual en #Cuéntalo. *Empiria. Revista De metodología De Ciencias Sociales*, (53), 89–119. <https://doi.org/10.5944/empiria.53.2022.32614>

ESQUIVEL DIMINGUEZ D. (2019) Construcción de la protesta feminista en hashtags: aproximaciones desde el análisis de redes sociales. *Comunicación y medios*, 28(40), 184-198.

FARDIN, T. (2019) El arte de no callar, Buenos Aires, Planeta

FELITTI, K. (2022) The Birth Control Pill and Family Planning. In Oxford Research Encyclopedia of Latin American History.

FERREYRA, S. (2022) “Perón Pedófilo”: usos políticos del pasado en Twitter. *Anuario De La Escuela De Historia*, (37). Recuperado a partir de <https://anuariodehistoria.unr.edu.ar/index.php/Anuario/article/view/371>

FERREYRA, S. (2022) Usos políticos de la acusación de corrupción en Twitter: las huellas de 1955 en imágenes, XVIII Jornadas Interescuelas UNSE.

FORTI, S. (2021). Extrema derecha 2.0: Qué es y cómo combatirla. Siglo XXI de España Editores.

GARRIGA ZUCAL, J. & NOEL, G. (2010). Notas para una definición antropológica de la violencia: un debate en curso. *PUBLICAR-En Antropología y Ciencias Sociales*, (9), 97-122.

GAUTAM, A., MATHUR, P., GOSANGI, R., MAHATA, D., SAWHNEY, R., & SHAH, R. R. (2020, May). # metooma: Multi-aspect annotations of tweets related to the metoo movement. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 14, pp. 209-216).

GILLESPIE, T. (2014). The relevance of algorithms. *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society*, 167(2014), 167.

GIRALDO LUQUE, S. FERNÁNDEZ GARCÍA, N. PÉREZ ARCE, J.C. (2018). "La centralidad temática de la movilización #NiUnaMenos en Twitter". *El profesional de la información*, 27(1), 96-105.

GUTIÉRREZ ALMAZOR, M., PANDO CANTELI, M., & CONGOSTO, M. (2020). Nuevos enfoques en la propagación de la reacción antifeminista en Twitter. *Investigaciones Feministas*, 11(2), 221-237.

HANASH MARTINEZ, M. (2020) La ciberresistencia feminista a la violencia digital: sobreviviendo al Gamergate. *Debats: Revista de cultura, poder i societat*,134(2), 89-106

HARAWAY, D. (1995): Ciencia, cyborgs y mujeres. La invención de la naturaleza, Madrid, Cátedra.

HERNANDEZ FERNANDEZ C. (2015). Nuevos recursos para la investigación cualitativa: Software gratuito y herramientas colaborativas. *Opción*, 31(5),453-471

HESTER, H. (2018) Xenofeminismo. Tecnologías de género y políticas de reproducción. Caja Negra, Editora

HOSTERMAN, A. JOHNSON, N. STOUFFER, R. AND HERRING, S. (2018) Twitter, Social Support Messages and the #MeToo Movement. *The Journal of Social Media in Society*Fall, 7(2), 69-91.

ILLOUZ, E. (2007) Intimidaciones congeladas. Las emociones en el capitalismo. Katz.

JACOMY, M., VENTURINI, T., HEYMANN, S., & BASTIAN, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PloS one*, 9(6).

JUAREZ, W. I. (2021) Redes globales para la política local. Candidatxs y seguidores en Twitter durante la campaña a intendente de General Pueyrredón durante el 2019. (Tesis de grado) Universidad Nacional de Mar del Plata.

JUSTO VON LURZER, C. (2020) Del #MeToo al #MiráComoNosPonemos. Un año de feminismo celebrity en la cultura masiva argentina. *Temas y Problemas de Comunicación* - Departamento de Ciencias de la Comunicación - Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de Río Cuarto. Vol 18.

KHUSRO, S., JABEEN, F., & KHAN, A. (2021). Tag clouds: past, present and future. *Proceedings of the national academy of sciences, India section A: physical sciences*, 91(2), 369-381.

KOROL, C. (20 de diciembre de 2018). No hables de punitivismo para para garantizar la impunidad. Mirá cómo nos ponemos. Marcha. <http://www.marcha.org.ar/no-hables-de-punitivismo-para-garantizar-la-impunidad-mira-como-nos-ponemos/>

LAMAS, M. (2018) Acoso ¿denuncia legítima o victimización? Fondo de Cultura Económica.

LAUDANO, C. (2017) Movilizaciones #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos en Argentina. Entre el activismo digital y #ElFeminismoLoHizo en Seminario Internacional Fazendo Gênero 11 & 13 Women 's Worlds Congress (Anais Eletrônicos).

LAUDANO, C. (2018). Acerca de la apropiación feminista de TICs. EN: Chaher, Sandra, compiladora. Argentina: medios de comunicación y género ¿hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing?. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Comunicación para la Igualdad Ediciones. pp. 138-146. En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.649/pm.649.pdf>

LAUDANO, C. (2018) Aborto y redes: el debate por #AbortoLegal. *Sociales en debate*, (14).

LAUDANO, C. ARACI, A. KRATJE, J. BALBUENA, J. (2019) AbortoLegalYa! A tuitear, vamos a tuitear... XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres - IX Congreso Iberoamericano de Estudios de Género.

LAUDANO, C. & ARACRI, A. (2022). El ciberactivismo feminista por #AbortoLegal y la contraofensiva #SalvemosLasDosVidas en Argentina. *Argumentos. Estudios Críticos De La Sociedad*, 1(97), 167-188.

MANSO, N. D. (2021). Escraches en redes sociales. Aproximaciones históricas, medios y agendas feministas. *Intersecciones en comunicación*, 1(15).

MANTILLA, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media. *Feminist Studies*, 39(2), 563-570.

MARCUS, S. (1994) Cuerpos en lucha, palabras en lucha. Una teoría y una política de prevención de la violación. *Revista Travesías 2: Temas del debate feminista contemporáneo*, Año 2, N°2.

MARIASH, M. (31 de diciembre de 2017) 2017: año del giro denunciante. LATFEM. <https://latfem.org/2017-ano-del-giro-denunciante/>

MENDES, K., RINGROSE, J. & KELLER, J. (2019) Digital feminist activism: girls and women fight back against rape culture. Oxford University Press.

MERCADO, M. E., MORENO, E. G., & LÓPEZ, C. C. (2022). Análisis de la dinámica, la estructura y el contenido de los mensajes de Twitter: violencia sexual en# Cuéntalo. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (53), 89-119.

MIGUEL, A. D. & BOIX, M. (2002). Los géneros de la red: los ciberfeminismos. El ciberfeminismo social. A: BAEZA, R. The role of humanity in the information age. A Latin perspective. Santiago de Chile: Universidad de Chile.

MILLER, D. (2019) Cómo y por qué el mundo cambió las redes sociales. *Etnografías Contemporáneas*, Vol. 5, N. 9, pp. 6-17

MOLINA, J. L. (2001) El análisis de redes sociales. Una introducción. Ediciones Bellaterra.

MORETTI, F. (2015). El matadero de la literatura. Lectura distante, Fondo de Cultura Económica.

MUÑOZ SAAVEDRA, J. (2019). Una nueva ola feminista... más allá de# MeToo. Irrupción, legado y desafíos. *Política pública para la equidad*, 2, 177-188.

NATANSOHN, G. (2013) Introducción ¿Qué tienen que ver las tecnologías digitales con el género? en Internet en código femenino Teorías y prácticas. La Crujía Ediciones.

NATANSOHN, G. Y PAZ, M. (2019) Ciberfeminismos contemporáneos entre usos y apropiaciones. *Cuadernos Pagu*, 56.

NEÜMAN, M. I. (2008) Construcción de la categoría “apropiación social”. *Quórum Académico*, 5(2), 67-98.

OSBORNE, R. (2009) Apuntes sobre violencia de género. Edicions Bellaterra.

PARISIER, E. (2011) El filtro burbuja. Como la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Penguin Random House.

PAPACHARISSI, Z. (2002). The virtual sphere: the internet as a public sphere. *New Media and Society*. 4 (1), 9-27. Doi: 10.1177/14614440222226244

PERDOMO REYES, I. (2016). Género y tecnologías: Ciberfeminismos y construcción de la tecnocultura actual. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, 11(31), 171-193.

PÉREZ, I. (2012) El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana. 1940-1970. Biblos.

PITCH, T. (2003) Responsabilidades Limitadas. Actores, conflictos y justicia penal. Ad-hoc.

PRIDE, R. (1995) How activists and media frame social problems: Critical events versus performance trends for schools, *Political Communication*, 12(1), 5-26.

QUEIROLO, G. (2020) La máquina de escribir, las relaciones de género y el trabajo administrativo (Buenos Aires, primera mitad del siglo XX). *H-Industri@: Revista de historia de la Industria, los servicios y las empresas en América Latina*, 27, 113-124.

QUIROGA, N. Y RODRIGUEZ CORDEU, J. (2022) Fuerzas sociales espacializadas: el análisis de redes sociales revisitado (antes y después del ‘giro digital’). *XVIII Jornadas Interescuelas UNSE*.

RADI, B. (2020) Notas (al pie) sobre cisnormatividad y feminismo; Red Argentina de Grupos de Investigación en Filosofía; *Ideas*; 11(5) 23-36.

RAMBUKKANA, N. (2015). Hashtag publics. Peter Lang Incorporated

RAMSAY, S. (2011) Reading Machines Toward an Algorithmic Criticism. University of Illinois Press

REGUILLO, R. (2017) Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio, NED Ediciones.

REYNOSO, C. (2008). Hacia la complejidad por la vía de las redes: nuevas lecciones epistemológicas. *Desacatos*, (28), 17-40.

ROVIRA SANCHO, G. (2018) El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas. *Teknokultura* 15(2), 223-240.

RUSTOYBURU, C. (2021) Storytime sobre implantes anticonceptivos en YouTube. Disputas de significados y relaciones biomédicas en las narrativas de youtubers latinoamericanas. *Historia y Sociedad*, (40), 224-242

SAAVEDRA, J. M. (2019). Una nueva ola feminista... más allá de #MeToo. *Irrupción, legado y desafíos. Política pública para la equidad*, 2, 177-188.

SAMPIETRO, A.; CALVO, D. Y CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2020). Los emojis del 8M: Su uso en Twitter durante las movilizaciones feministas de 2019. *Dígitos*, 6 137-158. DOI: 10.7203/rd.v1i6.170.

SARLO, B. (2018) *La intimidad pública*. Seix Barral.

SCHNEIDER, K. T., & CARPENTER, N. J. (2019). Sharing #MeToo on Twitter: Incidents, coping responses, and social reactions. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/EDI-09-2018-0161>.

SRNICEK, N. (2018) *Capitalismo de Plataformas*. Caja Negra Editora.

STURGESS, S. AND BURNS, K. S. (2018) Ending the Silence of Sexual Assault Victims: The #metoo Campaign on Twitter. 21ST INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS RESEARCH CONFERENCE, (Vol. 343).

TILLY, C. Y WOOD, L. (2010) *Los movimientos sociales, 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Crítica.

TREBISACCE, C. (2020). Un nacimiento situado para la violencia de género. Indagaciones sobre la militancia feminista porteña de los años 80. *Anacronismo e irrupción*, 10(18), 118-138.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA, SECRETARIA DE BIENESTAR DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA Y PROGRAMA INTEGRAL EN POLÍTICAS DE GENERO (2019) *Guía para el uso de un lenguaje inclusivo en la Universidad Nacional de Mar del Plata*. Recuperado el 26 de

Mayo del 2021, de <https://www.mdp.edu.ar/index.php/noticias-de-la-universidad/127-conoce-la-guia-para-el-uso-del-lenguaje-inclusivo>

VERÓN, E. (1987) La palabra adversativa. En *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Hachette.

VIETA, M. (2020) Apropiación de TICs para la denuncia/visibilidad de la violencia hacia las mujeres. El caso #YaNoNosCallamosMás (*Tesis de grado*) Universidad Nacional de La Plata.

WAJCMAN, J. (2006) *El Tecnofeminismo*. Universidad de Valencia

XIONG, Y., CHO, M., & BOATWRIGHT, B. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement. *Public relations review*, 45(1), 10-23.

ZAFRA, R. (2014) Arte, Feminismo y Tecnología. Reflexiones sobre formas creativas y formas de DOMESTICACIÓN. *Quaderns de Psicologia*, 16(1), 97-109.

ZUAZO, N. Y ARUGUETE, N. (2021) ¿Polarización política o digital? Un ecosistema con todos los climas. En L. Quevedo y I. Ramírez (Coord.): *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*. Capital Intelectual.

ZUBAN, P. RABBIA, H. (2021) Discursos de odio online hacia los feminismos en Argentina; Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo. *Inclusive*, 3, 35-41.