

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS
Y DE LA COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2020-2021

El uso de las redes sociales en el movimiento feminista
#NiUnaMenos #AbortoLegalYa

Trabajo de disertación: Línea de Investigación

Ana Berta Monfort Sánchez

Tutora académica: Eva Navarro Martínez

SEGOVIA, julio de 2021

“Con los pelos revueltos [...] con la mirada esquiva frente a esa masa que tiene pinta de pedir explicaciones.”

ANA SFORZA - GATA CATTANA

*A Silvia, porque conocerte a ti,
ha sido conocerme a mi misma.*

Resumen

En el presente Trabajo de Fin de Grado, tras una breve introducción sobre el feminismo y las nuevas tecnologías de la información, se lleva a cabo un análisis de dos *hashtags*: #NiUnaMenos y #AbortoLegalYa, a través de dos herramientas *Hashtagify* y *Keyhole*. Tras el análisis podemos observar cómo las redes sociales responden de una manera organizativa y revolucionaria sobre el movimiento feminista, alcanzando, a través de estos lemas a millones de personas que lo difunden compartiendo caminos y diversidades.

Palabras clave

Feminismo, ciberfeminismo, ciberactivismo, movimiento social, *hashtags*.

Abstract

A link has been found between feminism and new information and communication technology (ICT). In the present study, we analyze two hashtags: #NiUnaMenos and #AbortoLegalYa through the Hashtagify and Keyhole tools. Results show that social media responds in an organized and revolutionary fashion when it comes to feminism, achieving exposure among millions of people that broadcast common crossroads and diversity.

Keywords

Feminism, cyberfeminism, cyberactivism, social movements, hashtags.

Índice

CAPÍTULO 1

Introducción metodológica

- 1.1. Introducción y justificación [5]
- 1.2. Objetivos [7]
- 1.3. Metodología [8]

CAPÍTULO 2

Marco teórico y contextualización

- 2.1. ¿Qué es el feminismo? Movimientos del mundo [10]
- 2.2. Uso de las redes sociales en el movimiento feminista [11]
- 2.3. Ciberfeminismo en twitter [15]

CAPÍTULO 3

De la calle a las redes

- 3.1. La historia del feminismo en *hashtags* [18]
- 3.2. Feminismo y redes sociales en Latinoamérica [19]
- 3.3. Análisis de los *hashtags* [20]
 - 3.3.1. #NiUnaMenos [20]
 - 3.3.2. #AbortoLegalYa [23]
- 3.4. Comparativa [30]

CAPÍTULO 4

Conclusiones

- 4.1 Conclusiones [36]

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS [39]

Capítulo 1.

Introducción metodológica

1.1 Introducción y justificación

Son muchas las causas por las cuales he decidido llevar a cabo este TFG, la primera, es la aún presente desigualdad estructural entre hombres y mujeres en los diferentes ámbitos de la sociedad (laboral, economía de cuidados, violencia...).

En el momento de nacer, se nos etiqueta según los órganos que tenemos entre nuestras piernas, se trata del sexo biológico. Es entonces cuando, sin saberlo, tenemos un condicionante que nos acompañará toda la vida y hará que nuestros comportamientos sean alabados o juzgados en función de esta etiqueta. Se trata del género.

Hombre o mujer. Son las dos categorías según las cuales la sociedad nos leerá, y también, a través de las que las personas integrarán las normas de ambas categorías para poder señalar lo que se salga de la norma. Por supuesto, influirá en tu desarrollo otros factores como religión, clase social, etnia, grado de discapacidad, orientación sexual, entre otras (Shatila, Kneedler y Chen, 2021).

Ahora bien, dejando de lado las realidades de personas intersex y/o trans, puesto que aún en la mayoría de países no se conciben como sujeto político (United Nations, n.d.). En el presente trabajo se hablará de únicamente dos géneros: hombre y mujer.

Resulta algo complicado enmarcar teóricamente qué es ser hombre y qué es ser mujer. Tomando como referencia la filósofa Simone de Beauvoir (1949): “No se nace mujer, se llega a serlo”. Lo que concluyen estudios como los de Rodríguez y Uribe-Vázquez (1993), Lara (2020) y Guzman et al. (2021) un eje crucial que agrava la exclusión social y laboral, así como una probabilidad más alta de sufrir violencia es el hecho de ser mujer.

Por otro lado, cabe destacar que, frente a los intereses capitalistas y patriarcales de las grandes editoriales, y en un acto de rebeldía ante el silencio interpuesto, las mujeres escriben de manera pública como acto político gracias a internet y las redes sociales.

Y aunque pueda parecer una obviedad, las tecnologías actuales y la comunicación, sobre todo las redes sociales, se encuentran fuertemente orientadas a la escritura, donde conviven con otros métodos más audiovisuales.

Bajo este escenario es donde las mujeres escriben su historia, nuestra historia y en definitiva, la historia. Tanto es así que podríamos decir que el feminismo en internet, es el acto transgresor de la escritura. Especialmente cuando hablamos de Latinoamérica donde el feminismo tiene su origen en la práctica y ocupación del espacio público. Lo que es peculiar de este movimiento en línea es que el fin sigue siendo organizarse y conseguir derechos para las mujeres (Güemes, 2021).

En el presente trabajo me centraré en dos movimientos mundiales concretos, y su expansión por las redes sociales, reflexionando sobre el gran poder que las mismas poseen, y cómo el feminismo lo ha sabido aprovechar como arma de defensa para su expansión y difusión en todo el mundo. Hablaremos de **‘Ni una menos’** y **‘Aborto legal ya’**, dos de los movimientos más masivos e internacionales hasta el momento.

La elección de estos dos movimientos concretos se ciñe a que ambos surgieron en Argentina, país pionero en feminismo respecto al continente americano, que empezó a integrar la perspectiva de género en los 80, y tomó forma a mediados de los 90 (Lan, 2019).

Estos movimientos, representaron a la perfección el sentimiento de colectividad y movilización feminista, sumándose masivamente asociaciones feministas pertenecientes a diversos países. Estos movimientos serán analizados desde su origen: 2015 en el caso de “Ni una menos” y 2018 en cuanto a “Aborto legal ya”; hasta la actualidad (2021).

Por lo tanto, podría resumir que el motivo principal de la elección de este tema, se debe al interés que me provoca la gran expansión del feminismo a través de las redes sociales. Permitiéndonos conocer luchas fuera de nuestro territorio, las cuales, si dependieran de los medios de comunicación probablemente ni conociéramos, favoreciendo la creación de nuevos espacios políticos horizontales y androcentristas.

Hemos conseguido que lo que hace años caía únicamente bajo el yugo de antiguos poderes políticos, sindicatos y medios más tradicionales, ahora esté tan próximo de todas las personas con acceso a estos medios para protestar y organizarse.

Tanto es así, que las movilizaciones del 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer) de los años 2018 y 2019 se convirtieron en las más masivas de la historia del feminismo a nivel internacional (La Nación, 2018; Ferri, 2019).

1.2 Objetivos

Los objetivos generales que plantea este trabajo de fin de grado se centran en observar y analizar la transformación social del movimiento feminista a través de las redes sociales, entender cómo las diversas formas de activismo han ido evolucionando y cambiando con la red.

El objetivo principal de este trabajo es indagar sobre cómo el ciberfeminismo se ha convertido en un ataque a la raíz del patriarcado, y cómo la red se ha inundado de acciones ciberfeministas. Reflexionando sobre el alcance que tiene internet a nivel global, trascendiendo el tiempo y espacio, en un medio supuestamente democrático.

A partir de ahí, y tomando de base una herramienta muy popular actualmente que se utiliza como elemento clave de poder organizacional y comunicativo imprescindible para los colectivos feministas: los *hashtags*. Me centraré en dos *hashtags* previamente citados los cuales tuvieron una gran repercusión en Argentina y a nivel mundial (*#NiUnaMenos* y *#AbortoLegalYa*), pretendo:

- Generar una reflexión sobre cómo esta herramienta se ha convertido en un medio crucial de empoderamiento colectivo, que además contribuye en hacer visibles historias silenciadas, transformando todo aquello que ocurre en memoria colectiva (Fallarás, 2019).
- Analizar cómo interactúan y se vinculan entre sí las diversas protestas feministas.
- Realizar un ejercicio de análisis, mapeando los diferentes *hashtags* de cómo acaban convirtiéndose en herramientas de organización estratégica y política para las feministas.

1.3 Metodología

La metodología de este trabajo se basa en la lectura y la comparación de numerosos artículos, libros y escritos académicos, recopilando así información de diversas fuentes que tratan el tema de este trabajo, los cuales aportan conocimiento y ayudan a profundizar sobre el feminismo desde distintas perspectivas.

Una vez recopilado todo el material, se realiza un recorrido sobre el término de ciberfeminismo y su origen. Y cómo las nuevas tecnologías han pasado a ser una parte fundamental en nuestras vidas. Finalmente, realizaré un análisis sobre la evolución y posterior repercusión comunicativa del ciberactivismo de los movimientos #NiUnaMenos y #AbortoLegalYa.

El análisis de ambos *hashtags* se hará a través de las herramientas *Hashtagify.me* y *Keyhole* con el fin de conocer el comportamiento y la interacción de estas etiquetas en el mundo virtual de Twitter. De este modo, conoceremos el alcance de los *hashtags* en distintos países, así como también los *hashtags* que se interrelacionan con los escogidos, mostrando los movimientos sociales que interseccionan.

Capítulo 2.

Marco teórico y contextualización

2.1 ¿Qué es el feminismo? Feminismos del mundo

El término ‘feminismos’ se desarrolló en el momento en que las mujeres empiezan a tomar consciencia de que pueden tomar decisiones, pueden y quieren votar sin ser por ello excluidas del ámbito político. Todo ello viene de la mano del sufragismo en el siglo XIX, cuando las mujeres de Europa buscan un proceso de emancipación, y comienzan a tomar conciencia de una clara diferencia visible del cuerpo, pudiéndose decir, que se acepta la diferencia del cuerpo entre hombres y mujeres (Blocker, 1985). Pero esta diferencia de los cuerpos viene desde mucho atrás a lo largo de la historia (como he podido leer en relatos, el cuerpo de la mujer siempre se leía como sospechoso, como pecado...).

En la sociedad occidental, se observa un poder masculino donde el único objetivo es que la mujer sea marginada, y aquí, es donde el movimiento feminista trata de responder si esta marginación es de verdad así por naturaleza, o es creada (Lerner, 1990). Es en este momento donde comienzan a teorizar y a cuestionarse diferentes temas, como por ejemplo ¿Qué es ser mujer?

En este punto, y como contextualización muy global del feminismo, me parece interesante añadir que la “antropología de la mujer” nace a principios de los años setenta, como cuenta Henrietta Moore en su obra Antropología y feminismo (1991), este planteamiento cuestiona la tradición androcéntrica a tres niveles:

- El primero corresponde a la visión personal del antropólogo (en muy pocas ocasiones mujer).
- El segundo nivel es “*un efecto distorsionado es inherente a la sociedad objeto del estudio. En muchas sociedades se considera que la mujer está subordinada al hombre, y esta visión de las relaciones entre los dos sexos será la que probablemente se transmita al antropólogo encuestador*” (Moore, 1991: 14).
- Y, por último, el nivel de androcentrismo, que viene de una ideología basada únicamente en la cultura occidental. Pero como podemos deducir, estos primeros estudios serán explicados bajo la ‘visión masculina’. Lo que más tarde llevará a hacerle la crítica y crear los estudios desde la perspectiva femenina o lo que Moore (1991) llama la era en la que ‘la mujer estudia a la mujer’.

Como puntualización, me parece importante remarcar, que la elección del término “feminismos” sea en plural es premeditada. Puesto que como he podido observar, y muchas veces se puntualiza sobre esto, a lo largo de la historia el término ha ido tratando cuestiones y aspectos diferentes, y como cualquier rama teórica ha evolucionado tomando diferentes puntos de vista. Es por eso que llamarlo “feminismo” en singular, consideraría que estaría dando por sentado la hegemonía blanca, sin romper por la pluralidad de la misma. Aún con todo, nos referiremos a este concepto plural con el sustantivo “feminismo” en singular.

2.2 Uso de redes sociales en el movimiento feminista

Los múltiples avances tecnológicos llevan consigo implícitas nuevas formas de relaciones sociales en la comunicación, que irremediablemente provocan una transformación en las costumbres de la sociedad. Las redes sociales han revolucionado y creado nuevos lenguajes, transformado estilos de vida a un ritmo tan vertiginoso que provoca confusión y preocupación por el impacto social que pueden provocar (Ponce, 2012).

Hoy en día existen muchos tipos de redes sociales, cada una de ellas orientada a diferentes usos y servicios. Podemos categorizar las redes sociales en horizontales (dirigidas a todos tipos de usuarios sin temáticas definidas), y verticales (con temáticas dirigidas a un colectivo en concreto) (Ponce, 2012).

En lo que respecta a nosotros, los seres humanos, las tecnologías han pasado a ser una parte esencial de nuestro desarrollo colectivo, integrándose plenamente a nuestras formas de relacionarnos y socializar (Ponce, 2012). Se han creado nuevas formas de vidas virtuales, las cuales, en su gran mayoría nos ayudan en un sin fin de actividades cotidianas. De este modo, surge un nuevo modelo comunicativo que nos da la posibilidad de compartir e intercambiar información. De la mano de este nuevo modelo comunicativo, nace el poder de la manifestación que intrínsecamente poseen las redes sociales, convirtiéndose en un fuerte instrumento social.

Las teorías de Donna J. Haraway (1991) dieron paso a un nuevo feminismo que considera a las nuevas tecnologías como herramienta fundamental para la liberación de las mujeres. A principio de los años 90, comenzamos a escuchar hablar del ciberfeminismo,

propiciado por estos avances tecnológicos y por las prácticas provenientes del net-art, como fue el ‘*A Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century*’ del colectivo feminista llamado ‘*VNS Matrix*’ de Adelaide Australia formado por Josephine Starrs, Julianne Pierce, Francesca da Rimini y Virginia Barratt, donde se posiciona a la tecnología como un método para combatir las normas patriarcales de la sociedad. Este manifiesto se expandió mediante la reproducción de las fotocopias, grandes carteles pegados en las calles, correo postal, lecturas en radios piratas, y por supuesto el acceso por la web (Galloway, 1998).



Imagen digital del manifiesto de 1991. Esta versión se utilizó como póster de pasta de trigo.

<https://vnsmatrix.net/projects/the-cyberfeminist-manifesto-for-the-21st-century>

Sadie Plant, escritora y filósofa, en su libro ‘*Ceros + Unos*’, (1997) realiza un repaso de la invisibilización de las mujeres en el mundo de la tecnología, mencionando muchas mujeres que han marcado un hito en la informática, pero sin obtener el reconocimiento que se le ha dado a los hombres, es así como Plant explica que las mujeres siempre han estado unidas a la ciencia y la tecnología, a pesar de su escasa representación histórica. (Galloway, 1998). Algunas de estas mujeres son: Jude Milhon (creadora del ciberpunk), Ada Lovelace (primera programadora), Hedy Lamarr, (precursora del wifi y el bluetooth).

Es así como la repercusión que el colectivo feminista comienza a poseer con el paso de los años se convierte en una gran ventaja utilizando las redes como herramienta, puesto que “*consigue vincular a personas de diferentes comunidades sin que, aparentemente, la localización geográfica sea un impedimento*” (Salvador Agra, 2010: 30). Es así como el ciberfeminismo permite hacer eco a todas aquellas voces silenciadas de las mujeres, y de la misma manera, permite la creación de una comunidad online de mujeres con valores en común.

Dentro de este conglomerado tecnológico, no podemos dejar pasar desapercibida la ya conocida ‘brecha digital’ y más concretamente ‘la brecha digital de género’ (Larrondo, 2005). En este sentido, siguen existiendo diferencias en el uso de las nuevas tecnologías según quién las usa, lo que conlleva a la exclusión en la sociedad de la información que actualmente vivimos. Quizás la solución sea la integración de estrategias pedagógicas de inclusión digital bajo el establecimiento de un acceso digital universal.

Es en este punto donde me gustaría hacer una mención especial a las labores de múltiples organizaciones feministas, como por ejemplo: Mediachicas, (mediachicas.org), la cual, es una organización con la misión de acortar la brecha digital de género, a través de la democratización del conocimiento y la inclusión de mujeres en ciencia y tecnología hacia una cultura diversa.

No obstante, dentro de la existencia de infinidad de páginas web dedicadas al feminismo, deberíamos tener en cuenta, que no vale solo con lanzar mensajes y pensar que de esta manera ya formamos parte activa con la lucha, puesto que esto simplemente sería el primer escalón. El segundo, sería la movilización de mujeres para llevar a cabo la acción, fuera de esta vida virtual creada. Como indica Zafra (2004), usar la red implica un trabajo constante, hay que vivir la red.

Siguiendo en esta línea, los *hashtags* (#) o etiqueta virtual, se definen como una palabra clave clicable, la cual, a través de un algoritmo se utiliza para buscar información sobre un tema determinado. Éstos, han servido como forma de movilización online e incluso movilización en las calles (Reverter y Medina-Vicent, 2020).

Gracias a esta modalidad de ‘etiqueta’, que funciona como una cadena de palabras permite aglutinar diferentes temas, que son frases sin espacios, precedidas por el símbolo “#”. El origen de los *hashtags* fue en 2007, cuando Nate Ritter quiso alertar de los incendios forestales que estaban sucediendo en San Diego, California, y utilizó en Twitter la etiqueta “#sandiegofire”. De la misma manera este método ha sido posteriormente replicado en el resto de las redes sociales como Facebook, Instagram etc...

Con esta manera tan sencilla, es como se creó una agrupación masiva de mensajes, que bien pueden considerarse temas de moda denominados ‘*Trending Topic (TT)*’. Estos TT son tendencias que tienen una duración determinada, depende siempre del resto del posicionamiento y el uso de otros *hashtags* (Chang, 2010). Es aquí donde los *hashtags* comienzan a funcionar como un modo de activismo, surgiendo movimientos que han usado estas etiquetas para concentrar sus discursos. Y por supuesto, el feminismo no iba a ser uno menos (Reverter y Medina-Vicent, 2020). Estamos viviendo un feminismo contemporáneo que está totalmente ligado a la cibercultura. Es por eso que hacer uso de las nuevas tecnologías como método discursivo, es esencial.

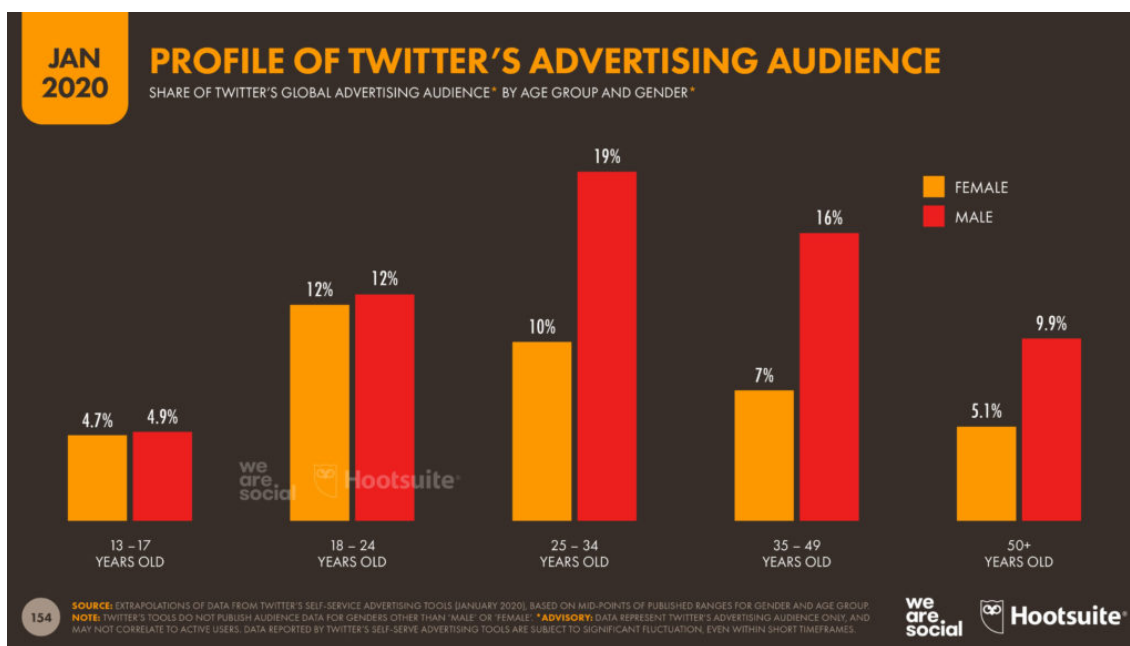
Aunque debemos ser conscientes, que de la misma manera que las redes sociales funcionan como una alternativa muy válida, también la masificación y gran cantidad de argumentos y recursos, pueden no compartir al completo las ideas que se intentan defender. De la misma manera que internet es una fuente muy versátil y accesible, no lo convierte en un medio liberal ni exento de estereotipos y exclusiones.

El ciberfeminismo pretende acabar con las limitaciones, de la misma manera que se hace en el mundo real. Sin ninguna pretensión de intentar que las redes se conviertan en la comunicación primordial de las voces feministas, el ciberfeminismo busca adentrarse en el día a día de la sociedad de una manera orgánica (Stuebing, 2020).

2.3 Ciberfeminismo en Twitter

Durante las últimas décadas, uno de los procesos más importantes en lo que al entorno digital se refiere, es el gran crecimiento de los medios de comunicación y redes sociales. Esto se ha visto reflejado en el aumento de registros en las redes como por ejemplo Twitter, (que será la red social que utilizaré para el análisis) en la que, como podemos ver a continuación el dominio lo tiene la comunidad masculina (Shum, 2020):

- Edad: 13 - 17 años, 4.7% femeninos y 4.9% masculinos.
- Edad: 18 - 24 años, 12% femeninos y 12% masculinos.
- Edad: 25 - 34 años, 10% femeninos y 19% masculinos.
- Edad: 35 - 49 años, 7% femeninos y 16% masculinos.
- Más de 50 años, 5.1% femeninos y 9.9% masculinos.



Fuente: <https://yiminshum.com/twitter-digital-2020/>

Pero esta gran evolución de la que hablamos, también se ha visto reflejada en que muchos de los acontecimientos y movilizaciones que suceden en las redes influyen en el terreno sociopolítico. (Sádaba y Barranquero Carretero, 2019). Twitter ha permitido que se incluyan nuevas voces y reclamos, que anteriormente no poseían acceso a los medios de comunicación tradicionales, es por eso por lo que le hemos atribuido indirectamente un carácter democratizador. Por último, hay que destacar que herramientas como Twitter,

permiten comunicarnos entre sí, a través de una comunicación horizontal, permitiendo una retroalimentación instantánea.

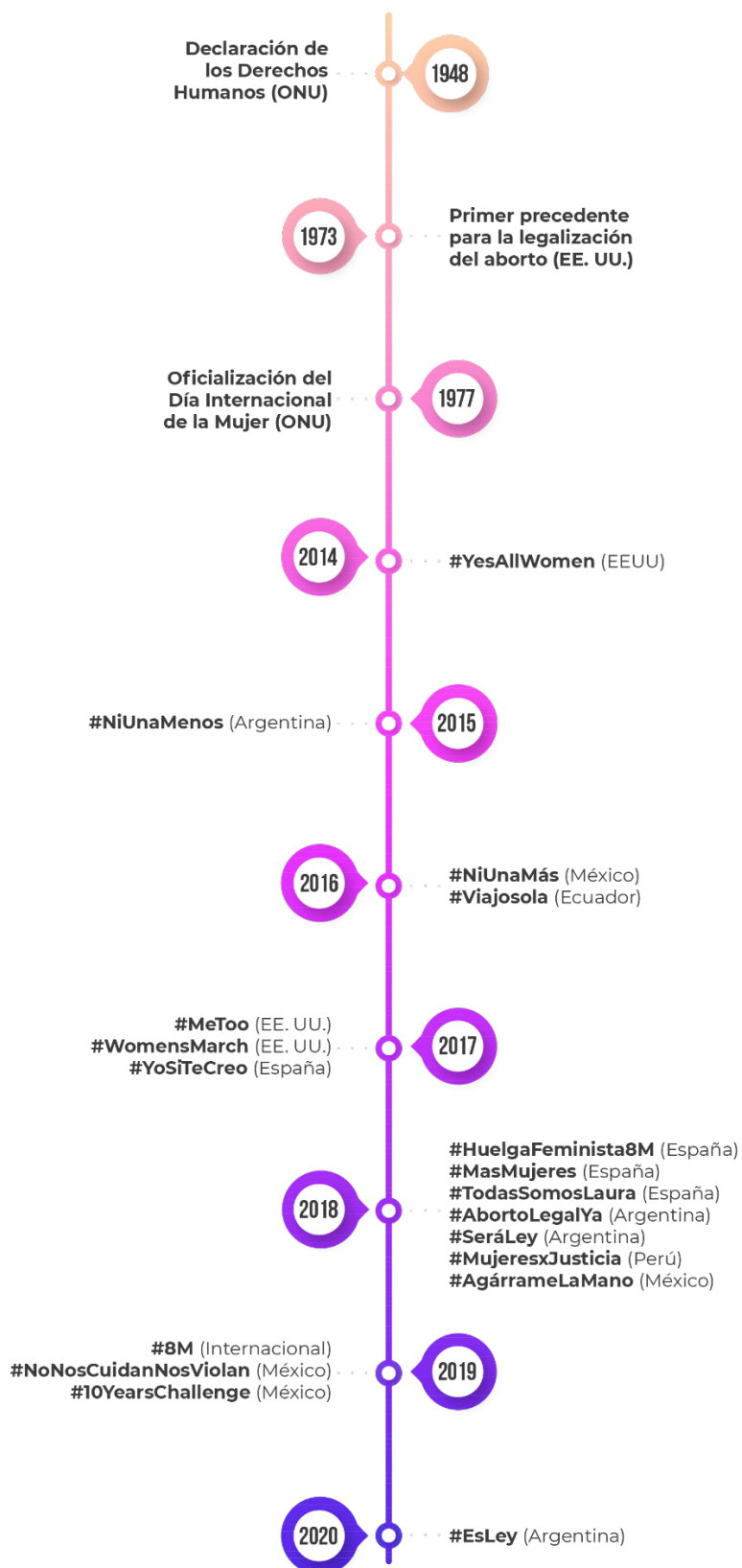
El punto fuerte a destacar de esta herramienta es que al funcionar como un espacio público, en ella se desarrollan infinidad de estrategias de movilización en cuestión de minutos. (Sorcia, 2015). Es así cómo las redes sociales han fomentado la comunicación entre personas que anteriormente no tenían un lugar o un medio para poder expresarse. El lenguaje cibernético ha permitido crear nuevas formas de conversación más accesibles y adaptadas a la vida diaria. (Sorcia, 2015). En lo que se refiere a estas nuevas vías de accesibilidad o casi oportunidad, cabe mencionar el discurso un tanto utópico del ciberfeminismo por parte de Plant (1997), donde considera que la realidad virtual del ciberespacio puede enterrar la visión del mundo patriarcal, construida por y para hombres, donde las mujeres ni siquiera han tenido la oportunidad de acceder a los sistemas que nos engloban (político, económico, tecnológico...) (Bañón, 2001).

Plant (1997) afirma que la propia exclusión que se ha producido en las mujeres de privarlas de la vida pública, otorgándoles una naturaleza ambigua y conectiva, puede jugar a nuestro favor, porque nos convierte en personas aptas para entender y usar espacios cambiantes y multifuncionales (Plant, 1995).

Capítulo 3.

De la calle a las redes

3.1 La historia del feminismo en *hashtags*



3.2 Feminismo y redes sociales en Latinoamérica

Desde la lucha por un aborto libre y legal hasta la denuncia de los feminicidios, el movimiento feminista ha irrumpido con mucha fuerza en la agenda política de los países de América Latina. Un movimiento mundial, pero con características propias que abrazan la pluralidad de un movimiento que va más allá de la lucha por la igualdad (Güemes, 2021).

Por este motivo, y como anteriormente he explicado, es que muchas activistas latinas, utilizan el término ‘feminismos’. La razón de este pluralismo es debido a que se enmarcan feminismos indígenas (Guatemala y Bolivia), feminismos descoloniales antirracistas (Colombia y Brasil), feminismos comunitarios que parten de la base de que el feminismo es una revolución colectiva (Sardiña, 2020).

En Latinoamérica, la mentalidad patriarcal sigue siendo profundamente dominante, los estereotipos y roles dominan la sociedad, todo ello sumado a los elevados índices de pobreza. Es por estos motivos que sus metas son diferentes a las del feminismo occidental, porque directamente se vive con otras necesidades (Sardiña, 2020). Las desigualdades, y necesidades históricas de superar las barreras tercermundistas que el propio patriarcado ha establecido. Latinoamérica reformula la lucha feminista para adaptarla a cada contexto, utilizando la pluralidad de voces colectivas de mujeres indígenas, las partidarias de la lucha comunitaria, las negras, las empobrecidas, las populares. (Sardiña, 2020).

A medida que han ido pasando los años, el feminismo se ha ido convirtiendo en una lucha cada vez más difícil de definir y establecer. Esto puede ser, bien por la dificultad de establecer el sujeto político, como también por la continua intrusión del patriarcado. Pero está claro, que todos los factores que se han entrometido en la lucha feminista no han acabado con ella, si no que la han hecho más fuerte y amplia, más universal.

3.3 Análisis de los *hashtags*

3.3.1 #NiUnaMenos

Susana Chávez Castillo, poeta y activista mexicana fue la autora de la frase “Ni una menos, ni una muerta más” en 1995, en protesta de los asesinatos sin resolver de las mujeres mexicanas. Susana fue asesinada en 2011, uniéndose a esa interminable lista de mujeres asesinadas a manos de hombres (Reverter y Medina-Vicent, 2020).

Con todo este escenario político-social a sus espaldas, en mayo de 2015 la policía encuentra el cuerpo sin vida de Chiara Páez, una joven de 14 años embarazada asesinada por su novio. Seguidamente, la periodista Marcela Ojeda publica un tuit alentando a una movilización a las calles (Reverter y Medina-Vicent, 2020).

Concretamente, el día 3 de junio de 2015 se traslada la indignación y el rechazo en forma de huelga y organización colectiva en contra de la violencia machista en Argentina bajo el lema #NiUnaMenos, haciendo honor también a la memoria de Susana Chávez (Moriani Mateo, 2018; Sciortino, 2018; Stefanetti, et al., 2020). Al ciclo de #NiUnaMenos, más de 70 países se unieron a la causa, con manifestaciones similares en Bolivia, Chile, México, Perú, Paraguay, Uruguay y El Salvador. Hoy en día se trata de una fecha conmemorativa para el movimiento feminista (Stefanetti, et al., 2020).

Aunque a nivel oficial en Argentina no existían estadísticas que reflejaran las cifras sobre violencia de género y sus consecuentes feminicidios, en 2009 se crea el *Observatorio de Feminicidios en Argentina*, alentado por la organización sin ánimo de lucro *La Casa del Encuentro*, que comenzó esta misma labor un año antes (Fernández, 2012). Gracias a este organismo, podemos tener constancia de los transfemicidios/travesticidios y femicidios vinculados de mujeres y niñas:

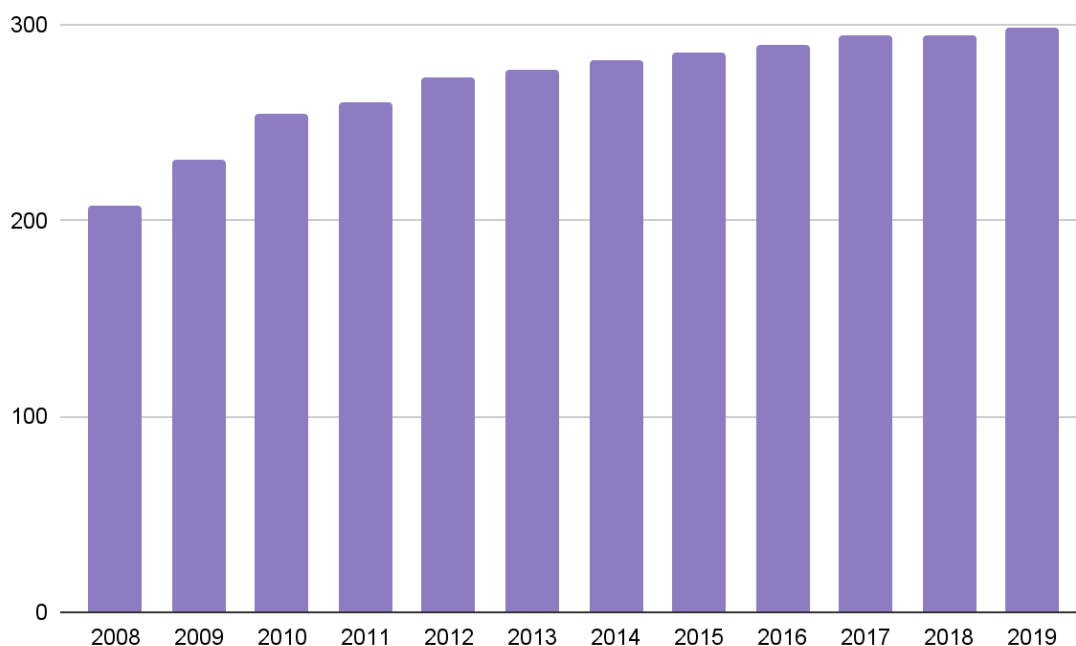


Gráfico 1: Femicidios - Año 2008 a 2019. Elaboración propia a partir de fuente: <http://lacasadelencuentro.org/femicidios03.html>

Situándonos en el contexto del nacimiento de #NiUnaMenos, podemos observar que entre el año 2008 y el 2015, hubo un aumento del 38%. Todo esto, sumado al asesinato de Daiana García el 16 de marzo de 2015; y el hallazgo del cuerpo de Chiara Páez el 10 de mayo de ese mismo año, provocó la organización de una concentración en el Congreso de la capital Argentina (Revilla Blanco, 2019). A esta concentración se le unieron múltiples grupos feministas, y a su vez, se produjo una masiva la difusión por redes sociales y diarios feministas. Lo que comenzó siendo una movilización local, terminó siendo viralizado por las redes sociales, convirtiéndose en un asunto internacional. Desde ese día, 3 de junio del 2015, miles de personas en todo el mundo salen a las calles para manifestarse contra la violencia de género (Reverter y Medina-Vicent, 2020).



Miles de personas se concentran frente al Congreso en Buenos Aires.E. GARCÍA MEDINA / EFE. Fuente: https://elpais.com/internacional/2015/06/03/actualidad/1433356172_949785.html

Ese mismo día, 3 de junio del 2015, nació el colectivo *Ni Una Menos* (www.niunamenos.org.ar) honrando la vida de todas las mujeres que han sufrido y sufren violencia contra la mujer, los feminicidios. Además de un lema, #NiUnaMenos es un movimiento social, convertido en marcha masiva para parar el abuso y la violencia hacia la mujer. Cabe destacar que, aunque este lema ya existía en el mundo del feminismo, es la fuerte expansión a través de la redes sociales lo que lo convierte en un espacio virtual que logra unir y destacar nuevos feminismos (Revilla Blanco, 2019).

Otra de las marchas clave del colectivo *Ni Una Menos*, ocurrió el 19 de octubre de 2016. Se trata del Paro Nacional de Mujeres derivado del brutal asesinato a una joven llamada Lucía Pérez. Tras los feminicidios que transcurrieron durante todo el año, se concretó un paro donde todas las mujeres del país cesaron sus actividades entre las 13:00h y las 14:00h (Tacchini, 2020).



Paro de Mujeres 19 de octubre de 2016. Fuente: <http://niunamenos.org.ar/audiovisual/fotos/paro-de-mujeres-19-de-octubre/>

Ese mismo año, el Observatorio *Ahora que sí nos ven* registró solo en 2016, un total de 289 feminicidios, es decir, en Argentina un femicidio cada 30 horas se llevaba a cabo (Tacchini, 2020).

3.3.2 #AbortoLegalYa

Los derechos reproductivos de la mujer forman parte de los derechos humanos, recogidos en la Declaración de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 1948 (Riggirozzi y Grugel, 2021). Sin embargo, solo el 3% del pueblo latinoamericano (Güemes y Güemes, 2020), concretamente el de Uruguay, Cuba y Puerto Rico tiene legislación a favor de la interrupción del embarazo. No obstante, este paradigma cambió a finales del 2020, pues Argentina se sumó a esta lista de países a favor del aborto (Ley 27610 de 2021).

Durante los próximos años a la movilización #NiUnaMenos de 2015, empieza a surgir una discusión en los diferentes espacios públicos argentinos: colegios, redes sociales y reuniones en familia (Felitti y Ramírez Morales, 2020). Este hito, conocido también como “la revolución de las hijas” (Güemes y Güemes, 2020), no son más que mujeres cuestionando el sistema patriarcal en el que viven y compartiendo experiencias de violencia machista. Es entonces cuando el movimiento por el derecho al aborto legal en Argentina empieza a movilizar a adolescentes, a que se acerquen y se unan a la lucha feminista (Güemes y Güemes, 2020).

Estas jóvenes, acostumbradas al uso de internet, comienzan a expandir el *hashtag* #AbortoLegalYa (Felitti y Ramírez Morales, 2020). Esta revolución, identifica a las personas proaborto (o proelección) como Marea Verde (Felitti y Ramírez Morales, 2020). Esta denominación tiene su origen en las compañeras feministas de los años 70, donde éstas exigían derecho a la libre sexualidad de las mujeres bajo el lema “Mi cuerpo es mío” (Tarducci, 2018). Así pues, demandaban que su sexualidad no estuviera directamente vinculada con la maternidad y proclamaban implícitamente el derecho a la interrupción voluntaria del embarazo no deseado, así como el cese de los abortos clandestinos (Tarducci, 2018).

No fue hasta unas décadas después, concretamente en 2005, cuando se lanza la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito (Tarducci, 2018). Esta Campaña fue reconocida por diferentes defensoras de la lucha feminista a nivel mundial (Felitti y Ramírez Morales, 2020). Es en ese momento, cuando adoptan el pañuelo verde como emblema de combate. El pañuelo es un tótem heredado del pañuelo blanco de las Madres de la Plaza de Mayo de 1977 cuyos hijos e hijas estaban desaparecidos a causa del terrorismo en Argentina (Felitti y Ramírez Morales, 2020).

En este sentido, reclaman la laicidad del país y la despenalización social de la interrupción voluntaria del embarazo, la cual está recogida en el Código Penal argentino de 1921. Éste, afirma que un aborto es únicamente no punible cuando se lleva a cabo con el fin de evitar un peligro para la vida o salud de la madre, o si se trata de una violación (Felitti y Ramírez Morales, 2020).



Fuente: De Gisela Curioni - Trabajo propio, CC BY-SA 4.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=83296118>

Impulsar la equidad de género a través de la abolición de la violencia sexista, feminicidios, muertes por aborto clandestino y negación de la autonomía reproductiva; así como la demanda de una educación sexual, anticonceptivos y la legalización del aborto son los objetivos en común que comparte la Marea Verde (Felitti y Ramírez Morales, 2020). De este modo, consiguen elevar sus peticiones a través de la Campaña a la Cámara de los Diputados (referida como “la Campaña”) el 14 de junio de 2018 (Reverter y Medina-Vicent, 2020: 87). Así pues, consiguen que la mayoría de los Diputados voten a favor del aborto legal, mientras que al elevarlo a la Cámara de los Senadores el 8 de agosto del mismo año, se desestima la propuesta feminista (Tarducci, 2018; Felitti y Ramírez Morales, 2020).

Desde el punto de vista del ciberactivismo, es interesante destacar que se ha escogido #AbortoLegalYa pues fue el *hashtag* más utilizado tanto en Instagram como Twitter durante la Campaña (Acosta, 2020). Seguidos de este, se encontraban #YoVotoAbortoLegal y #Pañuelazo. El uso de uno o más de estos permitía que se difundiera la información a tiempo real y globalmente (Acosta, 2020). Es tal la acogida en términos de ciberactivismo que incluso el sistema operativo de Android saca un emoji del Pañuelazo (Felitti y Ramírez Morales, 2020).



Emoji del Pañuelazo Fuente: Fundación Huesped <https://twitter.com/FundHuesped?s=20>

Contrariamente a la Marea Verde, surge la “Ola Celeste” cuyo símbolo es un pañuelo azul celeste que representa el manto del mismo color con el que se representa a la Virgen María, así como también se lee como un nexu patriótico con la bandera argentina (Laudano et al., 2020).

Abogan por la idea de que en el momento de la unión entre el óvulo y el espermatozoide existe vida, y que consecuentemente esta interrupción del embarazo supone un asesinato contra un indefenso (Güemes y Güemes, 2020). Esta movilización está liderada por los altos cargos de la Iglesia católica y evangélica del país, y piden apoyo a otros países de América Latina bajo el *hashtag* #LatamEsProvida (Güemes y Güemes, 2020).

La Ola Celeste se organiza bajo los eslóganes “Sí a la vida no al aborto” y “Cuidemos a las dos vidas” y en la red comparten los *hashtags*: #Salvemos2Vidas y #Provida (o #ProLife) (Güemes y Güemes, 2020; Laudano, et al., 2020). Estos *hashtags* resultan cuanto menos curiosos debido a que en primer lugar, el hecho de salvar las dos vidas se traduce con una obligación a llevar a cabo una maternidad forzada. De acuerdo con Güemes y Güemes (2020) en Argentina, el 80% de los embarazos de niñas de entre 10 y 14 años son consecuencia de abusos sexuales. Estas niñas se ven obligadas a abandonar sus estudios y a hacerse cargo de su criatura. Nuevamente la culpa y la condena de maternar cae únicamente sobre ellas por ser el cuerpo gestante, mientras que al abusador no se le exige ninguna responsabilidad (Güemes y Güemes, 2020).

Sin embargo, los defensores de “las dos vidas” van más allá del Código Penal argentino (1921) y defienden que incluso en embarazos no deseados a causa de violaciones, cuando sí es legal abortar, las madres deberían pasar por la gestación y el parto de la criatura para dar lugar a una adopción (Güemes y Güemes, 2020). En Latinoamérica y el Caribe según Langer (2002) llevar a cabo una gestación forzada tiene consecuencias negativas tanto para el bebé como la madre, especialmente si ésta viene de un entorno rural o de clase social baja. El contexto desfavorable para el embarazo puede tener como destino el aborto inducido, así como el suicidio por parte de la madre (Langer, 2002).

En segundo lugar, el hecho de ser “provida” no puede ser considerado un antónimo directo de defender la interrupción voluntaria del embarazo. Las feministas no pretenden que todos los embarazos acaben en aborto, si no que los embarazos no deseados tengan la opción de ser interrumpidos. Prohibiendo y penalizando el aborto aquello que se consigue es la clandestinidad de la práctica, lo cual se traduce en riesgos para la salud de la mujer embarazada (Laudano et al., 2020).

Según Monteverde y Tarragona (2019), la práctica insegura de la interrupción del embarazo implica riesgos para la salud de la paciente, debido a que el 75% de los casos derivan en abortos incompletos. Éstos, acarrear consecuencias fisiológicas como peritonitis, hemorragia grave o lesiones en vagina, útero o vejiga; que acarrear un coste sanitario extra para el Estado que se podría ahorrar legalizando este proceso (Monteverde y Tarragona, 2019).



Infografía 1. Elaboración propia. Muestra visual del coste sanitario anual destinado a las consecuencias fisiológicas de un aborto clandestino (\$21.000), versus, el coste sanitario anual hipotético (\$12.000) en caso de legalizar el aborto en Argentina. Fuente: Güemes y Güemes (2020)

Es por ello por lo que las feministas se consideran proelección y exigen “educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar, y aborto legal para no morir” (Felitti y Ramírez Morales, 2020; Güemes y Güemes, 2020). A pesar del cese de la ley en 2018 y de las presiones por parte de la Ola Celeste, la Marea Verde no se paralizó, (Güemes y Güemes, 2020) popularizando los *hashtags* #QueSeaLey y #SeráLey con el fin de tener presente la reivindicación por los derechos reproductivos. El debate sobre la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) formó parte de las campañas electorales de los años siguientes, polarizando a los partidos candidatos del país.



Celebración por la aprobación en el Senado de la ley de la interrupción del embarazo Fuente: De TitiNicola - Trabajo propio, CC BY-SA 4.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=98436170>

El candidato de Frente de Todos, Alberto Fernández fue nombrado presidente en diciembre de 2019 (Clarín, 2019). Éste se había pronunciado a favor de la Ley IVE y posteriormente a la crisis del COVID-19 de 2020, el presidente elevó el proyecto de ley sobre el aborto a la Cámara de Diputados en diciembre de 2020 (Clarín, 2019; Los Andes, 2020). Finalmente, la ley IVE fue sancionada por el Congreso Nacional el 30 de diciembre de 2020 y promulgada el 14 de enero de 2021 (Ley 27610 de 2021). La aprobación de la Ley IVE respalda el derecho al aborto hasta la semana catorce incluida. Junto con esta ley, se aprueba paralelamente la Ley de los Mil Días, recogiendo un sistema nacional de cuidado y atención a la salud durante el embarazo de la madre y la primera infancia de la criatura (Diario *Ámbito*, 2021).

Finalmente, Argentina se suma desde diciembre de 2020 a la corta lista de países (Uruguay, Cuba y Puerto Rico) que despenalizan el aborto tanto jurídica, social y moralmente (Güemes, 2021). Desde las calles y las redes, las feministas celebran la victoria en el avance por los derechos reproductivos de las mujeres bajo el *hashtag* #EsLey. Además, animan a otros países del territorio latinoamericano a ejercer presión desde el activismo más callejero hasta el ciberactivismo para un mayor alcance internacional por la lucha de sus derechos (Güemes, 2021).



Mapa mental 2: Datos relacionados con el *hashtag* #AbortoLegalYa. Elaboración propia a través de fuente: *hashtagify.me*

#NiUnaMenos

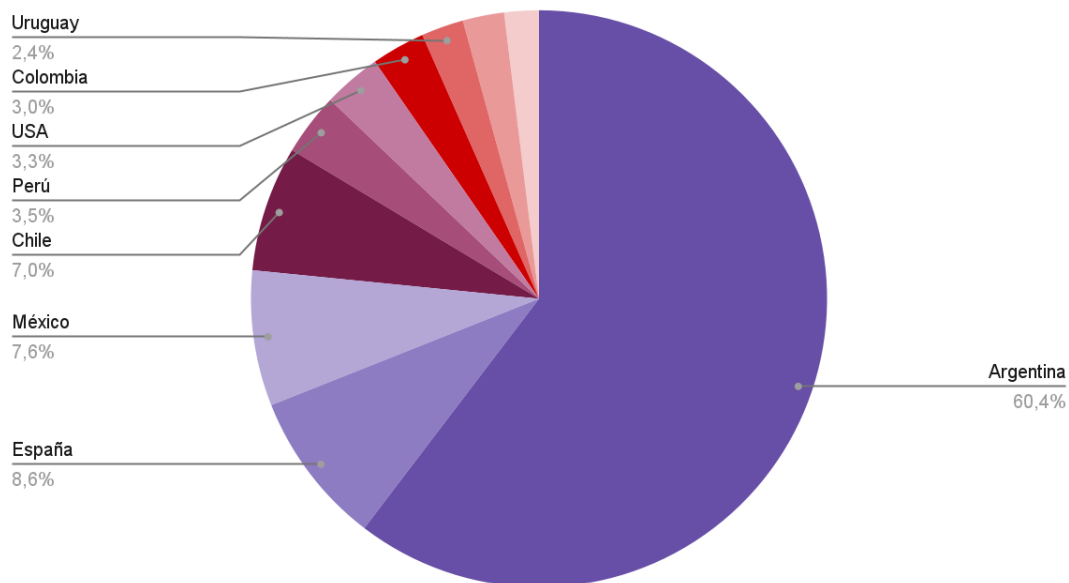


Gráfico 2: Datos del *hashtag* #NiUnaMenos por países. Elaboración propia a través de fuente: *hashtagify.me*

#AbortoLegalYa

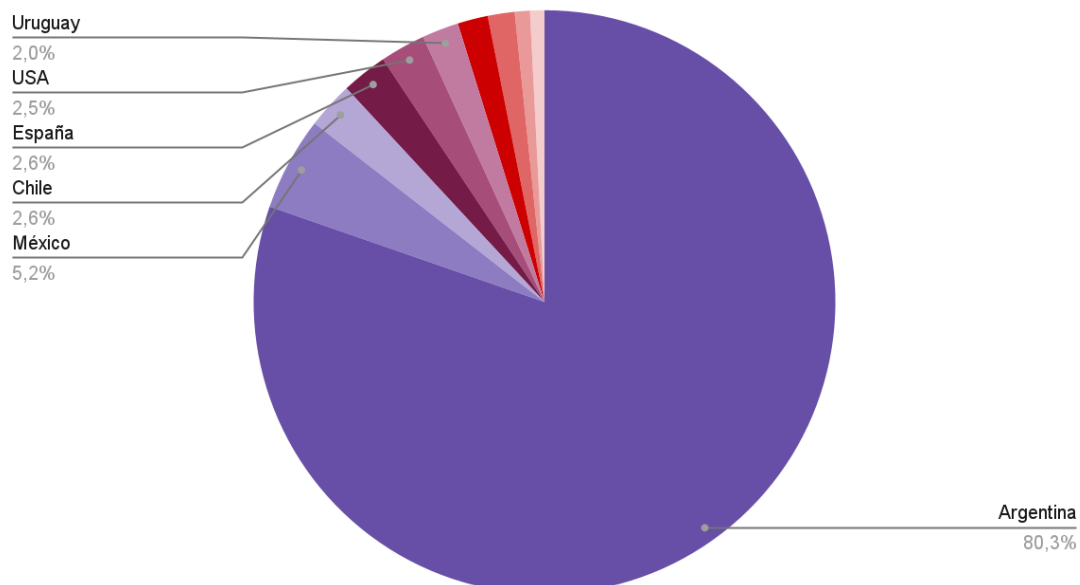


Gráfico 3: Datos del *hashtag* #AbortoLegalYa por países. Elaboración propia a través de fuente: *hashtagify.me*

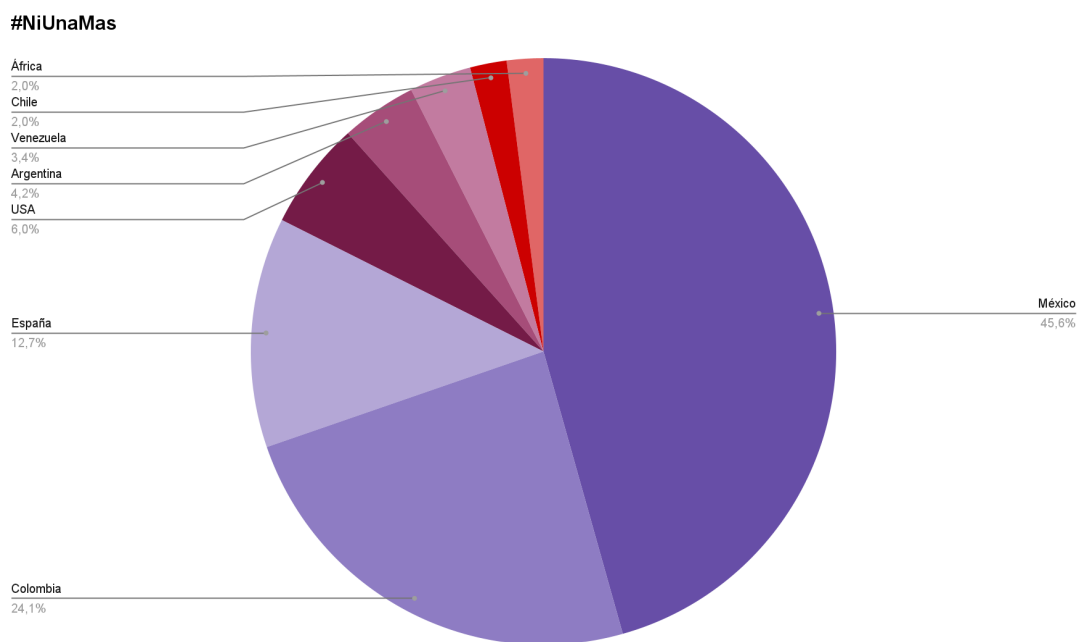


Gráfico 4: Datos del *hashtag* #NiUnaMas por países. Elaboración propia a través de fuente: *hashtagify.me*

Por un lado, en los mapas mentales 1 y 2 se muestran los *hashtags* relacionados y los diferentes vínculos que se han generado alrededor de los dos *hashtags* principales en este trabajo: #NiUnaMenos y #AbortoLegalYa. Considerándolo de alguna manera como una red de *hashtags*, a partir de la cual se van tejiendo y enlazando temas relacionados con los mismos. Estos mapas reflejan la tendencia de popularidad en la que cada *hashtag* se ha diversificado, partiendo de un nodo inicial (el *hashtag* objeto de estudio), a partir del cual se despliegan líneas que nos llevan a otros *hashtags*.

El tamaño del círculo varía en función de la popularidad y del uso del mismo por parte de los usuarios de Twitter; cuanto mayor es el tamaño, mayor repercusión mediática ha tenido. Esta popularidad está basada a través de un sistema que cuantifica el número de publicaciones (tuits) que contienen alguno de los dos *hashtags* objeto de estudio (#NiUnaMenos o #AbortoLegalYa). A partir de aquí, mediante retuits (compartir íntegramente el tuit de alguien) y menciones a los tuits se permite crear esta red de conexiones a través de los debates que envuelven estas dos reivindicaciones sociales.

Podemos observar que en ambos casos los *hashtags* estudiados están enlazados a la violencia de género, a la defensa de la libertad de las mujeres y a la protección de los Derechos Humanos. Se aprecia también un estrecho lazo con el Día Internacional de la Mujer, el 8 de Marzo, puesto que en ambos aparece la mención a este día mediante los *hashtags* #8M y #8M2021.

Estos mapas generados reflejan la aparición de muchos otros lemas que funcionan como agentes de conexión, que ayudan a multiplicar las conversaciones y temas a tratar. Así pues, los nuevos *hashtags* que nacen, en muchos casos son variaciones o concreciones acerca del día y lugar, o incluso algunos llevan incluidos el nombre de mujeres. En el caso de #AbortoLegalYa gracias a su amplia expansión por las redes y su insistente lucha, se consigue a finales de 2020 que el aborto legal y gratuito sea ya una realidad para las mujeres argentinas. Este hecho plasma que cuando en 2018 el Senado desestima la propuesta para la regularización del aborto, el feminismo pierde una batalla pero no la guerra. Así pues, en este caso vemos que el ciberactivismo tiene una finalidad memorística y de lucha constante para sus internautas, la cual consigue resultados políticos.

Por otro lado, en el caso de los gráficos 2, 3 y 4, se analizan los dos *hashtags* objeto de estudio, y un tercero, #NiUnaMás cuya justificación encontraremos más adelante. La clasificación en gráfico viene dada por cada *hashtag*, y en cada gráfico se muestran tamaños proporcionales según la popularidad de la etiqueta en el país. Estas métricas se han conseguido considerando la geolocalización de cada usuario/a que compartía tuits bajo esos tres *hashtags*.

Debido a la gran repercusión de #NiUnaMenos en Argentina a través de la frase: “*Ni una mujer menos, ni una muerta más*” es curioso observar que se han construido dos *hashtags* con una misma conexión pero que predominan en países diferentes. Tal y como muestra el gráfico 2, #NiUnaMenos es en Argentina donde se utiliza con mayor popularidad (60,4%). Esta proporción implica que más de la mitad del total de tuits compartidos bajo #NiUnaMenos tenían la geolocalización activada en Argentina. En cambio, #NiUnaMás tiene predominancia en México (gráfico 4) donde casi la mitad de la totalidad de tuits son compartidos bajo este *hashtag*.

Me parece muy interesante observar la evolución de los resultados y su uso en cada país. Es obvio que Argentina destaca por la mayor difusión en los dos *hashtags* objeto del análisis puesto que se originaron en ese país. Tanto es así que #AbortoLegalYa posee un 80,3% de actividad argentina, casi la totalidad de su utilización. Contrariamente, #NiUnaMás adoptado por las feministas mexicanas del lema argentino #NiUnaMenos, supone únicamente un 4,2% de uso argentino.

En cualquier caso, a través de esta pequeña indagación del uso y difusión de estos *hashtags* a modo de acercamiento a la participación digital, sin duda Argentina es el país que más difusión realiza en el ámbito de los feminismos latinoamericanos, no solo por utilizar los *hashtags* como agentes organizadores, si no por conseguir recordar a cada mujer víctima de la violencia de género en las marchas (Chiara Páez, Melina Romero, Micaela Ortega, Lucia Pérez...).

Capítulo 4. Conclusiones

4.1 Conclusiones

Tras el seguimiento y posterior análisis del comportamiento digital que han reflejado las etiquetas #NiUnaMenos y #AbortoLegalYa, es indudable que Twitter posee un gran peso en muchas campañas existentes en internet y vinculadas a luchas sociales.

El funcionamiento de la red social Twitter, es el que activa la comunicación horizontal, donde los contenidos están democratizados y se generan, como si de una gran plaza de la ciudad se tratara. De una manera casi automática, se crean comunidades virtuales, creando alianzas con un mismo propósito, donde la información llega a una velocidad casi impensable. Un minuto es suficiente para obtener numerosas reacciones, donde cada usuario tiene el poder de interactuar y opinar, y donde el anonimato es la característica principal desde la que se puede resguardar.

Aquello que resulta evidente, es que el ciberactivismo supone un altavoz en el movimiento feminista y un facilitador a la hora de traducir injusticias sociales en movilizaciones en las calles. Así pues, al comunicarse horizontalmente en Twitter, las ciberactivistas están a tan solo un click de poder iniciar una lucha bajo un *hashtag*, contar su propia verdad de los hechos, reclamar justicia a poderes políticos e incluso solicitar apoyo internacional.

He podido observar cómo a través de un *hashtag* se generan nuevas formas de denunciar violencia hacia las mujeres. Estas denuncias generan vínculos entre las ciberactivistas, construyendo así una enorme red de discursos con un amplio sentido político. El caso de #NiUnaMenos, nació en Twitter por el incremento de feminicidios en Argentina, pero la unión y organización ayudaron a poner de manifiesto en las calles no sólo por los feminicidios, si no también la necesidad de exigir los derechos reproductivos, laborales, sanitarios, y el acceso a la política de las mujeres.

De este modo, una de las luchas más conocidas que derivó en Argentina de #NiUnaMenos, fue la exigencia por los derechos reproductivos de las mujeres argentinas, junto con la solicitud de una mejora en el sistema educativo, que incluyera las relaciones sexo afectivas y los anticonceptivos. Así pues, la movilización internauta solicitaba todo ello bajo el *hashtag* #AbortoLegalYa. Después de la movilización en las calles de la Marea Verde, lograron, después de la declinación en 2018, sancionar la ley de la interrupción voluntaria del embarazo a finales de 2020. Logrando de este modo, la

garantía de derechos reproductivos y asistencia sanitaria gratuita que tanto reclamaban las feministas.

Tras la investigación a través de las herramientas *Hashtagify.me* y *Keyhole*, he hallado varias campañas de *hashtags* interconectadas entre sí, y resulta llamativo observar cómo estas no siempre han sido creadas por personas anónimas, si no que también son partícipes de ello partidos políticos, marcas comerciales e incluso celebridades. Lo cual me lleva a pensar que el feminismo se ha convertido en una preocupación y un objeto de debate que afecta a toda la sociedad. No obstante, este punto provoca plantearme si estas instituciones políticas o comercios lanzan su mensaje para conseguir hacerse virales o porque realmente se sienten identificados y buscan una solución al problema que compartimos como sociedad.

Como consecuencia de lo expuesto en este trabajo, podemos concluir en que la lucha feminista, ha traspasado las fronteras geográficas en buena parte gracias a la organización ciberactivista en Twitter y de su traslado a las manifestaciones en las calles. No cabe duda de que la violencia hacia las mujeres es una lacra social, que impide a estas contar con una vida digna e independiente. Por último, quiero destacar que es indudable que la conciencia social está creciendo fuertemente, y la unión entre los medios *offline* con los *online* ha permitido traspasar otras dimensiones, para conseguir un terreno colectivo y discursivo en constante organización para conquistar derechos y batallar injusticias.

Referencias bibliográficas

- Acosta, M. (2020). Activismo feminista en Instagram. El caso de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito en Argentina. *Perspectivas de la comunicación*, 13(1), 29-46. Disponible en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-48672020000100029&script=sci_arttext
- Bañón, S. R. (2001). Reflexiones en torno al Ciberfeminismo. *Asparkia: investigació feminista*, 35-51.
- Blocker Jr, J. S. (1985). Separate Paths: Suffragists and the Women's Temperance Crusade. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 10(3), 460-476.
- Chang, H. C. (2010). A new perspective on Twitter *hashtag* use: Diffusion of innovation theory. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 47(1), 1-4.
- De Beauvoir, S. (1949). *El Segundo Sexo*. Ediciones Cátedra.
- Fallarás, C. (2019). *Ahora contamos nosotras*. Anagrama.
- Felitti, K. y Ramírez Morales, R. (2020). Pañuelos verdes por el aborto legal: historia, significados y circulaciones en Argentina y México. *Encartes*, 3(5), 111-145. Disponible en <https://doi.org/10.29340/en.v3n5.132>
- Fernández, A. M. (2012). Femicidios: la ferocidad del patriarcado. *Nomadías*, 16, pp. 47-73.
- Ferri, P. (09/03/2019). Buenos Aires, epicentro del 8M en América Latina. *El País*. https://elpais.com/sociedad/2019/03/08/actualidad/1552082743_358495.html
- Galloway, A. (1998). A report on cyberfeminism. *Sadie Plant relative to VNS Matrix*. Disponible en: <https://vnsmatrix.net/projects/the-cyberfeminist-manifesto-for-the-21st-century>
- Güemes, C., y Güemes, V. (2020). Será ley. La lucha por la legalización del aborto en Argentina. *Análisis Carolina*, (27), 1.
- Güemes, C. (2021). Demandas, reivindicaciones y luchas feministas en Latinoamérica. *Análisis Carolina*, (7), 1
- Guzmán, L. G. D., García, A. R., y Villanueva, L. G. (2021). “Por su culpa la mate...” *Feminicidio de pareja en el Estado de México*. Archivos de Criminología, Seguridad Privada y Criminalística, (27), 118-148.

- Haraway, D. J. (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres: La reinención de la naturaleza*. Ediciones Cátedra, S. A. <https://kolektivoporoto.cl/wp-content/uploads/2015/11/Haraway-Donna-ciencia-cyborgs-y-mujeres.pdf>
- Lan, D., (2019). La fuerza feminista en Argentina, también presente en la geografía. En P. Polo-Almeida, A. Carrión y M. F. López-Sandoval (Ed.). *Debates actuales de la geografía latinoamericana: visiones desde el XVII Encuentro de Geógrafos de América Latina*. (pp.). Asociación Geográfica del Ecuador.
- Langer, A. (2002). El embarazo no deseado: impacto sobre la salud y la sociedad en América Latina y el Caribe. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 11(3), 192-204.
- Lara, M. (2020). *La mujer en prisión* (trabajo de fin de grado). Universitat Jaume I, Castellón de la Plana, España.
- Larrondo, A. (2005). La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 375-392.
- Laudano, C., Kratje, J., Aracri, A., & Balbuena, Y. (2020). “Que sea ley”. Producciones audiovisuales colaborativas en torno a la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito. *Zona Franca. Revista de estudios de género*, 28, 22-49.
- Ley 27610 de 2021. Acceso a la Interrupción Voluntaria del Embarazo. 15 de enero de 2021. Boletín Oficial de la República Argentina. No. 1961/21 <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/239807/20210115#>
Consultado el 26 de junio de 2021
- Lerner, G. (1990). *La creación del patriarcado*. Barcelona: Crítica, D.L.
- Moore, H. L. (1991). *Antropología y feminismo*. Madrid: Cátedra, D.L.
- Monteverde, M., y Tarragona, S. (2019). Abortos seguros e inseguros: Costos monetarios totales y costos para el sistema de salud de la Argentina en 2018. *Salud Colectiva*, 15, 2275. Disponible en: <https://www.scielosp.org/pdf/scol/2019.v15/e2275>
- Moriana Mateo, G. (2018). «Y después de la huelga feminista del 8M, qué». *Revista de Treball, Economia i Societat*, 88, 1-8. Recuperado el 17 de mayo de 2021, de <<http://www.ces.gva.es/sites/default/files/2018-04/art1.pdf>>.
- Plant, S. (1995). The future looms: weaving women and cybernetics. *Body & Society*, 1(3-4), 45-64.
- Plant, S. (1997). *Ceros+ Unos*. Barcelona, Destino.
- Ponce, I. (17/04/2012). *Redes sociales - Lecturas y artículos recomendados*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Retrieved 01/04/2021. Recuperado de

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/version/v2/es/component/content/article/1043-redes-sociales?start=9>

- Redacción La Nación. (09/03/2018). 8M: Cuántas personas asistieron a la marcha por el Día de la Mujer. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/8m-cuantas-personas-asistieron-a-la-marcha-por-el-dia-de-la-mujer-nid2115453/>
- Redacción Clarín. (13/08/2019). Alberto Fernández, sobre el aborto: Tengo la decisión política de legalizarlo". *Clarín*. https://www.clarin.com/politica/alberto-fernandez-aborto-decision-politica-legalizarlo-0_pcgHVQSLs.html
Consultado el 12 de marzo de 2021
- Redacción Los Andes. (11/12/2020). Diputados aprobó el proyecto de legalización del aborto con 131 votos afirmativos. *Los Andes*. <https://www.losandes.com.ar/politica/diputados-aprobo-el-proyecto-de-legalizacion-del-aborto/>
- Redacción Ámbito. (15/01/2021). Programa de los Mil Días: en qué consiste el proyecto enviado al Congreso. *Ámbito*. <https://www.ambito.com/politica/programa/los-mil-dias-que-consiste-el-proyecto-enviado-al-congreso-n5148927>
- Reverter, S., y Medina-Vicent, M. (2020). *El feminismo en 35 hashtags*. Los libros de la Catarata.
- Revilla Blanco, M. (2019): “Del ¡Ni una más! al #NiUnaMenos: movimientos de mujeres y feminismos en América Latina”, *Política y Sociedad*, 56(1), pp. 47-67.
- Riggirozzi, P., & Grugel, J. (2021). La legalización del aborto en Argentina es sólo el comienzo de la batalla por los derechos reproductivos en América Latina. *LSE Latin America and Caribbean Blog*.
- Rodríguez, J. C. R., y Uribe-Vázquez, G. (1993). Mujer y violencia: un hecho cotidiano. *Salud pública de México*, 35(2), 148-160.
- Sádaba, I., y Barranquero Carretero, A. (2019). Las redes sociales del ciberfeminismo en España: identidad y repertorios de acción.
- Salvador Agra, S. D. (2010). Ciberactivismo ecofeminista. *Investigaciones Feministas*, 1, 27 - 41. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/INFE1010110027A>
- Sardiña, M. (2020). América Latina y la diversidad de sus movimientos feministas. *France24.com*.
- Sciortino, S. (2018). Consideraciones sobre el movimiento amplio de mujeres a partir del “Ni Una Menos”: continuidad histórica, diversidad y trayectorias locales. *PUBLICAR-En Antropología y Ciencias Sociales*, (24).
- Shatila, A. L., Kneedler, S. J., & Chen, F. Y. (2021). Promoting Inclusive Practice for Trans and Nonbinary Students. *Communicue*, 49(6).

- Shum, Y. M. (2020). *Resumen de Twitter 2020. 340 millones de usuarios activos*. Yi Min Shum. <https://yiminshum.com/twitter-digital-2020/>
- Sorcía, A. I. (2015). *Ciberfeministas en Twitter* (Tesis Doctoral, Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco).
- Stefanetti, C. A., Ríos, M. V., y Vaccari, S. (2020). Experiencias feministas frente al ciclo de movilización Ni Una Menos (2015-2020). *Cartografías del Sur. Revista Multidisciplinaria en Ciencias, Arte y Tecnología de la Universidad Nacional de Avellaneda*, (12).
- Stuebing, A. (2020). *Redes sociales y feminismo. Redes sociales y activismo digital. Ciberfeminismo*. Retrieved 02 20, 2021, Recuperado de <https://www.ciberfeminismo.com/feminismo-digital>
- Tacchini, G. (2020). *Análisis sociosemiótico sobre las representaciones creadas en dos casos mediáticos de feminicidio en Argentina (octubre 2016-abril 2017)*. (Trabajo de Fin de Grado).
- Tarducci, M. (2018). Escenas claves de la lucha por el derecho al aborto en Argentina. *Salud colectiva*, 14(3), 425-432. Disponible en: <https://doi.org/10.18294/sc.2018.2036>
- United Nations. (n.d.). *Definitions*. Free & Equal United Nations. <https://www.unfe.org/definitions/>
- Zafra, R. (2004). *Habitar en (punto) net: estudios sobre mujer, educación e Internet*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.