

Análisis de las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas en Instagram mediante un estudio de hastags

Analysis of Latin American feminist technopolitical mobilizations on Instagram through a hashtag study

Stephanie Morón Terrazas¹

Fecha de recepción: 19 de agosto de 2023

Fecha de aceptación: 12 de octubre de 2023

Resumen: En los últimos años desde 2015 con la explosión de “Ni Una Menos” en Argentina y el 2016 con la “Primavera Violeta” en México, las movilizaciones feministas han ido adquiriendo mayor importancia, fuerza y visibilidad en la región. Esto ocurrió debido a un fortalecimiento en las convocatorias a través del uso y reproducción de múltiples *hashtags* en redes sociales. El objetivo de este artículo es el estudio de las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas a partir de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografias_latam en Instagram, a partir de una serie de técnicas de análisis textual y visual correspondientes a los Métodos Digitales (Rogers, 2023), donde se obtuvo varias visualizaciones como frecuencias de *hashtags*, nubes de palabras, mapas de jerarquía de emojis y meta fotografías. Como resultado, se observó las prácticas digitales y la creación de narrativas de contestación, además de las dimensiones tecnológicas y sociales que representaron estas etiquetas durante el Día Internacional de la Mujer.

Palabras clave: *Hashtags*, movilizaciones, tecnopolítica, feminismo en Latinoamérica, Instagram, imágenes.

Abstract: In recent years, since 2015 following the explosion of “Ni Una Menos” (Not One [Woman] Less) in Argentina and in 2016 with “Primavera Violeta” (Violet Spring) in Mexico, feminist mobilizations have acquired a higher degree of importance, strength and visibility in Latin America. This has developed due to a strengthening of convening through the use and reproduction of multiple *hashtags* on social media. The objective of this article is the study of technopolitical feminist mobilizations in Latin America through the *hashtags* #8M2023 and #8M_fotografias_latam on Instagram through a series of visual and textual analysis techniques that correspond to the study of Digital Methods (Rogers, 2023) wherein several visualizations were obtained, such as *hashtag* frequencies, word clouds, hierarchy maps for emojis and meta pictures. As a result, digital practices and the creation of replying narratives were observed, as were the technological and social dimensions that these tags represented on International Women’s Day.

Keywords: Hashtags, mobilizations, technopolitics, feminism in Latin America, Instagram, images.

¹ Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Maestra y candidata a Doctora en Comunicación por la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Docente del departamento de Medios y Cultura Digital de la Escuela de Humanidades y Educación del Tecnológico de Monterrey, Campus Puebla. ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-4618-0759> – Correo electrónico: stephanie.moron.terrazas@tec.mx

I. Introducción

Actualmente, América Latina representa a la región en la que el feminismo se está potenciando de manera exponencial a partir de un proceso denominado por Rovira (2018) como un “devenir feminista de multitudes conectadas” (p. 223), donde las protestas físicas y digitales empezaron a visibilizarse a partir de la exigencia de justicia por la problemática de violencias en contra de la mujer y feminicidios durante los últimos años.

El tema de los femicidios o feminicidios² en América Latina, es uno de los problemas sociales más grandes y complejos de abordar en la actualidad ya que son la expresión más extrema de violencia en contra de las mujeres y las niñas. Esta problemática se desarrolla de manera sistemática, siendo el resultado de patrones culturales basados en una visión patriarcal produciendo una normalización de las violencias y muertes por razón de género que se desarrollan en el ámbito privado como el hogar (Mateos, 2018), en espacios públicos como el trabajo (entre otros) y en espacios digitales dentro de las redes sociales y el Internet.

El término feminicidio se creó desde un enfoque teórico feminista ante la falta de perspectiva de género para dictaminar sentencias de asesinatos de mujeres por el hecho de ser mujeres. Posteriormente, surgen otras variables para profundizar el concepto como los contextos culturales, políticos, religiosos y socioeconómicos. En este sentido, Marcela Lagarde (2006), precisa el término feminicidio como “el conjunto de hechos y conductas violentas contra las mujeres por ser mujeres, que conduce en algunas ocasiones al homicidio de algunas de ellas (...) no es homicidio en femenino, y esa diferencia no es un matiz, es un paradigma” (p. 220).

Dentro de los avances en materia legal se encuentran reformas normativas que tienen como principal razón el acceso a una vida libre de violencias para las mujeres y las niñas en 17 países³ de América Latina los cuales tipifican el delito de feminicidio, siendo un avance de leyes de segunda generación correspondientes a la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer o Convención Belém do Pará en 1994, que se diferencian de las leyes de primera generación que se elaboraron en el periodo correspondiente a la Agenda Regional de Género, las cuales tuvieron como marcos principales a la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer en 1979 (Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe [CEPAL], 2022).

Sin embargo, a pesar de existir este marco legal el problema de violencia de género y feminicidios continúa con fuerza en la región. Otro factor fundamental para la

² Términos que explican los asesinatos de mujeres por razón de género que se diferencia del término “homicidio”.

³ Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Estado Plurinacional de Bolivia, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela.

exacerbación de estos actos en los años recientes fue el confinamiento a causa de la declaración de la pandemia por el COVID-19 en marzo de 2020. Según datos de la CEPAL y el Observatorio de la Igualdad de Género de las Organización de las Naciones Unidas, en 2021, “al menos 4.473 mujeres fueron víctimas de feminicidio en 29 países y territorios de la región (4.445 en 18 países y territorios de América Latina y 28 en 11 países y territorios del Caribe), representando al menos 12 muertes violentas de mujeres por razón de género cada día durante el confinamiento” (2022, p. 3).

Ante este contexto de violencia contra las mujeres en la región, y a pesar de existir una serie de leyes en varios países, podemos observar un problema que aún no está resuelto y que dio lugar a un fenómeno de respuesta masiva de una nueva generación de mujeres. Estas empezaron a tomar las redes sociales para exponer vivencias propias, donde las experiencias personales cobran un rol fundamental en la creación de narrativas alternativas ante las narrativas hegemónicas patriarcales e institucionales que van de la mano con la falta de atención de los gobiernos e instancias jurídicas sumidas en el sistema patriarcal.

El ejemplo más emblemático y el origen de esta nueva generación (desde un punto de vista personal) comienza con el caso “Ni Una Menos” en Argentina en junio de 2015. Encendió las redes sociales como Twitter y Facebook a nivel nacional e internacional a partir de la indignación de un caso de feminicidio de una adolescente, la cual tuvo un impacto tan grande que poco tiempo después otros países replicaron lo acontecido como una forma de denuncia pública ante los casos de feminicidios.

De esta forma, los feminismos en América Latina pusieron como punto central de su agenda la lucha por la erradicación de las violencias de género y concientización acerca del tema, creando una acción política conjunta a pesar de las diferencias ideológicas, rehaciendo los feminismos en varios sentidos (Baer, 2016). Este fenómeno se ha desarrollado debido a un cambio en la manera en que las mujeres latinoamericanas a través de un proceso de subjetivación política, empiezan a percibir cómo este problema afecta sus vidas individualmente cuando son violentadas de alguna manera (ya sea en el ámbito privado como el hogar, o en el ámbito público como el trabajo o la calle).

Ante esto, deciden expresar sus experiencias a partir de narrativas contadas en primera persona a través de las redes sociales como Twitter, Instagram o Facebook, mediante el uso de ciertos *hashtags* (etiquetas), que van acompañadas de imágenes, fotografías, videos e ilustraciones, logrando obtener la respuesta de miles de mujeres quienes también vivieron experiencias similares en algún momento de sus vidas (Rovira, 2018).

En este sentido, es importante observar cómo, en los días representativos para la reivindicación de los derechos de las mujeres como el 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer), se retoma el sentido de lucha. Así, deja de ser visto como un día de celebración, a medida que las mujeres van tomando y poniendo el cuerpo en las calles y creando narrativas en las redes sociales para exigir una vida libre de violencias y feminicidios.

Esta ola de feminismos latinoamericanos en red tiene la característica de hacer posible nuevas formas de organización propias a través del uso de las redes sociales digitales, sin quitar protagonismo a las marchas, protestas y movilizaciones físicas en las calles. No obstante, a través de estas plataformas, se logra una fuerza que fortalece a las convocatorias y debates feministas, como forma de estructura más orgánica.

Otra característica es que da lugar a la construcción de narrativas a partir del uso de *hashtags* relacionados con demandas y problemáticas de género, lo que da lugar al surgimiento del denominado “Feminismo del *Hashtag*” (Loza, 2014), donde encontramos las etiquetas #NiUnaMenos; #MiPrimerAcoso; #YoSiTeCreo; #AbortoLegalYa, entre otros. Estos se combinan para hacer nuevas formas de manifestación y protesta con mecanismos de comunicación propios de una generación tecnológica que aprovecha la potencialidad que otorga el uso de plataformas en el debate digital.

A partir de la etiqueta #NiUnaMenos, surgieron otros *hashtags* que hacían referencia a la misma problemática de la violencia de género, como #VivasNosQueremos y #NiUnaMas, generando la “explosión” de las movilizaciones feministas y sus *hashtags* en redes sociales. De esta manera, cada etiqueta feminista que se impone como tendencia, además de dar cuenta de una problemática de denuncia, es acompañada por otra u otras etiquetas que van tejiendo las conversaciones.

Este artículo es parte de la investigación que realicé para la tesis doctoral en Comunicación en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México titulada “Narrativas que hacen *hashtags* como formas de contestación propias de las movilizaciones tecnopolíticas feministas en América Latina”, donde se efectuó un análisis de 30 mil tuits descargados el 8 de marzo correspondientes a los años 2021, 2022 y 2023. Se estudiaron las protestas por el Día Internacional de la Mujer en la región. Este estudio está inmerso en la línea de investigación que analiza diversas movilizaciones tecnopolíticas en la región, donde se encuentran valiosos aportes de autores como Rovira (2017), Rovira y Morales i Gras (2023), Reguillo (2017), Sued (2020) o Portillo Sánchez et al. (2022).

Si bien esta investigación en general partió desde los estudios en Twitter, este artículo es el resultado de una serie de ejercicios de descarga de datos en Instagram. Para estos, se tomaron a los *hashtags* feministas como unidades de análisis a partir del aprendizaje para la implementación de los Métodos Digitales (Rogers, 2023), considerado como un nuevo paradigma metodológico para la investigación de fenómenos culturales que pasan por las redes sociales desde las redes sociales en el área de la Comunicación y las Humanidades Digitales.

La muestra fue recopilada en una base de datos de 585 imágenes que fueron descargadas de Instagram. Posteriormente, a partir de la aplicación de una serie de técnicas correspondientes a la analítica de datos textuales y visuales se analizó el uso de diversos *hashtags* feministas correspondientes al Día Internacional de la Mujer en

esta red social con el objetivo de responder la siguiente pregunta de investigación: “¿De qué manera se vinculan las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas con las prácticas digitales y la creación de narrativas de contestación en la red social Instagram mediante el uso de *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam desde un análisis textual y visual?”.

Se escogió el análisis de estas etiquetas en concreto ya que permitieron el monitoreo en uno de los días representativos para la reivindicación de los derechos de las mujeres como el ocho de marzo. Si bien estas movilizaciones y sus narrativas podrían ser estudiadas desde las marchas físicas en las calles mediante las consignas puestas en los carteles, graffitis y canciones a través de técnicas tradicionales cualitativas, se tomó la decisión de estudiarlas dentro de su materialidad digital debido a que los *hashtags* tienen la capacidad de representar comunidades, discursos o formaciones sociopolíticas, pero también son redes sociotécnicas que unen las causas sociales con el uso de la tecnología (Omena et al., 2020).

Teniendo en cuenta esta doble dimensión tecnológica y cultural que presenta el estudio de prácticas sociales y políticas en redes sociales, se puso atención a los datos y metadatos descargados para observar otros aspectos como el uso de múltiples etiquetas y de emojis en las descripciones de las fotografías. Además, la geolocalización que reveló en qué lugares de la región se desarrollan con más fuerza estas movilizaciones y las maneras en que se usan las redes sociales para visibilizar las demandas durante los días de protesta feminista.

II. Marco teórico y estado del arte

Uso de *hashtags* dentro de los feminismos en red

El objetivo principal de los feminismos en red es movilizar a multitudes conectadas de mujeres alrededor del mundo que cuestionan el privilegio de lo masculino en todos los ámbitos de la construcción de significado del mundo occidental, la predominancia de líderes y las militancias estructuradas (Rovira, 2018), y que además exponen, mediante sentimientos de indignación la visibilización de problemas en torno a casos de violencia de género, feminicidios, y legalización del aborto.

Si bien las movilizaciones feministas contemporáneas comparten esas características, no responden a un corpus concreto de organizaciones y demandas, ya que dependen del contexto local donde se desarrollan estos movimientos. Aun así los feminismos en red han sido fundamentales para potenciar las movilizaciones, generando legitimidad a partir del posicionamiento de temas feministas en la esfera pública digital para llegar a las instancias de gobierno y autoridades.

En este sentido, los feminismos en red permiten la creación de una lógica narrativa dentro de las redes sociales a través de las historias personales, creando así el

“Feminismo del *Hashtag*” (Loza, 2014) o los “femitags”, que se refieren a “*hashtags* de carácter feminista (...) cuyo éxito y permanencia en las conversaciones suceden porque los femitags ya no son meros elementos de indexación, sino que funcionan como etiquetas meta comunicativas” (Rovira & Morales i Gras, 2023, p. 4).

La creación de narrativas es un elemento clave dentro de los feminismos en red a partir del uso de *hashtags*. Estos se han convertido en importantes estructuras de organización: convocan y a la vez son la convocatoria, “permite contar historias personales de manera *on line* que distingue al feminismo del *hashtag* de otras formas de política feminista” (Clark, 2016, p. 2). Estos *hashtags* generan adhesión a la causa de manera instantánea, desarrollando narraciones en primera persona, que dan lugar a conversaciones y discursos que crean las mujeres dentro de estas plataformas, exponiendo los problemas que viven a través de un fenómeno de internacionalización y empatía, “haciendo que muchas mujeres jóvenes sin militancia previa en el feminismo se sientan interpeladas y formen parte de una nueva ola de movilizaciones” (Morón, 2019, p. 54).

Tecnopolítica feminista

La tecnopolítica es un concepto que surge con fuerza en el año 2013, para explicar el uso de la tecnología con fines políticos para analizar las acciones políticas dentro de Twitter del movimiento de los indignados en España por un grupo de investigadores y activistas del colectivo @Dataanalysis15m. Podemos definirla de la siguiente forma:

Conjunto de nodos heterogéneos, con altos índices de conectividad, dentro de una estructura abierta y policéntrica, cuya particularidad se centra en la participación de “multitudes conectadas” a través de dispositivos electrónicos en torno a objetivos concretos donde están inmersos elementos como las emociones, lenguaje, comportamientos, tiempo y espacio (Toret et al., 2013).

Las multitudes conectadas emergen a través de acontecimientos aumentados que dan lugar al sistema – red (como fue el caso del feminicidio de Chiara Páez que dio lugar a las movilizaciones con la consigna #NiUnaMenos), las cuales se vuelven virales. “Por ello, proponemos la noción de tecnopolítica como uso táctico y estratégico de las herramientas digitales para la organización, comunicación y acción colectiva como concepto clave para entenderlas” (Toret et al., 2013, p. 20).

En este sentido, la tecnopolítica se relaciona con el feminismo a partir de la experiencia de “un devenir feminista y hacker de la acción colectiva que es simultáneamente *in situ* y *online*” (Rovira, 2018, p. 223). Partiendo de esta idea, se define a la tecnopolítica feminista como un proceso donde las mujeres, usan la tecnología de las redes socio digitales con fines políticos para generar conexiones estratégicas que permitan transformar las relaciones de poder dentro de la estructura patriarcal, mediante la visibilización de problemas relativos al género como las violencias machistas

y es una continuación de la apropiación tecnológica a través de la politización de la vida cotidiana de las mujeres, que empezó con el ciberfeminismo de la década de los noventa del siglo pasado.

Narrativas de contestación

Rossana Reguillo (2017) señala:

Las narrativas de contestación son irrupciones que desobedecen el canon moderno que se atribuye a las revueltas, que han venido a desestabilizar el monopolio de la representación de lo real, disputando mediante la “tecnopolítica”, el poder de hacer – ver, hacer – creer de las narrativas dominantes que anulan o dificultan las posibilidades de auto representación para los ciudadanos y lo que es más importante: a través de este sistema “multicapas”, “obligan” a los medios convencionales a incorporar asuntos, temas e informaciones que transitan de la red a la calle y viceversa (p. 123).

De esta forma, se puede entender al concepto de “narrativas de contestación” como el conjunto de relatos o discursos que se utilizan para desafiar y resistir las estructuras de poder establecidas. Estas narrativas se construyen con el propósito de cuestionar, subvertir o transformar las normas, valores y prácticas dominantes en una sociedad o contexto determinado. El uso de estas narrativas puede manifestarse en diversas formas, como relatos literarios, discursos políticos, manifestaciones artísticas, testimonios personales y actualmente incluyen la creación de mensajes a partir del uso de redes sociales con el uso de los *hashtags*.

Las narrativas de contestación y la subjetivación política están estrechamente relacionadas en el contexto de los movimientos sociales y las luchas políticas ya que desempeñan un papel fundamental en este proceso de desanclaje o des-identificación debido a que, a través de estas narrativas, los sujetos construyen una comprensión compartida de las injusticias y opresiones existentes, se articulan demandas y se movilizan emociones y afectos. De esta forma, estas narrativas de contestación permiten a los individuos convertirse en sujetos políticos para formar una colectividad que los identifique con una causa política, además del desarrollo de una conciencia crítica y la búsqueda de un cambio social.

III. Metodología

La propuesta metodológica de este artículo está basada en un proceso de constante aprendizaje para obtener los conocimientos necesarios que permitieron la construcción e implementación de una metodología con técnicas capaces de recopilar datos dentro de redes sociales⁴. Este marco metodológico responde a una propuesta que

4 Extiendo un agradecimiento especial a la Dra. Gabriela Sued quien me permitió realizar la estancia de investigación en su Laboratorio de “Minería de Datos y Métodos Computacionales” durante el periodo enero-mayo de 2023 en el Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, para aprender la metodología y las técnicas correspondientes a los Métodos Digitales.

está sustentada a través de dos paradigmas para los estudios culturales del Internet: Métodos Digitales (Rogers, 2013; 2023) y Analítica Cultural (Manovich, 2017; 2020), los cuales abordan la relación existente de la web y las distintas actividades que los usuarios realizan dentro de esta, es decir, que es un método de investigación que sigue al medio y “hace aserciones sobre el cambio cultural y social a través del anclaje en línea” (Rogers, 2023, p. 41).

Es importante señalar que se se implementó la “secuencia de investigación para la correcta aplicación de una metodología con técnicas digitales de cuatro etapas: recolección, limpieza, procesamiento y visualización de datos” (Sued, 2020, p. 5). De esta manera, se comenzó con la recolección de datos, también se hizo una limpieza de la base de datos eliminando la información repetida, posteriormente se desarrolló el procesamiento de la información con técnicas textuales y visuales para finalmente lograr una serie de visualizaciones:

- Nube de palabras para analizar las geolocalizaciones de los países y lugares más mencionados
- Frecuencia de *hashtags* más usados
- Mapa de jerarquía de los *emojis* más usados
- Metafotografías con imágenes de Instagram relativas a las movilizaciones del #8M en varios lugares de América Latina

Para la descarga de bases de datos en Instagram se usó la técnica de recolección también conocida como “*scrapping*”, que consiste en la recolección automática de datos a través de un *software* (Marres & Weltevrede, 2013). Sued (2020) la señala como una “técnica específica del medio digital que permite la recolección automática de datos en línea” (p. 5).

Es decir, mediante el *scrapping* o rascado de datos de manera automática se obtiene una base de datos estructurada con el uso de interfaces, ya sean gratuitas o de pago, permitiendo la búsqueda y la descarga de información que se desprende directamente de la red social analizada, por lo que corresponden a las técnicas nativas digitales (Rogers, 2023).

El lunes 13 de marzo de 2023 se descargó de la plataforma Instagram dos bases de datos, la primera correspondiente a la búsqueda del *hashtag* #8M2023 dando como resultado una base de datos de 317⁵ imágenes, la segunda corresponde al *hashtag* #8M_fotografas_latam la cual arrojó una base de datos 268⁶ imágenes, obteniendo

5 El siguiente link permite acceder a la consulta de base de datos #8M2023 realizada: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BnJoiayU8g4VlriX38cx38mLTyqbN8sTKcHEA4IRzl/edit#gid=745523446>

6 El siguiente link permite acceder a la consulta de base de datos #8M_fotografas_latam realizada: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WoCzaaDfq7pI00YEpqL3fF9cTK9fy3z7/edit#gid=1159162498>

un total de 585 imágenes. El *software* que se utilizó para realizar el *scrapping* fue Phantombuster⁷, finalmente para el procesamiento de los datos, se usó páginas de minería de textos o *data mining* como *TextAnalysis*⁸ y *Hashtag Extractor*⁹.

Posteriormente se creó una serie de visualizaciones correspondientes a la analítica textual con las herramientas *RawGraphs*¹⁰ y *Voyant Tools*¹¹, que permiten la captura de grandes cantidades de datos para relacionarlos en categorías, temas o patrones de sentido como los gráficos de frecuencias, nubes de palabras y mapas de jerarquía a través de un determinado orden:

Este procedimiento es descrito como la transformación de información desestructurada y cualitativa a información estructurada y cuantitativa (...) En este sentido, la categoría no es completamente autónoma, ya que es la expresión visual de otro tipo de minería textual: las nubes de palabras manifiestan visualmente el análisis de frecuencia de palabras, así como los árboles temáticos lo son del análisis de temas relacionados, y los gráficos de red implican la expresión entre al menos dos entidades que entablan entre sí alguna relación (Sued, 2021, p. 8).

Por otra parte, también se utilizó la técnica de la analítica visual, que consiste en la representación de grandes cantidades de imágenes para estudiar redes sociales donde predominan las fotografías como Instagram y cuyo objetivo principal es analizar las prácticas culturales que los usuarios muestran mediante el uso de esta plataforma:

La analítica visual se refiere al análisis de imágenes digitales creadas y subidas por individuos en plataformas de fotografía compartida tales como Instagram, Flickr, Pinterest, Tumblr e, incluso, en Facebook y Twitter, con métodos digitales. Las imágenes son entendidas como artefactos culturales en los que se puede estudiar tanto la lógica de funcionamiento de las plataformas sociales como la representación social de espacios, objetos, sujetos y prácticas (Sued, 2021, p. 50).

Otra forma de llamar a esta técnica es la meta fotografía o *meta picture*, que se traduce en una colección de imágenes que se enmarcan en una forma de exhibición que permite una reflexión crítica de ellas (Rogers, 2021, p. 1). Para lograr estas visualizaciones, se usó la misma base de datos obtenidas por Phantombuster; estas fueron ordenadas en plantillas de *Google Sheets*. Para la descarga de las imágenes, se utilizó la extensión para Chrome de la aplicación *Tab Save* y finalmente fueron ordenadas por color mediante el software *Picarrange*¹².

7 Phantombuster. (2021b). Instagram profile scraper. <https://phantombuster.com/>

8 Página web para minería de textos y emojis. <https://labs.polysys.net/tools/textanalysis/>

9 Página web para la extracción de *hashtags* de las descripciones de las imágenes descargadas de Instagram para calcular frecuencias. <https://www.text-utils.com/hashtag-extractor/>

10 Rawgraphs (2018). *Density Design Lab*. <https://www.rawgraphs.io/>

11 Sinclair, S. & G. Rockwell. (2023). Cirrus. *Voyant Tools*. Retrieved August 19, 2023, from <https://voyant-tools.org/?stopList=keywords-f3ae3eb35eb6483aa5f840bdd34f3f88&whiteList=&visible=500&corpus=7f2aee78fff9d75d641790c11a85c75b&view=Cirrus>

12 Kai-Uwe Barthel. (2023). *Picarrange for IOS*. <https://visual-computing.com/>

IV. Resultados

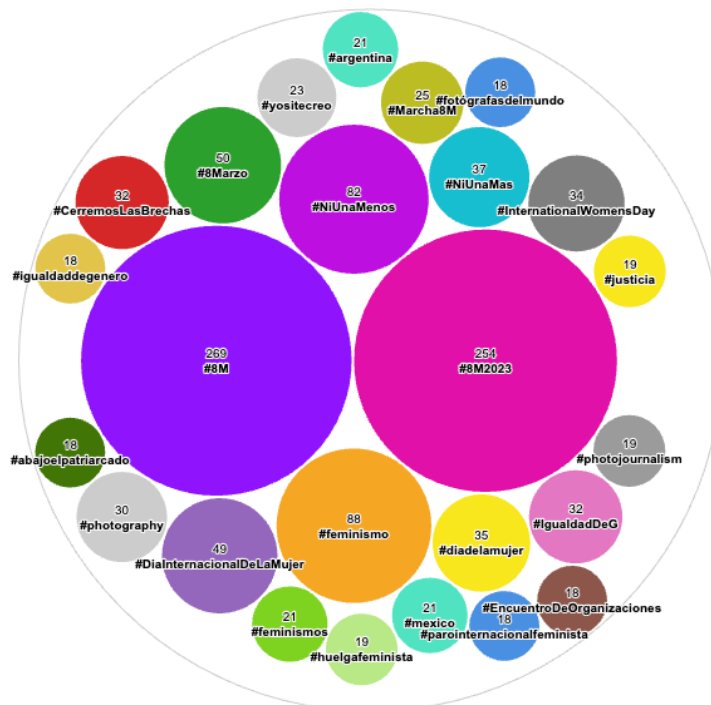
Si bien Instagram es una aplicación que se caracteriza por las imágenes que suben las y los usuarios, también es importante el análisis de las descripciones que las acompañan, ya que representan el sentido o el significado que las personas otorgan a las fotografías mediante la indexación de *hashtags* clave según el tema y el uso de ciertos emojis que representan la parte afectiva que desean compartir. En este sentido, comenzaremos el análisis de resultados con las visualizaciones de las descripciones obtenidas de los metadatos a partir de dos técnicas de análisis textual, el cálculo de frecuencia de *hashtags* y *emojis* para observar cuáles fueron los más usados, y la creación de nubes de palabras que permitirá observar la geolocalización.

Teniendo en cuenta que la base de datos correspondientes a los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam tienen un total de 585 descripciones, tomaría mucho tiempo analizar manualmente cada metadato, por lo que se aplicó la técnica de minería de datos que permite un análisis a través de herramientas especializadas para grandes cantidades de texto.

Esta perspectiva metodológica fue desarrollada por Moretti (2005) en su libro *Gráficos, mapas, árboles: Abstracciones literarias y representaciones visuales*, donde sostiene la idea de “mirada distante”. Esta propone alejarse de la lectura tradicional y cercana de textos literarios individuales y, en su lugar, adoptar un enfoque más amplio y comparativo para analizar patrones y tendencias literarias en un corpus extenso de obras.

Las visualizaciones que se muestran representan la frecuencia de los *hashtags* más usados en las descripciones correspondientes a las 585 imágenes que fueron descargadas de Instagram durante el 13 de marzo de 2023 (figura 1). Se eligió esta figura para mostrar los datos a partir del “embalaje circular” donde los valores de los nodos están representados por cada *hashtag* dentro de una estructura de círculos anidados que se distinguen por el tamaño y color mediante el cálculo de frecuencia.

Figura 1
Frecuencia de *hashtags* más usados relacionados con #8M2023



Fuente: elaboración propia mediante la herramienta de visualización de datos Raw Graphs.

Una característica importante a tener en cuenta es que en las descripciones de las imágenes de Instagram se usa generalmente más de un *hashtag* para posicionar la fotografía según el tema con mayor fuerza. Por este motivo, estas figuras representan las etiquetas de mayor uso que nos dan un primer panorama de la conversación que se desarrolló en esta red social. Aunque la unidad de análisis principal y el criterio de búsqueda para la figura 1 fue el *hashtag* #8M2023, podemos observar que el más usado fue #8M, seguido de #feminismo; #NiUnaMenos; #8Marzo, #DialInternacionalDeLaMujer; #NiUnaMas; #diadelamujer; #InternationalWomensDay; #CerremosLasBrechas e #IgualdadDeG.

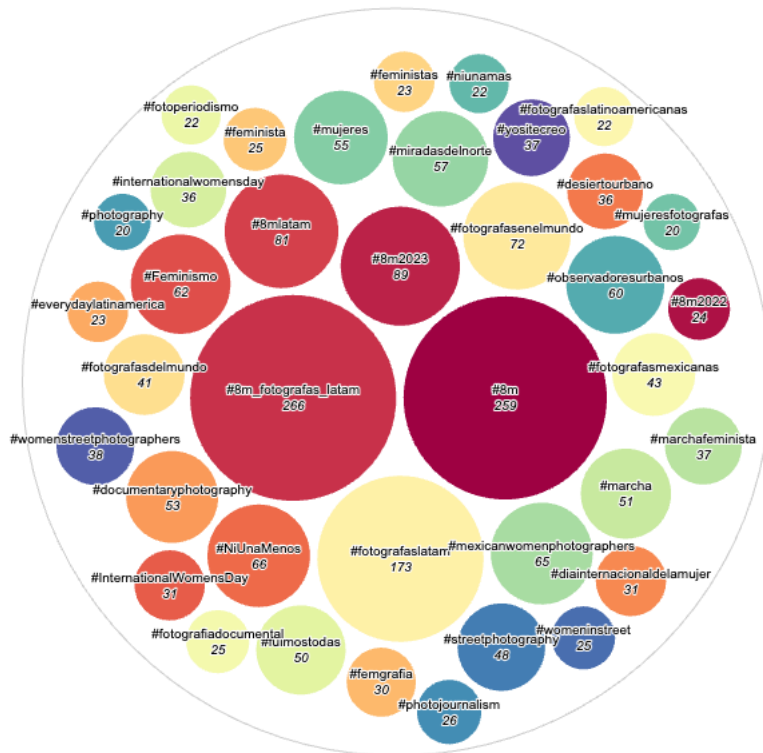
Los siguientes *hashtags* más usados fueron #photography; #Marcha8M; #yositecreo; #mexico; #feminismos; #argentina; #huelgafeminista; #photojournalism; #justicia; #igualdaddegenero; #abajoelpatriarcado; #fotografasdelmundo; #parointernacionalfeminista y #EncuentroDeOrganizaciones. Esto nos muestra una temática más variada; por ejemplo, mediante las etiquetas #photography, #photojournalism y #fotografasdelmundo, se puede observar que las usuarias dan

un sentido muy importante a la práctica fotográfica digital mediante la exposición de imágenes de las marchas feministas.

Por otra parte, aparecen dos países latinoamericanos donde el movimiento feminista se ha desarrollado exponencialmente en los últimos años mediante las etiquetas #Argentina y #México, lo que permite contextualizar estas movilizaciones a nivel regional. También se pueden observar distintas demandas y posicionamientos, empezando por la etiqueta #feminismos, la cual reconoce la variedad de pensamientos y visiones que hay dentro de esta ideología a partir de la interseccionalidad (Crenshaw, 1991).

Para la figura 2, el criterio de búsqueda fue el *hashtag* #8M_fotografas_latam, que es la etiqueta más usada para representar con mayor fuerza las prácticas fotográficas a partir de una visión feminista latinoamericana, retratando la jornada de movilizaciones en distintas ciudades, usando Instagram no solo como una red social donde se comparten fotografías relativas a actividades de la vida cotidiana, ya que también se la utiliza como un potenciador de temas políticos.

Figura 2
Frecuencia de *hashtags* más usados relacionados con #8M_fotografas_latam



En este sentido, las etiquetas que acompañaron a #8M_fotografas_latam fueron en su mayoría *hashtags* relacionadas al Día Internacional de la Mujer y a la fotografía como #8m2023, #8mlatam, #fotografaselmundo, #NiUnaMenos, #mexicanwomenphotographers, #Feminismo #observadoresurbanos, #8marzo, #mujeres

#documentaryphotography, #marcha, #fuimostodas, #streetphotography, entre otras.

La nube de palabras que se presenta en la figura 3 es una representación del análisis de las geolocalizaciones correspondientes a las 585 imágenes de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam a través de la minería de textos. Esto permite obtener una mirada distante (Moretti, 2005) de las palabras más mencionadas en relación con los lugares donde se compartieron las imágenes que dieron forma a la conversación en Instagram sobre las protestas por el Día Internacional de la Mujer.

Figura 3.
Nube de palabras de los países y ciudades más mencionadas



Fuente: elaboración propia mediante la herramienta de visualización de datos Voyant Tools.

Flores Mérida (2022) sostiene que “la representación visual de las frecuencias mediante una *nube de palabras*, despliega las palabras dentro de una imagen y les otorga a las mismas un tamaño proporcional a la frecuencia con que se presentan en el corpus” (p. 66). En este sentido, los países y ciudades que se ven más grandes fueron los más mencionados, mientras que los más pequeños representan lo contrario.

Dentro de la muestra recolectada se observa que el país más mencionado es México, teniendo la Ciudad de México (CDMX) mayor participación, seguido de los estados de

Puebla y Jalisco, entre otros. El segundo país más mencionado es Colombia, junto con la ciudad de Bogotá; también se observa la presencia de Ecuador, con ciudades como Quito y Guayaquil, y de Chile, con la ciudad de Santiago.

Los países y lugares con menor tamaño corresponden a Argentina, Bolivia y Uruguay. En el caso de Argentina, llama la atención, al ser uno de los países con mayor presencia de movilizaciones feministas, esto puede ser porque en este país no se usaron las etiquetas #8M203 y #8m_fotografas_latam de la misma manera que en México y Colombia. Si bien se puede estudiar un fenómeno general a través de un *hashtag*, el uso varía según el país y los contextos.

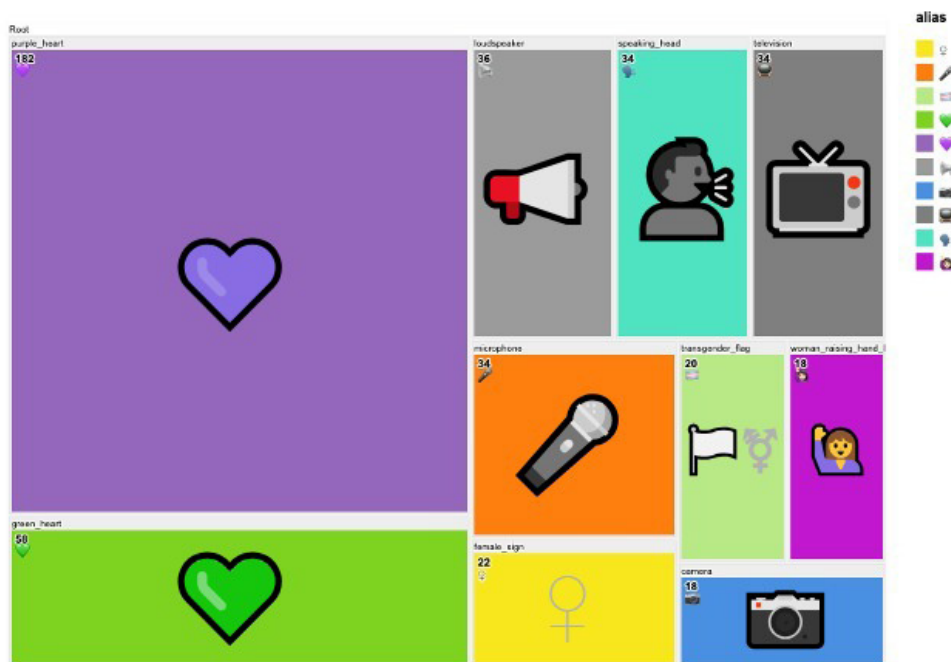
Se presentan a continuación visualizaciones representadas a través de la figura llamada *Treemap* o mapa de árbol, el cual muestra los datos de los emojis estructurados jerárquicamente mediante un área dividida por rectángulos, cuyo tamaño depende del cálculo de la frecuencia. En ambos casos, se muestran los diez emojis más utilizados en la descripción textual de las imágenes descargadas.

El objetivo principal es mostrar los sentimientos e ideas que están asociados mediante el uso de emojis como parte de la expresión digital de las protestas feministas en Instagram. Cabe mencionar que, para hacer la interpretación de los emojis relacionados con el contexto de las movilizaciones feministas, se buscó las definiciones de Emojipedia¹³.

Se puede observar que en la figura 4 correspondiente a #8M2023, el emoji más usado es el corazón morado, seguido del corazón verde; ambos muestran los colores más representativos de los movimientos feministas contemporáneos; el morado es el color tradicional del movimiento, el cual representa la lucha de las mujeres por los derechos, la igualdad y la libertad. Por otra parte, el verde es el color “nuevo” adoptado en los últimos años por las colectivas en América Latina que luchan por la legalización del aborto.

¹³ Es considerada como una enciclopedia y diccionario de emojis, su objetivo principal es señalar el significado de cada emoji creado en el estándar Unicode (codificación de caracteres para el almacenamiento e intercambio de textos a partir de la informática). <https://emojipedia.org/>

Figura 4
Mapa de jerarquía de emojis relacionados con el hashtag #8M2023



Fuente: Elaboración propia mediante la herramienta de visualización de datos Raw Graphs.

El tercer y cuarto emoji representan la dinámica de alzar la voz en las protestas, representados por el megáfono y por la cabeza de una persona hablando. Los siguientes dos emojis están representados por la televisión y el micrófono, los cuales hacen alusión a la amplificación del mensaje que se quiere dar a través del uso de redes sociales, convirtiéndose en un medio de comunicación alternativo.

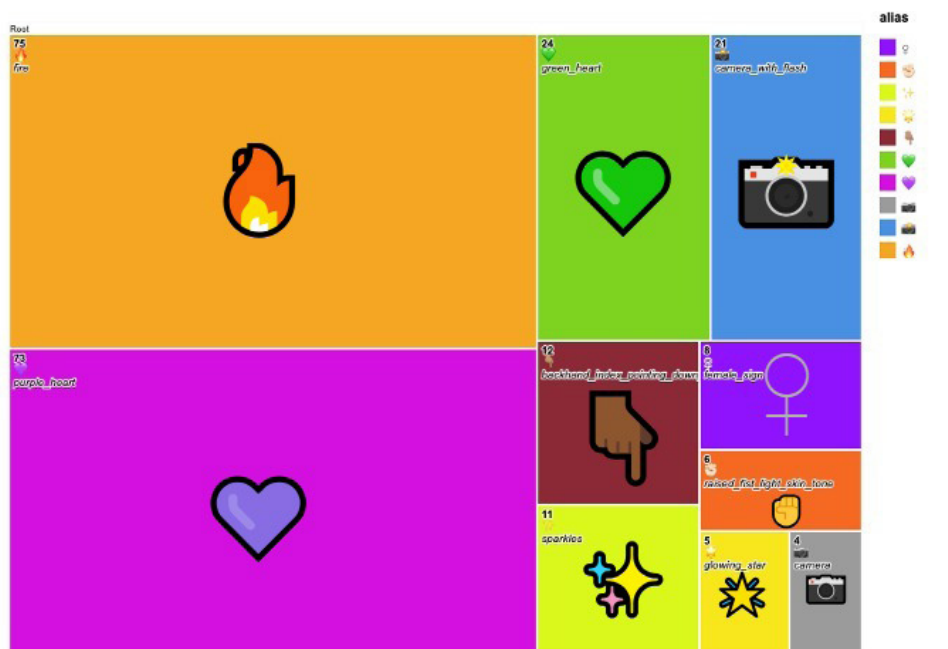
El séptimo emoji más usado es la bandera transgénero, que representa a las mujeres transgénero que participan en las protestas feministas, visibilizando a las colectivas transfeministas. El octavo emoji está representado por la mujer con la mano levantada cuyo significado radica en la participación de las mujeres y en la fuerza de la protesta, también puede interpretarse que las mujeres alzan la mano porque tienen mucho que decir en términos de reclamos y demandas ante la sociedad y las autoridades.

En noveno lugar, se encuentra el símbolo de la mujer, usado generalmente para designar al sexo femenino, que es usado en las pañoletas feministas. Este emoji está directamente relacionado con el sentido que se le otorga al día. Finalmente, se encuentra la cámara

fotográfica, que hace referencia a las prácticas visuales en Instagram, donde el objetivo principal radica en compartir imágenes de momentos especiales del día.

Para la figura 5 correspondiente a #8M_fotografias_latam, si bien comparten la mayoría de los emojis de la figura 4, como el corazón morado y verde, el símbolo de mujer y la cámara, el emoji más usado es el fuego, que representa la fuerza de las movilizaciones y el sentimiento de “quemar todo” por la indignación que causa la problemática de las violencias de género, los feminicidios y las desapariciones de mujeres.

Figura 5
Mapa de jerarquía de emojis relacionados con el hashtag #8M_fotografias_latam



Fuente: Elaboración propia mediante la herramienta de visualización de datos Raw Graphs.

Otros emojis que representan fuerza, pero con una connotación positiva, son los destellos y la estrella brillante, que indican amor, unión y gratitud por ser una movilización profundamente afectiva donde miles de mujeres se conectan a través de una causa en común, compartiendo sus experiencias.

Analizar los emojis más usados permite entender la práctica de las usuarias de Instagram con relación a las protestas feministas, visibilizando lo emocional y los pensamientos compartidos dentro de la colectividad, generando un mayor compromiso por parte de las sujetas políticas con las causas de lucha. Goodwin y Jasper (2004) señalan que estas emociones se constituyen a través de significados sociales compartidos y que

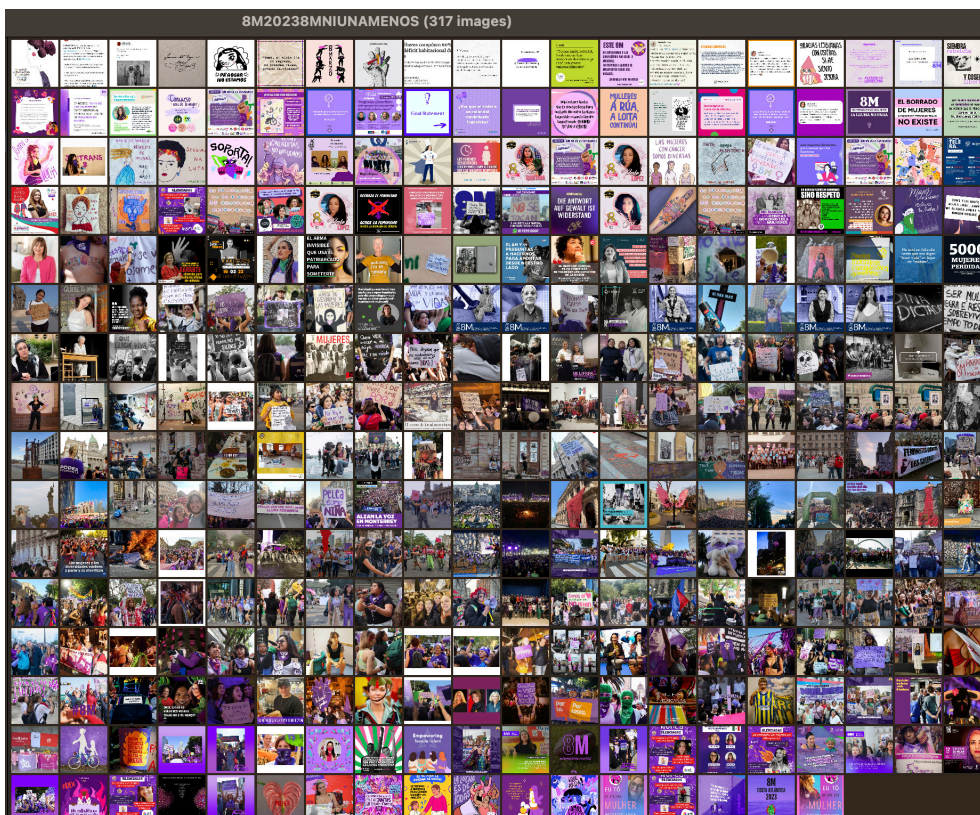
pueden ser clasificadas tanto en emociones afectivas (amor, respeto, confianza) como en emociones reactivas (enojo, odio, asco). Por otra parte, las emociones también ayudan a entender no solo la formación, sino también la permanencia de la acción colectiva a través del “shock moral” donde emerge una emoción con mucha fuerza que puede desencadenar un sentimiento afectivo como la compasión o una emoción reactiva como el enojo (Jasper, 1997).

En este sentido, según el significado que otorga la página Emojipedia, se puede intuir que estos emojis analizados representan emociones afectivas compartidas por las multitudes conectadas de mujeres (Rovira, 2017) que participan en las protestas en días como el ocho de marzo. Estos hacen visible las ganas que tienen de compartir experiencias mediante prácticas como hablar fuerte para ser escuchadas, posicionar la protesta en redes como Instagram para convertir esta plataforma en un medio de comunicación alternativo a los medios de comunicación tradicionales, apostando por una resistencia algorítmica, así como retratar los momentos más especiales de la jornada.

Para la realización de esta técnica de análisis visual llamada *meta picture* (Rogers, 2021), se usaron las imágenes de las bases de datos de 317 imágenes para #8M2023 y 268 para #8M_fotografías_latam, a través del *software* que permite la búsqueda y recolección de grandes cantidades de datos llamada Phantombuster. Posteriormente, se usaron técnicas de analítica visual o Image Sorter (Manovich, 2017) para estudiar cómo estos dos *hashtags* en particular crean una serie de patrones y narrativas de contestación feministas a partir de la agrupación de las imágenes por color.

La visualización de la figura 6 representa a la meta fotografía asignada por orden cromático por la herramienta Picarrange. Esta técnica de analítica de imágenes en línea (Rogers, 2021) da un sentido de análisis crítico e interpretativo de la cultura y las prácticas comunicativas en redes sociales donde predomina la visualidad. Bajo esta premisa, se encontraron tres patrones de imágenes correspondientes a las prácticas digitales por parte de las mujeres jóvenes latinoamericanas en Instagram: ilustraciones relacionadas por el Día Internacional de la Mujer, imágenes de la protesta y las consignas de los carteles expuestos en las movilizaciones.

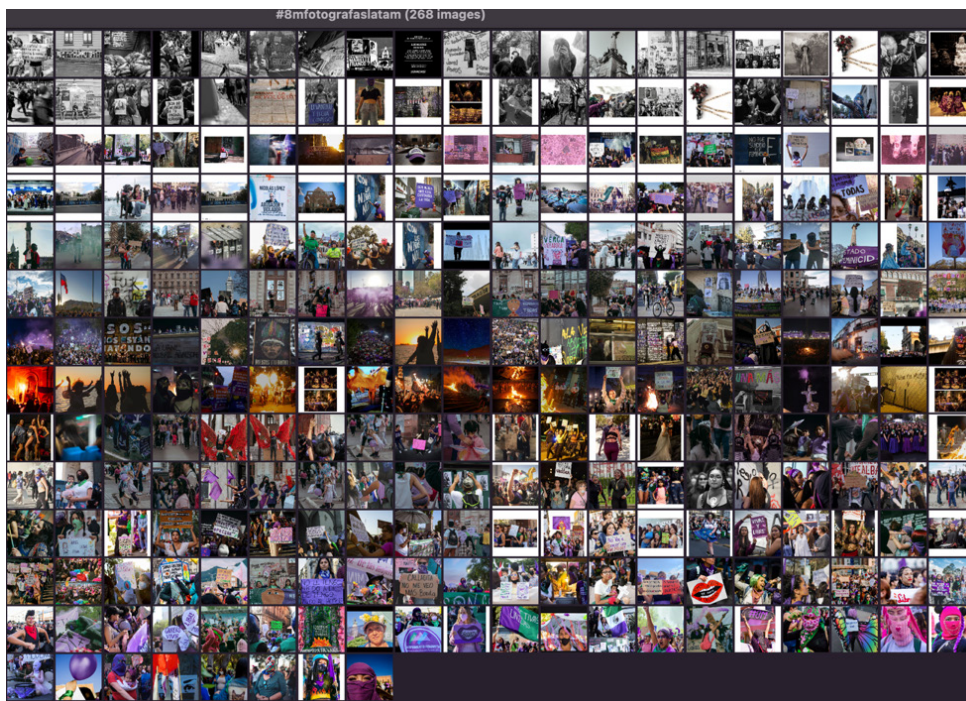
Figura 6
Metafotografía relacionada con el hashtag #8M2023



Fuente: elaboración propia mediante la herramienta de ordenamiento de imágenes Picarrange.

La meta fotografía de la figura 7, también asignada por orden cromático, presenta las imágenes de las protestas feministas en distintos lugares de América Latina a través de dos patrones. Estas son: fotografías en blanco y negro y fotografías a color donde predominan las distintas demostraciones de protesta como la intervención a monumentos, el encendido de hogueras colectivas en las plazas como símbolo de resistencia y lucha, las fotografías de las mujeres participando de las movilizaciones con sus carteles, ya sea en solitario o acompañadas de un grupo; también se observan graffitis y performances realizados en las calles.

Figura 7
 Metafotografía relacionada con el hashtag #8M_fotografas_latam



Fuente: Elaboración propia mediante la herramienta de ordenamiento de imágenes Picarrange

Discusión

La intención de este artículo es desarrollar dos puntos importantes: el primero, en el interés personal de estudiar el impacto que las movilizaciones feministas latinoamericanas han generado dentro de los últimos años a través de procesos tecnopolíticos *on* y *offline* mediante el uso de redes sociales y las marchas físicas que ocurren simultáneamente a través de los conceptos: feminismos en red, tecnopolítica feminista y narrativas de contestación. El segundo está centrado en analizar los desafíos para los investigadores que emplean las técnicas de recolección de datos a partir de la mirada distante de Métodos Digitales.

El estudio del fenómeno de la potencia de las movilizaciones feministas latinoamericanas contemporáneas mediante el uso de hashtags feministas en redes sociales ha dado lugar a un proceso de *feministización* de las formas y de los marcos de significado a través una política de prefiguración propia de los nuevos movimientos sociales tecnopolíticos, más experimentales y más hackers (Rovira, 2018, p. 225).

A partir de esta lógica de *feministización* que propone Rovira (2018), se puede sostener que el activismo de las mujeres en los últimos años se ha ido expandiendo y ha logrado poner a los temas feministas contemporáneos en la esfera pública, promoviendo una nueva dinámica de auto reflexividad sobre temas de privilegios, igualdad de oportunidades, sexualidad y el debate sobre una vida libre de violencias machistas, por lo que estas movilizaciones no sólo son conversaciones entre mujeres ya que intentan involucrar a toda la sociedad en su conjunto.

Los feminismos en red apuestan por el encuentro con otros cuerpos potenciados por el ciberespacio. Esto abre la posibilidad de crear un conjunto de cuerpos unidos y rebeldes que se expresan tanto en las calles como en las redes mediante narrativas alternativas para contestar y confrontar a las narrativas hegemónicas desarrolladas por gobiernos, medios de comunicación y diversas ideologías o creencias.

La tecnopolítica feminista se presenta como una continuación de los estudios sobre la apropiación tecnológica a través de la politización de la vida cotidiana de las mujeres, que empezó con el ciberfeminismo de la década de los noventa. La característica fundamental de este concepto no sólo se centra en el uso estratégico de posicionamiento de hashtags con fines políticos por parte de activistas.

También es importante porque representa las “contienda multicampo que son superpuestas porque nunca existen una sola a la vez; longitudinales porque retoman el continuum de manifestaciones ocurridas en diferentes momentos a lo largo de la historia reciente; intertextuales a partir de las posiciones discursivas de los diferentes actores involucrados; e interconectadas porque refieren a la lucha feminista en general y suelen acompañarse en un sentido de reivindicación política múltiple y aglutinada” (Portillo Sánchez et al., 2022, p. 17).

Por este motivo, la tecnopolítica feminista toma bases del ciberfeminismo en el sentido de la apropiación tecnológica y el aprendizaje con una visión de género y un potencial subversivo desde manifestaciones online en redes sociales con el uso de *hashtags* que vinculan la idea de “*lo personal es político*” (Millett, 1970/1995) con las protestas físicas, paro de labores, intervenciones a monumentos y plazas públicas (entre otras actividades), pero sobre todo la tecnopolítica feminista permite la construcción de narrativas donde encontramos una serie de demandas cuyos temas principales giran al llamado a tomar las calles y las redes en contra de los feminicidios, en contra de la violencia sexual y por la legalización del aborto.

Valdría la pena retomar estas “contienda multicampo” en futuros estudios sobre movilizaciones tecnopolíticas feministas durante otras fechas representativas como el veintiocho de septiembre #28S (día de acción global por el acceso al aborto legal y seguro); veinticinco de noviembre #25N (día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer) o cuando ocurra algún acontecimiento de exigencia de justicia de algún caso en particular. Esto ayudaría a establecer parámetros de

comparación y diferencia de las narrativas de contestación que se presentan el ocho de marzo.

Metodológicamente, el presente artículo estudia una parte de los trazos digitales de las usuarias en Instagram mediante los hashtags #8M2023 y #8M_fotografas_latam desde una mirada distante que es una aproximación que plantean las y los teóricos de los Métodos Digitales y las Humanidades Digitales. Es decir, se trabaja con los mismos datos que se descargaron de Instagram, por lo que no es posible tomar en cuenta el universo total del objeto de estudio, no obstante, teniendo en cuenta la información sobre la geolocalización que se descargó proveniente de las fotografías, se puede obtener un panorama regional mediante un estudio de *small data*.

Para el desarrollo de este artículo, el número total de 585 imágenes fue el resultado de una muestra aleatoria recogida por el software Phantombuster, que descargó todas las imágenes de Instagram en las que encontró la presencia de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam, por lo que se consideró un corpus suficientemente importante para analizar las prácticas digitales de las movilizaciones en Instagram durante un día de descarga.

Si bien esta metodología está centrada en el estudio del *“big data”*, donde es posible analizar millones de datos de redes como Twitter, Instagram, TikTok y Twitch, 585 imágenes serían consideradas como *“small data”*, ya que depende del criterio de búsqueda que se aplica, el software que se usa para la descarga de datos y, sobre todo, los recursos con los que cuenta el investigador. En este sentido, esta metodología representa un reto en varios aspectos como el acceso a softwares especializados para la recolección de muchos datos y el aprendizaje del uso de estas herramientas computacionales.

V. Conclusiones

Respondiendo a la pregunta de investigación inicial, se puede sostener que las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas se vinculan con el uso de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam en la red social Instagram desde lo textual como un registro digital de las distintas actividades acontecidas y de los pensamientos y emociones que generan en las mujeres las marchas multitudinarias del 8 de marzo. Se observa también que el uso de múltiples *hashtags* está relacionado con el posicionamiento de temas que las usuarias desean hacer para obtener mayor visibilidad dentro de la plataforma, convirtiéndose en un medio alternativo de información.

La creación, uso y reproducción de *hashtags* de estas movilizaciones, no sólo tienen que ver con la exposición del problema de las violencias en contra de la mujer, por ejemplo, para el análisis del *hashtag* #8M2023 se observan otras etiquetas relacionadas con casos de feminicidios, violencia sexual y acoso, dando como resultado la exigencia de

justicia. Para el caso del análisis de #8M_fotografias_latam, se encontró que etiquetas relacionadas representan las prácticas asociadas a compartir imágenes de la marcha desde una perspectiva de la fotografía documental de carácter feminista.

El *hashtag* #8M2023 se vincula desde lo visual a partir de las imágenes en Instagram para mostrar las distintas prácticas de protesta que las usuarias realizan en este día; mediante un ordenamiento cromático, se puede observar que las imágenes blancas en la parte superior y las moradas posicionadas en la parte inferior de la meta fotografía corresponden a ilustraciones e infografías realizadas por el Día Internacional de la Mujer. En la parte central, se observan imágenes de la marcha y las consignas de los letreros, permitiendo analizar las emociones reactivas de enojo que corresponden a las narrativas de contestación feministas.

El *hashtag* #8M_fotografias_latam por su parte, también se vincula desde la parte visual mediante el ordenamiento de las fotografías a partir de las imágenes que tienen colores y las imágenes en blanco y negro, exponiendo también diversas prácticas de protesta colectiva como las intervenciones a los monumentos, el encendido de hogueras y la exposición de consignas.

También se obtuvo un panorama de los distintos países que más participación tuvieron en la muestra, siendo México y Colombia los países con mayor representación. En el caso de Bolivia, observamos que si bien está reflejada en la nube de palabras, el tamaño que se le asignó es muy pequeño en comparación con otros lugares de la región. Esto sucedió porque, si bien las protestas feministas en las calles de ciudades como La Paz y Santa Cruz durante el Día Internacional de la Mujer se han masificado durante los últimos años, los registros digitales son pocos; esto quiere decir que aún no se adoptado con fuerza el uso estratégico de las redes sociales para los fines políticos que plantea el concepto de tecnopolítica, como, por ejemplo, el uso de un *hashtag* en específico para agrupar las imágenes de la marcha en el país. Esto se debe al contexto del uso de redes sociales que los usuarios y usuarias tienen en Bolivia, además de los costos para el acceso a Internet móvil en dispositivos como celulares y tabletas.

A través de las distintas visualizaciones, queda claro que la creación de narrativas de contestación está acompañada de un sentido político y de reivindicación feminista muy fuerte. Si bien esta práctica de creación de narrativas no nace dentro de los espacios digitales, es un fenómeno que queda expresado a través de los distintos *hashtags* que dan cuenta de la problemática de violencia de género, la exigencia de justicia y establecen la importancia del ocho de marzo como un día de lucha bajo la mirada del feminismo, razón principal por la que se tomó a los *hashtags* como unidad de análisis a partir de los Métodos Digitales.

Aunque estas narrativas de contestación presentan un deseo emancipador, también se debe analizarlas bajo una perspectiva crítica teniendo en cuenta que las mujeres y

diversas colectivas feministas se enfrentan a la falta de neutralidad de las redes sociales, desde la perspectiva tecnológica y la lógica mercantilista de las compañías dentro de la sociedad de plataformas gobernada por los algoritmos (Van Dijck, 2013), por este motivo estas narrativas de contestación y las prácticas tecnopolíticas feministas afrontan el desafío de permanecer visibles en las plataformas como Twitter e Instagram.

La solución ante este problema puede darse a través de dos visiones teórico-metodológicas que se complementan: la primera mediante el feminismo de datos que permite pensar a los datos que se producen dentro del sistema de plataformas, las cuales reconocen las estructuras de dominación y la falta de igualdad desde una visión de género (D'Ignazio & Klein, 2020).

Este enfoque pone su atención en los estudios del *big data* y de los algoritmos de manera crítica para la recolección, análisis y presentación de los datos. La segunda visión está centrada en la "datificación crítica" o el uso crítico de las redes sociales mediante una intervención de los algoritmos visibilizando contextos y narrativas alternativas a las convencionales (Ábrego & Flores Mérida, 2021), las cuales están ligadas al proceso de subjetividades políticas.

Si bien este devenir feminista de las multitudes conectadas creó un impacto que permitió la adhesión de muchas mujeres y la expansión de varias colectivas feministas en el continente a través de la creación de comunidades *online* y *offline*, también conviven con el reto permanente de permanecer visibles y mantener ese impacto, razón principal por la que los movimientos sociales necesitan un público más amplio que el núcleo activista.

Este es el motivo principal por el que diversas colectivas feministas a lo largo de la región, han tenido que adaptar una serie de formas comunicativas para exponer la temática de las violencias de género donde las creaciones de narrativas a partir de las experiencias personales, son esenciales para generar un impacto que les permita sortear las arbitrariedades del sistema de plataformas, donde los *hashtags* o etiquetas son de gran utilidad para darle un nuevo sentido a las protestas y movilizaciones feministas. Estas etiquetas además de tener la capacidad de representar comunidades, discursos o formaciones sociopolíticas también son redes sociotécnicas que unen las causas sociales con el uso de la tecnología.

Más allá de la reacción inmediata que podría provocar uno o varios *hashtags* cuando se genera un *trending topic* o tendencia, el estudio de contestación con enfoque feminista es esencial para entender las prácticas comunicativas con profundas potencialidades políticas que emergen desde las experiencias personales que son expuestas, resumidas y a las vez traducidas desde un activismo digital, generando una fuerte adhesión entre multitudes conectadas de mujeres, y sorteando los problemas de la estructura tecnológica y algorítmica.

Referencias

- Ábrego, V. H., & Flores Mérida, A. (2021). Datificación crítica: práctica y producción de conocimiento a contracorriente de la gubernamentalidad algorítmica. Dos ejemplos del caso mexicano. *Revista Administración Pública y Sociedad*, (11).
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism [Rehacer el feminismo: activismo digital, política corporal y neoliberalismo]. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>
- CEPAL (2022). *Poner fin a la violencia contra las mujeres y niñas y al femicidio o feminicidio*. Cepal.org. Recuperado el 3 de noviembre de 2023 de <https://www.cepal.org/es/infografias/poner-fin-la-violencia-mujeres-ninas-al-femicidio-o-feminicidio-reto-clave-la>
- Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe. (2022). *Poner fin a la violencia contra las mujeres y niñas y al femicidio o feminicidio*.
- Clark, R. (2016). "Hope in a hashtag": the discursive activism of #WhyIStayed ["Esperanza en un hashtag": el activismo discursivo de #WhyIStayed]. *Feminist Media Studies*, 16(5), 788-804. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1138235>
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color [Mapeando los márgenes: interseccionalidad, políticas de identidad y violencia contra las mujeres de color]. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- D'Ignazio, C., & Klein, L. (2020). *Data feminism* [Feminismo de datos]. MIT Press.
- Flores Mérida, A. (2022). Análisis de hashtags en Twitter: uso estratégico de plataformas de #verificado19s tras los sismos de 2017 en México. *Virtualis* 13(24), 58-83.
- Goodwin, J., & Jasper, J. M. (2004). Emotional dimensions of social movements [Dimensiones emocionales de los movimientos sociales.]. En D. A. Snow, S. A. Soule & H. Kriesi (Eds.). *The Blackwell Companion on Social Movements* (pp. 413-432). Blackwell Publishing.
- Jasper, J. M. (1997). *The art of moral protest: Culture, Biography, and Creativity on Social Movements* [El arte de la protesta moral: cultura, biografía y creatividad en los movimientos sociales.]. The University of Chicago Press.
- Lagarde, M. (2006). Del femicidio al feminicidio. *Desde el jardín de Freud*, (6), 216-225. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/jardin/article/view/8343/8987>
- Loza, S. (2014). Hashtag Feminism. #SolidarityForWhiteWomen, and Other #FemFuture [Hashtag Feminismo. #SolidaridadParaLasMujeresBlancas y otros #FemFuture].

- Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, (5). <https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/26991/ada05-hash-loz-2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manovich, L. (2017). *Instagram y la cultura contemporánea*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics* [Análisis cultural]. MIT Press.
- Marres, N., & Weltevrede, E. (2013). "Scraping the Social? Issues in Live Social Research" [“¿Raspar lo social? Problemas en la investigación social viva”]. *Journal of cultural economy*, 6(3), 313-335.
- Mateos, C. (2018). *Análisis crítico del discurso político de la violencia de género en España (2011-2016) y Ecuador (2006-2006)* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio académico de la Universidad Complutense de Madrid. <https://docta.ucm.es/entities/publication/c3b5b29a-48bb-43ee-9598-04631f32d539>
- Millett, K. (1995) *Política sexual*. Cátedra. (Originalmente publicado en 1970)
- Moretti, F. (2005). *Graphs, maps, trees: Abstract models for a literary history* [Gráficos, mapas, árboles: modelos abstractos para una historia literaria]. Verso.
- Morón, S. (2019). *Análisis del Proceso Tecnopolítico y de Conectividad en movimientos feministas dentro de Facebook. Caso: Ni una Menos Bolivia* [Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana]. <https://ri.iberomx/bitstream/handle/iberomx/2428/016828s.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Omena, J. J., Teixeira Rabello, E., & Goetz Mintz, A. (2020). Digital Methods for Hashtag Engagement Research [Métodos digitales para la investigación de la participación de hashtags]. *Social Media + Society*, 6(3), 1-18. <https://doi.org/10.1177/2056305120940697>
- Portillo Sánchez, M., Rodríguez Cano, C.A., & Pérez Luque, C. (2021). Tecnopolítica feminista, tiendas multicampo y derrumbamiento de muros. Una etnografía en red del #8M2021 en México. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 12(22), 1-22. <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a12n22.719>
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Ned Ediciones.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods* [Métodos digitales]. MIT Press.
- Rogers, R. (2021). Visual media analysis for Instagram and other online platforms. *Big Data & Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20539517211022370>

- Rogers, R. (2023). *Métodos Digitales*. ITESO.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rovira, G. (2018). El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas. *Tecnocultura* 15(2), 223-240.
- Rovira, G., & Morales i Gras, J. (2023). Femitags en las redes y en las calles. 50 hashtags del Activismo Feminista en América Latina. *Profesional de la información* 32(3), 1-18. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.19>
- Sued, G. E. (2020). Repertorio de técnicas digitales para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 10(19), 1-22. <https://doi.org/10.32870/pk.a10n19.498>
- Sued, G. (2021). Métodos Digitales para estudiar la cultura y la vida digital: fotografías mexicanas en Instagram. En D. Flores-Márquez & R. Gonzáles Reyes (Coords.), *La imaginación metodológica. Coordenadas, rutas y aspectos para el estudio de la cultura digital*. Editorial Tintable.
- Toret, J. (Coord.). (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectada. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. España. Internet Interdisciplinary Institute; Universitat Oberta de Catalunya.
- Van Dijck, J. (2013). *La cultura de la conectividad*. Siglo Veintiuno Editores.

Nota: Declaro que no tengo ningún conflicto de intereses en relación con la elaboración de este artículo.