

Revista de Estudios Marítimos y Sociales

Publicación científica de carácter semestral

Año 18 - Número 26 - ene-jun de 2025 - Mar del Plata - Argentina - ISSN 2545-6237

**#MiraComoNosPonemos: apropiaciones del ciberactivismo
feminista argentino en Twitter**

#MiraComoNosPonemos: appropriations of Argentinean feminist cyberactivism on Twitter

Ailin Canillo ♦

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Instituto de Humanidades y Ciencias Sociales (INHUS) de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata.

Correo electrónico: ailincanillo@gmail.com



<https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s25456237/ezyd3mlfo>

♦ Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina. ORCID: 0000-0001-6597-7785

Ailin Canillo “#MiraComoNosPonemos: apropiaciones del ciberactivismo feminista argentino en Twitter”, *Revista de Estudios Marítimos y Sociales*, N°26, Ene-Jul 2025, pp. 383-414.



#MiraComoNosPonemos: apropiaciones del ciberactivismo feminista argentino en Twitter

#MiraComoNosPonemos: appropriations of Argentinean feminist cyberactivism on Twitter

Ailin Canillo♦

Recibido: 8 de Agosto de 2024

Aceptado: 15 de Noviembre de 2024

Resumen

La denuncia de Thelma Fardin al actor Juan Darthes por abuso sexual en su cuenta personal de Twitter en diciembre de 2018 alentó de forma masiva a cientos de mujeres y disidencias a denunciar violencia machista en sus redes sociales. En nuestro estudio nos centraremos en el hashtag #MiraComoNosPonemos, utilizado por la actriz en su denuncia en Twitter, para indagar los vínculos entre tecnologías y activismo feminista. Al mismo tiempo comparamos estos resultados con estudios previos realizados sobre #NiUnaMenos, #MeToo, #AbortoLegal y #Cuentalo, para indagar sobre las apropiaciones que el activismo feminista efectúa de los objetos digitales que conforman una plataforma como Twitter.

A partir de una base de datos semiestructurados descargados con la API de Twitter realizamos un primer análisis de la conversación ocurrida bajo el hashtag utilizando herramientas digitales. En particular, estudiamos los usos del retuit, nos preguntamos qué tipo de usuaries tuvieron mayor visibilidad, el nivel del alcance de sus tuits y el contenido de sus mensajes. Por último, analizamos el proceso de resignificación de #MiraComoNosPonemos a partir de la articulación con otros hashtags de la protesta feminista y el rol que la agencia de les usuaries y los algoritmos desempeñaron en su construcción.

Palabras clave: ciberactivismo – feminismo – twitter – métodos digitales –hashtags

Abstract

Thelma Fardin's accusation of actor Juan Darthes for sexual abuse on her personal Twitter account in December 2018 massively encouraged hundreds of women and sexual dissidences to denounce sexist violence through their social networks. In our research we'll focus on the hashtag #MiraComoNosPononemos, used by the actress in her complaint on Twitter, to inquire about the links between technologies and feminist activism. At the same time we compare these results with previous studies carried out regarding #NiUnaMenos, #MeToo, #AbortoLegal and #Cuentalo, to

♦ Lic. en Sociología. Becaria Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) en el Instituto de Humanidades y Ciencias Sociales (INHUS) de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina. ailincanillo@gmail.com. ORCID: 0000-0001-6597-7785.



examine the appropriations that feminist activism makes of the digital objects that conform a platform such as Twitter.

Starting from a semi-structured database downloaded with the Twitter API, we conducted a first analysis of the conversation that took place under the hashtag using digital tools. In particular, we studied the uses of retweeting, we wondered the type of users who had more visibility, the level of reach of their tweets and the content of their messages. Finally, we analyze the process of resignification of #MiraComoNosPonemos departing from the articulation with other hashtags of the feminist protest and the role that the agency of the users and the algorithms played in its construction.

Keywords: cyberactivism - feminism - twitter - digital methods - hashtags

Introducción

En los últimos años la popularización y visibilidad de las ciberacciones feministas en internet han ganado terreno en las redes sociales [De Miguel y Boix 2013, Perdomo Reyes 2016, Laudano 2018, Natansohn y Paz 2019]. A través del uso de hashtags el movimiento feminista ha logrado colocar en la agenda de la política sus demandas históricas y llegar a más personas. La proliferación de activismos feministas a partir de la utilización de hashtags para denunciar la violencia patriarcal hacia las mujeres y específicamente la violencia sexual han generado el interés de diversos estudios científicos por historizar y analizar estas prácticas digitales [Castaño 2015, Esquivel Domínguez 2019, Muñoz Saavedra 2019].

En este marco, mientras que algunos autores han analizado las redes como una plataforma de “auto-comunicación de masas”, un espacio de autonomía comunicativa idóneo para que les actores sociales propicien la transición de la indignación a la esperanza [Castells 2012], otros analistas destacaron que las plataformas comerciales habrían introducido nuevos modelos de vigilancia y convertido la privacidad en acumulación de capital social [Van Dijck 2016]. En el pasaje de la utopía de una internet libre y descentralizada hacia la web como pesadilla de la contrarrevolución [Stefanoni 2021] o amplificadora de los discursos de odio [Gualda 2024], el ciberfeminismo se ha erigido como una suerte de “resistencia” frente a estas tendencias globales. Para los feminismos ha formado parte de



sus objetivos develar y desmontar estructuras de poder, en este sentido las plataformas digitales pueden considerarse herramientas y dispositivos para la apropiación y la acción política feminista [Natansohn y Paz 2019]. Puntualmente 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 y desafiando los usos previstos por los algoritmos y las empresas. Para ello los sujetos deben acceder a la red como constructores de estrategias de apropiación de las tecnologías. Mozorov [2016], uno de los primeros en cuestionar la capacidad liberadora o democratizadora de internet, nos alienta a enfocar el estudio en experiencias concretas, ya que la web puede producir diferentes resultados políticos en diferentes entornos. En esa línea, es probable que los resultados de nuestro trabajo devuelvan evidencia que permitan defender tanto las tesis optimistas como las pesimistas.

En este trabajo nos centramos en un hashtag particular: #MiraComoNosPonemos.¹ El mismo surgió por la denuncia de la actriz Thelma Fardin al actor Juan Darthes por abuso sexual durante una gira de la serie infantil Patito Feo en Nicaragua en el año 2009. La actriz lo utilizó en un tuit de su cuenta personal que contenía un video con su testimonio el 11 de diciembre de 2018. El hashtag se viralizó por las redes sociales, tanto junto a denuncias de violencia sexual y de género de distintos actores como para apoyar a la actriz y repudiar a las violencias. Este evento merece una exploración en profundidad, ya que ha sido menos analizado que otros de similar envergadura y problemática a nivel nacional e internacional, tales como #NiUnaMenos [Álamo *et al* 2016, Laudano 2017, 2018, Justo Von Lurzer 2020, Esquivel Dominguez 2019, Annunziata y Gold 2018, Giraldo Luque *et al* 2018] y #AbortoLegal en Argentina [Acosta 2018, Calvo y Aruguete 2020, Laudano, 2018, 2019, Laudano y Aracri 2022], #MeToo en Estados Unidos [Azhar 2017, Hosterman *et al* 2018, Sturgess y Burns 2018, Bogen *et al* 2019, Schneider *et al* 2019, Xiong *et al* 2019, Brünker *et al* 2020, Gautman *et al* 2020] y #Cuentalo en España [Congosto 2018, Gutierrez Almazor 2020, Escobar Mercado *et al* 2022].

¹ “En esa misma charla también puse sobre la mesa la idea de hacer algo con la frase fatídica: «Mira como me pones». Esa frase de mierda que ese tipo usó de muletilla conmigo, Anita, con Nati y quien sabe con quiénes más. Fue Dani la que propuso «mirá cómo nos pusimos» como lema para hacer pública mi denuncia” [Fardin 2019, p. 131].

Aunque no lo trabajan como un caso específico, Calvo y Aruguete [2020] han recuperado #MiraComoNosPonemos en la conclusión de su último libro para mostrar que el repudio a la violencia de género despolariza la red, en la medida en que comunidades que están topológicamente desconectadas activan información similar producida por usuarios compartidos.² En este artículo nos centraremos en otros aspectos que nos permitirán contribuir al estudio de las apropiaciones feministas de las tecnologías a partir de los usos específicos de la red social Twitter. En este sentido, se vuelve pertinente analizar este tipo de conversaciones por su potencialidad de alimentar discusiones tanto en el ámbito *on line* y *off line* poniendo en tensión relaciones de dominación y sesgos propios de las plataformas. Al respecto, Neuman [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 propone pensar el proceso mediante el cual los sujetos interiorizan competencias técnicas y tecnológicas para sus propios fines.

Para indagar sobre las apropiaciones que el activismo feminista efectuó en torno a los objetos digitales que conforman una plataforma como Twitter repasamos algunas herramientas conceptuales y, a partir de un estado del arte, comparamos esta conversación con otras de similares características, para identificar rupturas y continuidades en las prácticas del activismo feminista en redes.

A partir de una base de datos semiestructurados descargados con la API de Twitter realizamos un primer análisis de la conversación y utilizamos diferentes herramientas digitales para la indagación de grandes masas de datos. En el primer apartado analizaremos la visibilidad de tuits y retuits para discutir sobre el rol del activismo celebrity en el ciberfeminismo. Y en el segundo, trabajaremos sobre las narrativas articuladas en este evento a partir de la tecnología del hashtag y los trending topics, para

² Hemos discutido parcialmente esta tesis en nuestra tesina de licenciatura a partir de ampliar nuestro enfoque incorporando el hashtag #YoTeCreoJuan que pretende ser una respuesta al #MiraComoNosPonemos y polarizar la conversación a partir de discursos anti feministas y la dinámica gobierno-oposición [Canillo 2023].



evidenciar cómo el género actúa en estos procesos socio técnicos, enredando y desenredando los cruces entre la acción humana y algorítmica.

Ciberactivismo, hashtags y métodos digitales

En los últimos años la web 2.0 se ha convertido en una parte importante del desarrollo de la política, esta ha sido apropiada por los movimientos sociales y el activismo político en general [Castells 2012]. Las redes socio digitales y particularmente Twitter han jugado un papel importante en el activismo político ya que proveen información y herramientas que pueden extender el rol de la ciudadanía en la arena social y política [Papacharissi 2002]. A esta forma de activismo en la red Rovira Sancho [2018] la llama “política de prefiguración” caracterizada por ser más experimental, lúdica y *hacker*. En esas experiencias los relatos en primera persona por les “cualquiera” toman las redes para hacer circular su indignación en forma de multitudes conectadas. Estas multitudes se expresan de forma autoorganizada y sin un comando central, a diferencia de la política tradicional con sus programas a largo plazo. En este sentido, la noción de repertorios políticos de Tilly y Wood [2009] también puede ser un punto de partida para analizar estas prácticas del activismo en internet. Teniendo en cuenta el papel que juegan las redes digitales para el desarrollo del activismo político feminista contra la violencia hacia las mujeres.

Los objetos de análisis serán entonces objetos digitales tales como: hashtags, tendencias, tuits y retuits. Siguiendo a Van Dijck [2016] al trabajar con Twitter debemos tener en cuenta que la acción social, se encuentra tecnificada y mediada por la plataforma. De esta manera, las tecnologías son tanto mediadoras de la acción en los procesos de comunicación como espacios de performance donde los actores se encuentran e interactúan [Rambukkana 2015]. Dicha tecnificación vuelve fenómenos formales las interacciones de las personas, es decir datos, lo que nos da la posibilidad de recopilarlos y analizarlos. En este sentido los aportes de los estudios feministas sobre tecnologías [Haraway 1995, Wajcman 2006, Hester 2018] nos muestra la necesidad de indagar cómo el género y los procesos de invención, uso y difusión de la tecnología se influyen

mutuamente de diversas formas. A la vez, nos indican cómo estas pueden resultar propiciadoras o inhibitoras de determinados tipos de agencia y prácticas sociales.

En particular, la utilización de hashtags ha sido parte de las estrategias comunicacionales de los movimientos políticos en la red desde hace más de diez años [Reguillo 2017]. Para La Rocca [2020] el hashtag está compuesto por un significante # y un significado, configurándose como un campo semántico compuesto de signos lingüísticos e imágenes mentales, continuamente redefinido a través de las acciones e interacciones humanas que le dan sentido. En el lenguaje de la protesta, los activismos en la red han aprendido a utilizar los hashtags para difundir información, movilizar, acordar, denunciar y enunciar, para construir consensos y disensos. En sus reflexiones acerca de los hashtags Rambukkana [2015] los entiende como un vector que genera ensamblajes discursivos para eventos tecno sociales. Funcionan como nodos en conversaciones en las que su materialidad como sus enunciados performativos están profundamente implicados entre sí. De esta manera las nuevas tecnologías crean nuevas posibilidades para la política y los usos políticos de esas tecnologías surgen de la influencia de la imaginación política en una capacidad técnica.

Twitter 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 discusión, convocar a la acción, coordinar y organizar protestas. Sin embargo, las plataformas pueden configurar limitaciones para el activismo, en particular por las estructuras tecnológicas, ideológicas y socioeconómicas que las componen [Van Dijck 2016]. De esta manera, la acción de los algoritmos y las interfaces de las redes sociales modelan y tecnifican la acción de los internautas. Autores como Bruns y Burgess [2011] identifican como uno de sus efectos la configuración de conversaciones regidas por un pequeño grupo de usuaries 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 que algunos mensajes y usuaries tengan visibilidad sobre otros, condicionando los temas de la conversación y circulación de la información. Fuchs [2014] llama “asimetría en el poder de la visibilidad” al fenómeno que impide que Twitter pueda asemejarse a un espacio de discusión deliberativo



volviéndose cada vez más lejano de los valores de democracia, horizontalidad y cultura participativa que en sus inicios la web prometía hacer posibles [Papacharissi 2002].

Al respecto, otros autores dan cuenta de las limitaciones del hashtag para masificar consignas y llegar a todo el mundo. Parisier [2011] advierte sobre los efectos de las burbujas de filtro que reducen la experiencia de los usuarios a sus círculos de afinidad limitando la posibilidad de difundir contenido más allá de ellas. Como consecuencia los usuarios quedan encerrados por la acción de los algoritmos, que utilizan las plataformas de manera comercial, en información que solo coincide con sus gustos, preferencias y pensamientos. Esto significa una restricción para el activismo que busca interpelar y contagiar ideas a otros. No obstante, los hashtags pueden volverse una herramienta para romper las barreras de comunicación que presentan las burbujas a partir de formar parte de los *trending topics*. Pero para lograrlo y colocar temáticas en las tendencias, se termina imponiendo la alta emisión de mensajes por sobre el debate y la conversación entre usuarios [Castaño 2015]. Burgess y Baym [2020] observan una marcada tendencia en Twitter a funcionar como caja de resonancia de pocos mensajes exitosos frente a una gran mayoría imperceptible. Destacan que la red social se ha vuelto cada vez más “ruidosa” aumentando la republicación sobre la emisión de mensajes.

Estudios sobre hashtags feministas en Twitter [Calvo y Arugete 2020, Álamo *et al* 2016, Girarlo Luque *et al* 2018, Sturgess y Burns 2018, Brünker *et al* 2020, Escobar Mercado *et al* 2022] han mostrado la potencia de estas conversaciones para constituir una base de acuerdos que fomenten reclamos conjuntos más democráticos y escapen de las cámaras de eco y los filtros de información que crean las plataformas [Barberá 2015, Parisier 2011]. Estas conversaciones han visibilizado y politizado violencias que las mujeres y disidencias sexo-genéricas sufren en su cotidianidad desafiando su naturalización como la exclusión histórica de estos temas en los asuntos de la esfera pública dominante [Fraser y Ruiz 1993]. El trabajo presenta un estudio de caso que utiliza métodos digitales [Rogers 2019] para el análisis de tuits emitidos con el hashtag #MiraComoNosPonemos entre los días 11, 12 y 13 de diciembre de 2018. En particular, los métodos digitales utilizan los recursos disponibles en la web para el estudio de lo social utilizando técnicas computacionales de recolección, procesamiento y visualizaciones de los datos. 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. Un punto central sería la reflexividad metodológica y técnica, capaz de ser crítica con las limitaciones que plantean los instrumentos (software, apps, plataformas, etc.).

La base de datos contiene 1.009.058 de tuits y retuits emitidos con el hashtag #MiraComoNosPonemos en Twitter Argentina. Estos fueron descargados con la Api v1 de Twitter mediante streaming.³ Al mismo tiempo, también realizamos búsquedas en Trendinalia⁴ para reconstruir las tendencias de esos días en Twitter. Para el procesamiento y análisis de la base de datos utilizamos el lenguaje R y el entorno de R Studio. Los paquetes que utilizamos para la extracción y análisis de datos fueron `academictwitterR`, `dplyr`, `rtweet`, `rvest`, `selenium`, `stringr`, `tidyverse`, `tidytext`, `udipe` y `quanteda`. Este conjunto de herramientas nos permitirá acercarnos al evento ocurrido de manera sistemática, teniendo en cuenta patrones de la conversación.

#MiraComoNosPonemos: una mirada comparada

El feminismo en nuestro país, desde los años 80s a la par del proceso de transición democrática, se centró en la significativa violencia para referirse al padecimiento de las mujeres y reclamar derechos al Estado [Trebisacce 2020]. De esta manera el movimiento feminista rechazó y repudió la violencia ejercida hacia las mujeres. Pero no fue hasta el 3 de junio de 2015 que, con el surgimiento del movimiento #NiUnaMenos, la violencia ejercida a las mujeres fue reconocida por amplios sectores de la sociedad. Este hashtag produjo un salto cualitativo en la apropiación de las plataformas digitales por parte del feminismo en cuanto a su masificación. Tal como señala Laudano [2017] una temática del movimiento de mujeres y el feminismo lideró las tendencias de la conversación nacional y global en Twitter. Al mismo tiempo, innumerables prácticas machistas y discriminatorias se renombraron como violencia, visibilizando una estructura de

³ Compartida por la consultora “María Van Gol – Bi Studio”.

⁴ <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/argentina>



desigualdad de género de larguísimo alcance y dando cuenta de la gravedad del problema [Mariash 2017].

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 *et al* 2020], #Cuentalo en España [Escobar Mercado *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 *et al* 2019].

Dentro de los estudios sobre el movimiento #NiUnaMenos quienes analizaron el hashtag [Álamo *et al* 2011, Anunziata y Gold 2018, Giraldo Luque *et al* 2018, Laudano 2019, Rosales 2018] se preguntaron sobre la capacidad del activismo para romper los filtros y algoritmos de la red para colocar temas de conversación dentro de las tendencias de la plataforma. Para Laudano [2019] los usos del hashtag #AbortoLegal marcaron un hito en el uso de las redes por parte del movimiento feminista. Su uso en Twitter y su contenido textual, visual y multimedia 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 la misma línea, Calvo y Arugete [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.

A nivel global, el hashtag #MeToo en 2017 se utilizó en Twitter para denunciar acoso y violencia sexual y brindar apoyo a las víctimas. Los estudios sobre el fenómeno #MeToo observan 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]. Estas investigaciones resaltan como Twitter posibilitó que usuarios denuncien situaciones de acoso y violencia

sexual, alentando a otras a apoyar a quienes denunciaban de maneras inasequibles en una interacción cara a cara. La red habilitó un espacio de apoyo y discusión social sobre la violencia de género permitiendo romper el silencio y devolviendo a les sobrevivientes su agencia [Bogen *et al* 2019]. En particular, la presencia de usuaries como celebridades y periodistas fue clave para el activismo online [Shneider *et al* 2019, Sturgess y Burns 2019] pero también la participación de movimientos sociales y usuaries del común pusieron en debate la temática enmarcada como un tema de derechos de las mujeres [Xiong *et al* 2018, Brünker *et al* 2020]. Otro caso de uso de hashtags para la denuncia de situaciones de abuso sexual fue #Cuéntalo⁵ en España durante el 2018. Esta conversación online también ha sido explorada analizando la propagación de los mensajes, los tipos de usuaries que participaron y las comunidades que se generaron en el debate en la red [Congosto 2018, Escobar Mercado *et al* 2022].

A lo largo del artículo intentó realizar una visión comparada de estas conversaciones para reflexionar sobre los hashtags feministas en Twitter y las dinámicas de esta red social con el fin de encontrar patrones, diferencias y configuraciones propias de la plataforma. Aunque las técnicas de recolección y los intereses diversos complican la comparación, los estudios previos brindan un marco que será clave para construir una reflexión en torno a cómo las plataformas en general y la tecnología del hashtag en particular operan sobre los activismos digitales y viceversa.

⁵ La conversación se desató 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 video# (en <https://elgritodelsur.com.ar/2018/05/cuentalo-twitter-la-manada.html>).



Tabla N°1: Principales eventos articulados por Hashtags feministas en Argentina y el mundo

	#NiUnaMenos ⁶	#NiUnaMenos ⁷	#MeToo ⁸	#AbortoLegal ⁹	#Cuéntalo ¹⁰	#MiraComoNos Ponemos ¹¹
Fecha	2, 3 y 4 de junio de 2015.	2, 3 y 4 de junio de 2016.	15 al 22 de octubre de 2017.	12 al 18 de junio de 2018.	26, 27 y 28 de abril de 2018.	11, 12 y 13 de diciembre de 2018.
Usuarios	Sin datos	Sin datos	Sin datos	730.000 (aprox)	162.172	86.328
Tuits	4.812	4.617	562.500	Sin datos	52.411	153.346
Total (tuits y rt)	13.101	20.996	1.512.600 (aprox)	2.400.000 (aprox)	477.360	1.009.058

Fuente: elaboración propia a partir de los trabajos de Álamo et al. [2018], Sturgess y Burns [2018], Calvo y Aruguete [2018], EscobarEscobar Mercado et al. [2022], Canillo [2023].

Retuit y visibilidad del contenido

El 11 de diciembre de 2018 la actriz Thelma Fardin publicaba un tuit en su cuenta personal en la red social Twitter que contenía el hashtag #MiraComoNosPonemos y un video que contenía la denuncia al actor Juan Darthes por abuso sexual. El mensaje emitido generó una explosión de denuncias, como también mensajes de apoyo y repudio. Hasta el 13 de

⁶ Álamo, S., Bordoy, G., Chetto, M., Ibañez, F., Migliorini, A., & Ocampo, M. E. G. (2018). #NiUnaMenos: Big Data para la comprensión de una problemática de género. In *Humanidades Digitales: Construcción*.

⁷ Álamo, S., Bordoy, G., Chetto, M., Ibañez, F., Migliorini, A., & Ocampo, M. E. G. (2018). #NiUnaMenos: Big Data para la comprensión de una problemática de género. In *Humanidades Digitales: Construcción*.

⁸ Sturgess, S., & Burns, K. S. (2018). Ending the silence of sexual assault victims: the #MeToo campaign on Twitter. In *21 ST INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS RESEARCH CONFERENCE* (Vol. 343).

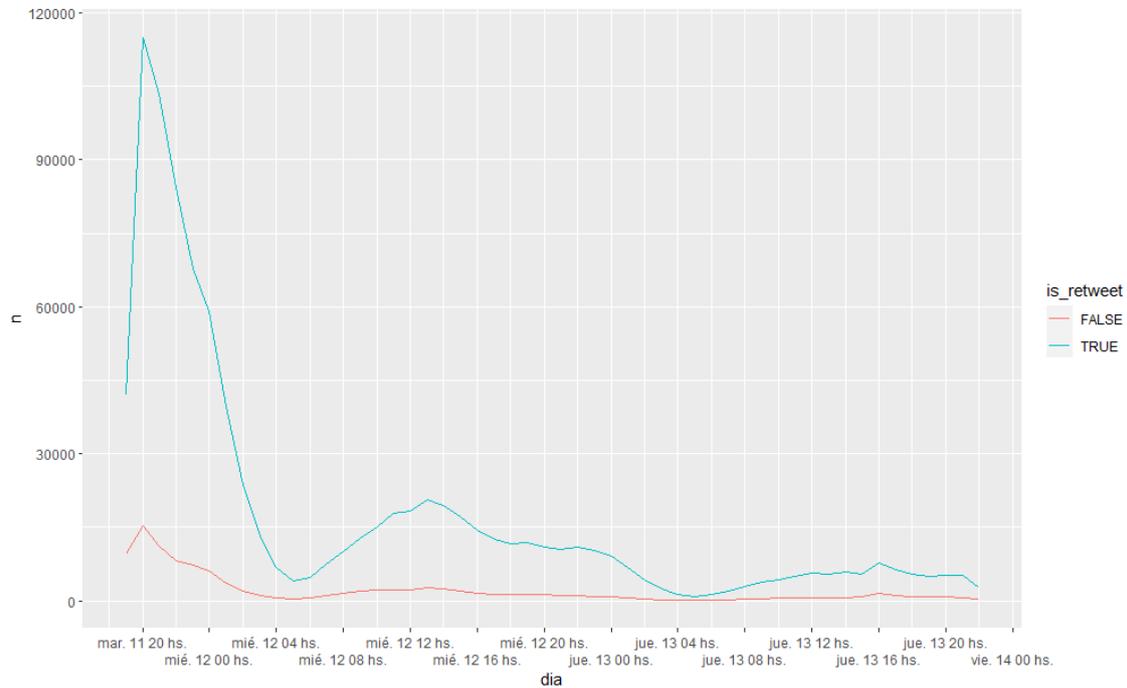
⁹ Calvo, E. y Aruguete, N. (2018) La anti-red. *Le Monde*. Disponible en: https://www.academia.edu/37180901/La_anti_red

¹⁰ Escobar Mercado, M., 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.

¹¹ Canillo, A (2023) #MiraComoNosPonemos: ciberactivismos feministas en Twitter Argentina. Tesis de Licenciatura en Sociología, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata.

diciembre el total de los mensajes emitidos con el hashtag fueron 153.346 tweets originales y contó con la participación de 86.328 usuaries.

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.

Como se puede observar en el gráfico N°1 el flujo de tuits y retuits se condensó en las horas que siguieron a la conferencia de prensa, iniciada a las 19:15hs, 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 tercera alza se dio el jueves 13 a las 16 hs, el horario en que el periodista Mauro Viale entrevistó al actor Juan Darthés.

Como es habitual en la dinámica de esta plataforma, 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 durante el período relevado 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.

Sin embargo, no ha sido siempre la misma la tasa de retuit en las conversaciones tuiteras a lo largo del tiempo. En la Tabla N° 1 podemos observar una tendencia ascendente en la



utilización del retuit sobre la publicación de mensajes por parte de los usuaries a largo de los años. En el primer #NiUnaMenos y en #MeToo las republicaciones representan el doble respecto a los contenidos originales. Mientras que en eventos como el segundo #NiUnaMenos, #Cuentalo o #MiraComoNosPonemos el retuit crece ampliamente respecto a los tuis. En la misma línea, en el hashtag #AbortoLegal, durante el 2018, el 85% de los usuaries pro aborto republicaron contenido producido por cuentas de su comunidad [Calvo y Aruguete 2020]. Con respecto a los tuits originales en #MiraComoNosPonemos se multiplicaron por más de treinta veces los 4.812 tweets que #NiUnaMenos alcanzó en el 2015.

En estos aumentos en la emisión de tuits y en las publicaciones podemos ver como Twitter ha intensificado su función como caja de resonancia del debate público, aumentando cada vez más el flujo de tuits y retuits emitidos por los usuaries [Van Dijck 2013]. Pero también como el retuit resulta una herramienta para el activismo para difundir contenido por la red.

Un mensaje que es retuiteado aparece en la cronología de los seguidores del usuarie del tuit original, así como en la de los seguidores de quien realizó el retuit. Esto implica que estos mensajes adquieren más visibilidad y circulación. Si bien en Twitter todos los usuaries tienen la posibilidad de retuitear un mensaje o ser retuiteados no todos tienen la misma visibilidad. Solo pocas cuentas logran que sus mensajes alcancen una circulación significativa, en relación al total de usuaries que tuitearon utilizando el hashtag.

En este caso fueron 45.278 (29,5%) de los tuits originales los que fueron retuiteados más de una vez. Si bien este número no llega a la mitad de los tuits emitidos, nos permite pensar que si pudo circular de manera descentralizada el contenido producido por los usuaries. Una tendencia similar pasó con el hashtag #AbortoLegal donde se emitieron 2,4 millones de tuits en total y se retuitearon más de tres veces 1.407.129 tuits [Calvo y Aruguete 2018].

Pero si hilamos más fino podemos ver que sólo unos pocos alcanzaron altos números de retuit. Construimos una tabla para verlo con mayor detalle:

Tabla N°2. 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 R.

En este sentido, nos preguntamos, de qué manera un mensaje tiene más visibilidad sobre otros. Si tenemos en cuenta el funcionamiento de una plataforma como Twitter como redes de libre escala, notamos que existen pocos elementos de la red que se encuentran altamente conectados con otros nodos, en este caso usuaries, aunque el grado de conexión de la totalidad de los elementos de la red es bajo [Reynoso 2015]. Este tipo de redes están regidas por lo que se conoce como el principio de San Mateo, donde quien posee más conexiones recibirá aún más. Indagar sobre qué tipo de usuaries obtuvieron más visibilidad en sus mensajes puede ser un indicador para comprender las particularidades de esta conversación en Twitter. En particular para dar cuenta cómo se estructuró la conversación en cuanto al contenido y el tipo de usuaries que lo produjeron.

En #MiraComoNosPonemos les usuaries que concentraron mayor número de retuits están vinculados al mundo del espectáculo, los medios de comunicación y en particular con el colectivo actrices argentinas; quien acompañó a Thelma en su denuncia. Desde el año 2017 temáticas feministas llegaron al mundo del espectáculo argentino a partir de respuestas de actrices mujeres a declaraciones de varones 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 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*. Un elemento común que caracteriza a este tipo de usuaries es que poseen gran cantidad de seguidores, tal como podemos verificar en la tabla 2.

El contenido del tuit de la actriz Gimena con G, una de las usuarias más retuiteadas, menciona a la cuenta oficial del colectivo de actrices argentinas en forma de apoyo. Asimismo, dentro de las cuentas más retuiteada destaca la de Calu Rivero, otra actriz vinculada al colectivo. También hay una fuerte presencia de periodistas como les usuaries NATI JOTA y Andy, escritoras como Magali Tajés e influencers propios de Twitter, como la cuenta Sol. En sus mensajes expresaron su apoyo a la denuncia y a Thelma Fardin y repudiaron al actor Juan Darthes. Otros situaron a la denuncia como parte de una problemática que sufren específicamente las mujeres y no como un caso particular, al relacionar la denuncia con el consenso en las relaciones sexuales y las justificaciones sociales a la violencia sexual.

Trabajos sobre el hashtag #MeToo [Sturges y Burns 2018] en Estados Unidos, señalan a este tipo de actores como clave en la difusión de contenido y mensajes, en particular como influenciadores, siendo quienes concentran el mayor número de retuits. En su exploración del hashtag #AbortoLegal, Calvo y Aruguete [2020] destacan como una de las particularidades de las conversaciones sobre temáticas feministas, con respecto a otras sobre política, es la ausencia de cuentas de medios de comunicación tradicionales, políticos, cuentas institucionales y *trolls*. Al indagar estudios sobre el #NiUnaMenos en 2015 [Álamo *et al* 2016] esta aseveración parece confirmarse, pues quien ocupó el primer puesto del ranking fue una usuaria con pocos seguidores. No obstante, en esa ocasión la cantante y actriz Tini Stoessel ocupó el lugar número cinco con 76 retuits, un número significativo en esa coyuntura.

En #MiraComoNosPonemos, al igual que en eventos anteriores, se observa la participación de celebridades con grandes cantidades de seguidores. Pero al mismo tiempo su rol resultó clave para propagar mensajes por la red y difundir el hashtag que

utilizó Fardin en su denuncia como sucedió en otros eventos como #MeToo o #NiUnaMenos.

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

	Nombre de Usuario	Tipo de Usuario	Seguidores	RTs	Favoritos
1	Gimena con G	Actriz	1.220.979	26.978	62.521
2	Thelma Fardin	Actriz	92.500	21.165	48.383
3	Magali Tajés	Escritora	454.214	18.199	31.253
4	NATI JOTA 🏠 🐎 🧑	Periodista	842.802	15.498	24.457
5	CALU RIVERO	Actriz	1.375.369	12.983	43.050
6	Andy	Periodista	2.417.838	11.636	45.203
7	Sol	Usuaría	569	11.451	19.399
8	Monse ❤️	Periodista	2.014	10.713	18.579
9	ANGIECO	Usuaría	5.800	10.385	9.659
10	↗ BELEN ↘	Cuenta suspendida	7.835	10.126	11.434
11	Florencia Pollola 🍷 ❤️	Usuaría	1.767	6.821	31.776

Fuente: elaboración propia a partir de datos descargados de Twitter y procesados con R. El número de seguidores de las cuentas corresponde a la fecha en que se descargaron los datos.

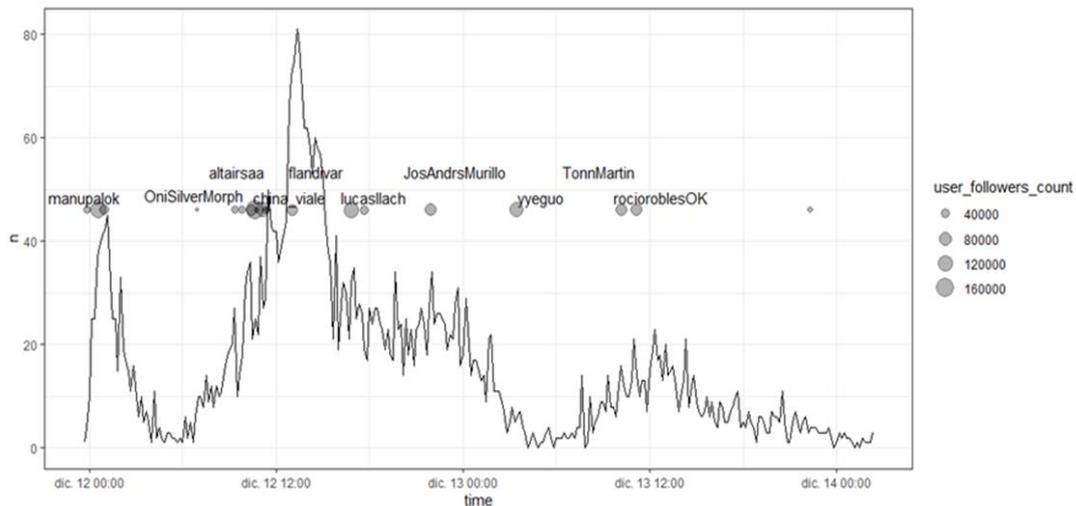
Pero al mismo tiempo, podemos encontrar entre las usuaries con mensajes con mayor alcance cuatro cuentas que poseen poca cantidad de seguidores. Estas son: Monse ❤️, ANGIECO, ↗ BELEN ↘ y Sol. El contenido de los mensajes de ANGIECO, ↗ BELEN ↘ y Sol fueron en apoyo a la actriz, en cambio Monse visibilizó situaciones de abuso y falta de consentimiento. Aunque Fardin y el colectivo Actrices Argentinas nunca invitaron a las usuaries a que repliquen su acción y denuncien situaciones de abuso veremos que este tipo de mensajes tuvieron una mayor visibilidad dentro de lo conversado.

En este sentido, al considerar la pregunta de qué factores influyen para que un mensaje obtenga retuits, parece que, en el caso de usuarios con pocos seguidores, el contenido del mensaje juega un papel importante. Para explorar con más detalle el proceso de viralización de mensajes emitidos por usuaries menos populares, construimos un gráfico



con la evolución temporal de los retuits al tuit de Florencia Pollola 🙄❤️.¹² Observamos aquí que en los momentos anteriores a los picos de retuit del mensaje este es replicado por usuaries que resultan claves en la viralización del mensaje por su cantidad de seguidores y, por ende, por su jerarquía en la red.

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



Fuente: elaboración propia a partir del paquete academictwitter de R con datos descargados de Twitter con la API V2.

Antes del primer pico destaca la cuenta de la actriz de novelas Manuela Pal (@manupalok) que dentro de les usuaries 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 usuaries que son autoridades en la red con gran cantidad de seguidores. Una de ellas es la usuaria influencer @altairsaa quien cuenta con mayor número de seguidores (170.129) y destacan otras dos cuentas con más 60.000

¹² No se pudo hacer esta tarea de observación con los tuits de las usuarias Monse ❤️, ANGIECO, ↗️BELEN↘️ y Sol ya que sus cuentas se encuentran como privadas, impidiendo observar sus tuits y quienes retuitearon el mensaje. Por ello utilizamos el tuit de la usuaria Florencia Pollola 🙄❤️ que si se encontraba su cuenta como pública para realizar este ejercicio y contenía el relato de un abuso sexual en primera persona. El criterio para utilizarlo fue que su mensaje recibió la mayor cantidad de favoritos (31.776) entre les usuaries con poca cantidad de seguidores (1.767). Los favoritos pueden también indicarnos que un mensaje circuló por la red ya que otros usuaries interactuaron con el mensaje. Al reconstruir la temporalidad de retuits de su mensaje podemos comprender como funciona el retuit para los otros casos.

seguidores como la de la actriz Manuela Vaile (@china_viale) y también el usuario influencer @OniSilverMorph.

Si bien el contenido del mensaje puede tomarse como una variable relevante a la hora de recibir o no retuits, el tipo de usuarios que retuitearon el mensaje es quien puede determinar la visibilidad del mismo. Como podemos observar en el gráfico los dos picos de mayor retuits son provocados por un *cluster* de usuarios con muchos seguidores. En este sentido, pareciera que los usuarios que eran autoridades en la red leyeron y replicaron los tuits emitidos por usuarios con pocos seguidores que utilizaron el *hashtag* #MiraComoNosPonemos en sus mensajes.

Entonces, aunque obtuvieron visibilidad mensajes de usuarios con poca cantidad de seguidores podemos dar cuenta que persisten aún en este tipo de conversaciones las jerarquías propias de la plataforma a la hora de configurar la conversación. En esa lógica, Twitter se asemeja más a una caja de resonancia y las republicaciones priman sobre la emisión de mensajes. Pero al mismo tiempo su rol fue clave para propagar mensajes por la red y difundir el *hashtag* que utilizó Fardin en su denuncia, tal como sucedió en otros eventos feministas.

En particular en #MiraComoNosPonemos la acción de los usuarios junto a las jerarquías propias de Twitter y sus algoritmos, pero también a partir del uso de retuit y los *hashtags* dio visibilidad en la red a temas de conversación vinculados a la violencia sexual, el consentimiento y el apoyo a las víctimas que escapan de las narrativas comerciales y de popularidad predominantes en las plataformas.

Trending topics y hashtags: entre algoritmos y apropiación

Estudios sobre *hashtags* feministas indican que los eventos de protesta en Twitter se encuentran vinculados entre ellos dando una estructura discursiva en común con otros eventos feministas [Esquivel Dominguez 2019]. En particular, aquellos que realizan denuncias por alguna forma de violencia, es habitual que compartan *hashtags*. A partir de



nuestra búsqueda en Trendinalia¹³ y Twitter Trending¹⁴ observamos cómo el hashtag #MiraComoNosPonemos fue *trending topic* en Argentina durante los días 11,12 y 13 de diciembre. Pero además del mismo, durante esos días, circularon otros hashtags y tendencias asociados con el activismo feminista y la denuncia de la actriz. Indagar sobre cuáles fueron es un factor importante a la hora de estudiar el activismo *online*, ya que este se sirve de los mismos como forma de viralizar consignas, campañas o llegar a otras personas.

En la sección anterior una particularidad del hashtag estudiado quedó pendiente: en su denuncia Thelma Fardin no invitó a los usuarios a replicar su acción ni enmarcó su denuncia como una acción política feminista, pero vimos que en parte fue lo ocurrido. Burns y Burgess [2015] señalan que no todos los hashtags son políticos, crean o mantienen comunidades, pero algunos pueden y lo hacen. Del mismo modo, no podemos definir a priori un hashtag como feminista, sino que es necesario indagar cómo se configuró. Por otra parte, incorporar a nuestro estudio el uso de otros hashtags en Twitter durante los días del evento no permite escapar al sesgo de nuestra base de datos para ver la diversidad de hashtags que formaron parte de la conversación.

Dentro de aquellos hashtags vinculados con el feminismo cabe resaltar que #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. Si tenemos en cuenta la arquitectura de esta red social, las tendencias se estructuran –entre otros algoritmos poco publicitados - a partir de la cantidad de veces que es repetido un hashtag, #MeToo ya tenía visibilidad y usos previos, lo que podría darle ventaja para ser tendencia antes y alcanzar rápidamente los 43.000 mensajes, según datos de Trendinalia.¹⁵

Al mismo tiempo, este orden indica una vinculación entre los dos fenómenos por parte de los usuarios. Y en esta vinculación el primer evento configura a la denuncia de Thelma. Suponemos que la visibilidad que le brindaron a #MeToo, los usos previos, y un alcance

¹³ <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/argentina>

¹⁴ <https://www.twitter-trending.com/argentina/es>

¹⁵ A raíz del sesgo de descarga de nuestra base, centrada en la solicitud de los mensajes que usaron #MiraComoNosPonemos, encontramos 1822 mensajes originales utilizaron #MeToo y 6.491 entre tuits y retuits.

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 [Parisier 2011, Gillespie 2014, Van Dijck 2013].

De esta manera, 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 norteamericano. 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, cómo 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. Nuevamente aparecen hashtags utilizados en el evento que se vinculan con ciberacciones feministas anteriores, en este caso con una de origen local. 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 [Vieta 2020]. También, podemos vincular a estas experiencias anteriores el hashtag #hablemos que apareció en las tendencias para el segundo día en el n°58. 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.

También, cabe resaltar la tendencia 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 género. Al observar las tendencias del evento podemos suponer que en ellas 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, a priori, no lo era explícitamente.

Además, otros tipos de tendencias del evento se vieron conformadas por frases creadas por la militancia feminista. Como SE VA A CAER, quedó en el puesto n°274 el primer día, pasando en el segundo al puesto n°149 y transformándose en el hashtag #SeVaACaer, ubicado 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, que apareció en el n° 276 solamente el primer día. NO ES NO se ubicó en el ranking entre el 11 y el 14 de diciembre, mutando para el segundo día en hashtag y alcanzando ese día el n°108. SIEMPRE CON LAS PIBAS el primer día se encontró en el lugar n°303 para luego pasar al puesto n° 57. También LO VAMOS A TIRAR se colocó el segundo día en el puesto n°194 y subió al n° 148 para el tercero. Estas frases se distinguen de otras tendencias, ya que su origen viene del activismo callejero feminista, como 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 las cuentas 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, cuya ubicación el 14 de diciembre en el n°244, indica acompañamiento por parte de les usuaries a la actriz en su denuncia. Encontramos una multiplicidad de consignas feministas en las tendencias de esos días, y vimos como algunas con el paso de las horas se convirtieron en hashtags, lo que les dio mayor visibilidad. Esta diversidad de hashtags se articula al hashtag #MiraComoNosPonemos y le imprime un sentido político, en particular lo vincula a la protesta feminista en internet en contra de la violencia sexual. Es decir, en un evento que en un principio no tenía una consigna claramente feminista, a través del uso de diversos hashtags y frases les usuaries le otorgaron un sentido político y un encuadre determinado a este evento 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 #NiUnaMenos.

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 con fines comerciales. Si bien el poder de los algoritmos es inherente al uso de las plataformas digitales, creemos que este caso resultó una forma de apropiación favorable por parte del activismo para alcanzar visibilidad en Twitter. El uso que les usuaries supieron darle a los hashtags y a las tendencias fue importante para que gane visibilidad #MiraComoNosPonemos. Y al mismo tiempo este uso configuró al evento en clave de demandas del activismo feminista en hashtags, logrando escapar de lógicas comerciales y de popularidad de las plataformas [Esquivel Dominguez 2019, Sued 2023].

Si bien los intereses de las plataformas y los del activismo parecen contrarios en gran medida, también existe una construcción mutua entre el activismo feminista y los algoritmos [Sued 2023]. En efecto, se trata de un medio donde es complejo escindir, cómo medir la agencia del activismo (humana) de la no humana (tendencias, hashtags) en la configuración de las conversaciones. Aun cuando las políticas empresariales de las plataformas no suelen poner en público conocimiento información sobre cómo funcionan los algoritmos, #MiraComoNosPonemos, como lo hicieron otros hashtags feministas, desafió las reglas de Twitter para expresar narrativas inscriptas en luchas colectivas más amplias que el caso en particular al cual hizo referencia el hashtag.



Conclusiones

A partir del estudio de este caso buscamos escapar de las dicotomías que optimistas y pesimistas han construido en la mayor parte de los estudios para reflexionar en torno a la acción política durante la cultura de la conectividad. Nuestro punto de partida es el análisis con herramientas digitales del evento que se articula a partir del hashtag #MiraComoNosPonemos. En particular nos preguntamos si existen elementos utilizados por el activismo feminista en plataformas sociales como Twitter que colaboren con la democratización de las configuraciones comerciales, jerárquicas y de popularidad de estos objetos digitales. Para describir los repertorios de acción del ciberactivismo y como estos construyen la protesta feminista a partir de sus vínculos con la interfaz, los algoritmos y los hashtags. Desarrollamos una reflexión teniendo en cuenta los elementos que regulan los procesos automatizados de las plataformas para indagar qué tipos agencia propician y cuales inhiben en relación a lo esperado por los términos y usos previstos en los diseños de las tecnologías.

En primer lugar, pudimos ver que en la conversación predominó el retuit ante la emisión de mensajes originales, tendencia cada vez mayor en las dinámicas de la plataforma. 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. Una escasa cantidad de usuaries fueron les que concentraron la mayoría de los retuits en el evento. En particular quienes tuvieron mayor visibilidad fueron usuaries con grandes cantidades de seguidores, pertenecientes al mundo mediático. Tendencia que, como dimos cuenta, persiste en eventos vinculados al activismo feminista, tal como en #NiUnaMenos y #AbortoLegal en Argentina o #MeToo en Estados Unidos.

Pero al mismo tiempo algunos usuarios con poca cantidad de seguidores lograron aun así visibilidad. Al usar el hashtag #MiraComoNosPonemos en sus mensajes lograron superar sesgos tecnológicos de la visibilidad algorítmica. Esto fue posible porque entendemos que los usuarios que eran autoridades en la red leyeron y replicaron los tuits emitidos por quienes tenían pocos seguidores. Se trata de un efecto del activismo *celebrity* que ha sido menos explorado. 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. Al mismo tiempo la utilización de este tipo de hashtags puede generar otras formas de interacción entre los usuarios por fuera de las lógicas de popularidad habilitando una circulación de maneras más plurales y horizontales de lo que ocurre habitualmente.

Por otro lado, cuando analizamos las tendencias del evento vemos que aparecen hashtags vinculados con ciberacciones feministas anteriores. Entendemos que la articulación con hashtags utilizados previamente por el activismo feminista otorgó un significado que habilitó a #MiraComoNosPonemos a formar parte de este repertorio en Twitter. Esta capacidad de los usuarios de asociar eventos entre sí, 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 a lo largo del tiempo en las plataformas. En un sentido más amplio entendemos a esta forma de utilizar los hashtags como parte de los repertorios desarrollados [Tilly y Wood 2009] por el activismo feminista argentino en Twitter. Este ejercicio que vincula la experiencia personal de la actriz con consignas del feminismo, entendemos, forma parte de las apropiaciones por parte del activismo de un hashtag que en un principio no estaba definido como feminista, dándole a la conversación un sentido político.

En síntesis, las redes son espacios de conflicto y de disputa de sentido que se cristalizan en el uso de los hashtags [Sued 2023] como sucede en el caso de #MiraComoNosPonemos. La utilización por parte de los usuarios de hashtags feministas contextualizó la denuncia de Thelma Fardin dentro de la protesta feminista contra las violencias tanto a nivel nacional como internacional. Al mismo tiempo se sirvieron de las lógicas del funcionamiento de Twitter, como de las tecnologías disponibles como son el retuit y los hashtags para darles un uso político. En esta conversación si bien las republicaciones superaron a la emisión de contenido nos fue posible observar cómo les



usuaries repudiaron lo sucedido y lo enmarcaron dentro de relaciones de opresión más generales que el caso de Fardin.

Con lo desarrollado podemos afirmar que las prácticas del activismo feminista en internet, aunque no pueden escapar totalmente del “ruido” imperante en las redes y la jerarquía que organiza las conversaciones a partir de la popularidad de algunas cuentas, logra apropiarse de objetos digitales como el hashtag, el retuit o los trending topics y exceder los usos previstos de las tecnologías en su diseño. Aun en plataformas sociales donde los algoritmos, los intereses empresariales y valores neoliberales son los que se imponen sobre los intereses del activismo, el feminismo abre una pequeña brecha para desarrollar sus propias narrativas.

Bibliografía

ACOSTA, MARINA

2018 Ciberactivismo feminista. La lucha de las mujeres por la despenalización del aborto en Argentina. *Sphera Publica*, 2(18).

ÁLAMO, SOFIA; GISELLE BORDOY, MELISA CHETTO, FERNANDA IBÁÑEZ, AGUSTINA MIGLIORI Y MARÍA EUGENIA GONZÁLEZ OCAMPO

2016 #NiUnaMenos: Big Data para la comprensión de una problemática de género. *Humanidades Digitales: Construcciones locales en contextos globales*. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Buenos Aires.

ANNUNZIATA, ROCIÓ Y TOMÁS 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.

AZHAR, HAMDAN

2017 Emojis of #MeToo. *Prismoji*. <https://prismoji.com/2017/10/20/emojis-of-me-too/>

BARBERÁ, PABLO; JHON T. JOST, JONATHAN NAGLER, JOSHUA TUCKER Y RICHARD BONNEAU

Ailin Canillo “#MiraComoNosPonemos: apropiaciones del ciberactivismo feminista argentino en Twitter”, *Revista de Estudios Marítimos y Sociales*, N°26, Ene-Jul 2025, pp. 383-414.



2015 Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science OnlineFirst*, 26(10), 1531-1542.

BOGEN, KATHERINE; KAITLYN BLEISWEISS, NIKYA LEACH Y LINDSAY ORCHOWSKI

2019 #MeToo: Disclosure and Response to Sexual Victimization on Twitter. *Journal of Interpersonal Violence*, 36(17-18), 8257-8288.

BRÜNKER, FELIX; MADGALENA WISCHNEWSKI, MILAND MIRBABAIE Y JUDITH MEINERT

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*.

BURGESS, JEAN, Y NANCY BAYM.

2020 *Twitter: A Biography*. New York University Press.

BRUNS, AXEL Y JEAN BURGESS

2015 Twitter Hashtags from Ad Hoc to Calculated Publics en Rambukkana, *Hashtags publics*, Library of Congress. Capítulo 1, 13-28

CANILLO, AILÍN

2023 *#MiraComoNosPonemos: ciberactivismos feministas en Twitter Argentina* [Tesis de licenciatura no publicada]. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata.

CALVO, ERNESTO Y NATALIA ARUGUETE

2020 *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Editorial Siglo XXI, Buenos Aires.

CASTAÑO, LUCIA 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, MANUEL



2012 *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial, Madrid.

CONGOSTO, MARÍA LUZ

2018 Contando cómo se difundió el #cuéntalo. *Barriblog*.
<http://www.barriblog.com/2018/05/contando-se-difundio-cuentalo/>

DE MIGUEL, ANA Y MONSERRAT BOIX

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

ESCOBAR MERCADO, MODESTO; ELENA GIL MORENO Y CRISTINA CALVO LÓPEZ

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.

ESQUIVEL DOMINGUEZ, DANIELA

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

FARDIN, THELMA INÉS

2019 *El arte de no callar. Autobiografía entre el silencio y la impunidad*. Planeta, Buenos Aires.

FRASER, NANCY Y TERESA RUIZ

1993 Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente. *Debate feminista*, 7, 23-58.

FUCHS, CHRISTIAN

2014 Medios sociales y esfera. *Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, vol. 96, p. 71.

FUSSEY, PETE Y SILKE ROTH

2020 Digitizing sociology: Continuity and change in the internet era. *Sociology*, vol. 54, no 4, p. 659-674.

GAUTMAN, AKASH; PUNEET MATHUR, RAKESH GOSANGI, DEBANJAN MAHATA, RAMIT SAWHNEY, Y RAJIV RATN SHAH.

2020 #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, TARLETON

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

GIRALDO LUQUE, SANTIAGO; NÚRIA FERNÁNDEZ GARCÍA Y JOSÉ CRISTIAN PÉREZ ARCE

2018 La centralidad temática de la movilización #NiUnaMenos en Twitter. *El profesional de la información*, 27(1), 96-105.

GUALDA, ESTRELLA

2024 *Teorías de la conspiración y discursos de odio en línea en la sociedad de las plataformas. Comparación de pautas en las narrativas y redes sociales sobre COVID-19, inmigrantes, refugiados, estudios de género y personas LGTBIQ+*. DYKINSON, Madrid.

GUTIÉRREZ ALMAZOR, MIREN; MARIA J. PANDO CANTELI Y MARILUZ CONGOSTO

2020 Nuevos enfoques en la propagación de la reacción antifeminista en Twitter. *Investigaciones Feministas* 11(2), 221-238.

HARAWAY, DONNA JEANNE

1995 *Ciencia, cyborgs y mujeres. La invención de la naturaleza*. Madrid, Cátedra.

HESTER, HELEN

2018 *Xenofeminismo. Tecnologías de género y políticas de reproducción*. Caja Negra, Editora

HOSTERMAN, AALEC; NAOMI JOHNSON, RYAN STOUFFER, Y STEVEN HERRING

Ailin Canillo “#MiraComoNosPonemos: apropiaciones del ciberactivismo feminista argentino en Twitter”, *Revista de Estudios Marítimos y Sociales*, N°26, Ene-Jul 2025, pp. 383-414.





2018 Twitter, Social Support Messages and the #MeToo Movement. *The Journal of Social Media in Society* Fall, 7(2), 69-91.

JUSTO VON LURZER, CAROLINA

2020 Del #MeToo al #MiráComoNosPonemos. Un año de feminismo celebrity en la cultura masiva argentina. *Temas y Problemas de Comunicación* (18).

LA ROCCA, GEVISA

2020 La fuerza de un signo. Perspectivas teóricas para el análisis de los hashtags. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 27, 46-61.

LAUDANO, CLAUDIA

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, CLAUDIA

2018 Acerca de la apropiación feminista de TICs. *En Memoria Académica*.

LAUDANO, CLAUDIA

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

LAUDANO, CLAUDIA; ALEJANDRA ARACI, JULIA KRATJE Y YAMILA ELIANA BALBUENA

2019 AbortoLegalYa! A tuitear, vamos a tuitear... *XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres - IX Congreso Iberoamericano de Estudios de Género*.

LAUDANO, CLAUDIA

2019 # Ni una menos en Argentina: Activismo digital y estrategias feministas contra la violencia hacia las mujeres en Graciela Nathansohn y Fiorencia Rovetto, (comps). *Internet e feminismos: olhares sobre violências sexistas desde América Latina*. EDUFBA, Salvador: 149-173.

LAUDANO, CLAUDIA NORA Y ALEJANDRA, ARACRI.

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

MARIASH, MARIANA

2017 2017: año del giro denunciante. *LATFEM*. En: <https://latfem.org/2017-ano-del-giro-denunciante/>

MENDES, KAITLYN; JESSICA RINGROSA Y JESSALYNN KELLER

2019 *Digital feminist activism: girls and women fight back against rape culture*. Oxford University Press, New York.

MOROZOV, EVGENY

2015 *La locura del solucionismo tecnológico*. Katz Editores, Buenos Aires.

MUÑOZ SAAVEDRA, JUDITH

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

NATANSOHN, GRACIELA Y MÓNICA PAZ

2019 Ciberfeminismos contemporáneos entre usos y apropiaciones. *Cuadernos Pagu*, 56.

NEÜMAN, MARÍA ISABEL

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

PAPACHARISSI, ZIZI

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

PARISIER, ELI

2011 *El filtro burbuja. Como la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Penguin Random House.

PERDOMO REYES, INMACULADA

Ailin Canillo “#MiraComoNosPonemos: apropiaciones del ciberactivismo feminista argentino en Twitter”, *Revista de Estudios Marítimos y Sociales*, N°26, Ene-Jul 2025, pp. 383-414.





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

RAMBUKKANA, NATHAN

2015 *Hashtag publics*. Peter Lang Incorporated, New York

REGUILLO, ROSSANA

2017 *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. NED Ediciones.

REYNOSO, CARLOS

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

ROGERS, RICHARD

2019 *Doing Digital Methods*. SAGE, London.

ROSALES, MARÍA BELÉN

2018 Ciberactivismo: praxis feminista y visibilidad política en# NiUnaMenos. *Pléyade* (Santiago), (22), 63-85.

ROVIRA SANCHO, GUIOMAR

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.

SAAVEDRA, JUDITH MUÑOZ

2019 Una nueva ola feminista, más allá de# MeToo: Irrupción, legado y desafíos. *Políticas Públicas para la Equidad* 2, 177-188.

SCHNEIDER, KIMBERLEY Y NATHAN CARPENTER

(2019). Sharing #MeToo on Twitter: Incidents, coping responses, and social reactions. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 39(1), 87-100.

SRURGESS, SARA Y KELLI BURNS

2018 Ending the silence of sexual assault victims: the #MeToo campaign on Twitter. 21ST INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS RESEARCH CONFERENCE.

STEFANONI, PABLO

2021 *¿La rebeldía se volvió de derecha?: Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio)*. Siglo XXI Editores.

SUED, GABRIELA.

2023 Visibilidades algorítmicas del feminismo en plataformas sociales. *Zona Franca*, (31), 70-101.

TILLY, CHARLES Y LESLEY WOOD

2010 *Los movimientos sociales, 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Crítica, Barcelona.

TARULLO, RAQUEL Y MARIANA GARCÍA

2020 Hashtivismo feminista en Instagram: #NiñasNoMadres de @ actrices. argentinas. Dígitos. *Revista de comunicación digital*, 1(6), 31-54.

TREBISACCE, CAROLINA

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.

VAN DIJCK, JOSÉ

2016 *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires.

VIETA, MELANIE

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, JUDIT

2006 *El Tecnofeminismo*. Universidad de Valencia



XIONG, YING; MONHEE CHO Y BRANDON BOATWRIGHT

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.

