

Femitags en las redes y en las calles. 50 hashtags del activismo feminista en América Latina

Femitags in the networks and in the streets: 50 hashtags for feminist activism in Latin America

Guiomar Rovira-Sancho; Jordi Morales-i-Gras

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87179>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Rovira-Sancho, Guiomar; Morales-i-Gras, Jordi (2023). "Femitags in the networks and in the streets: 50 hashtags for feminist activism in Latin America". *Profesional de la información*, v. 32, n. 3, e320319.

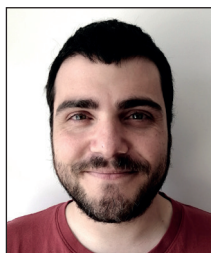
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.19>

Artículo recibido el 10-11-2022
Aceptación definitiva: 16-05-2023



Guiomar Rovira-Sancho ✉
<https://orcid.org/0000-0002-4046-3531>

Universitat de Girona
Facultat de Dret
Campus Montilivi
17003 Girona, España
guiomar.rovira@udg.edu



Jordi Morales-i-Gras
<https://orcid.org/0000-0003-4173-3609>

Cámara Bilbao University Business School
Licenciado Poza, 17, pl. 1
48011 Bilbao, España
morales.jordi@gmail.com

Resumen

El propósito de este artículo es caracterizar los principales hashtags del activismo feminista mexicano como parte de las multitudes conectadas latinoamericanas basándonos de la revisión de las tendencias más álgidas entre 2016 y fines de 2021 en *Twitter*. Se han seleccionado 50 hashtags que por su reiterado uso se caracterizan como *femitags*, es decir, identificadores meta-discursivos performativos, que activan acciones: difunden y sintonizan marcos de protesta; extienden las voces y los lemas de las mujeres; movilizan repertorios sincrónicos, diacrónicos y transnacionales de acción colectiva. Estos *femitags* aparecen en contextos situados, generalmente alrededor de acontecimientos como nuevos casos de violencia contra las mujeres y convocatorias a tomar las calles, pero con su extensión devienen etiquetas meta-comunicativas que articulan distintas prácticas activistas. Este estudio revela sus funciones y su papel como articuladores de las movilizaciones en red, mostrando la profunda imbricación online y física de la cuarta ola del feminismo mexicano, que comparte hashtags y agendas en el espacio digital de habla hispana.

Palabras clave

Feminismo; Hashtags; Activismo online; Activismo en redes; Ciberactivismo; Derechos de las mujeres; Reivindicaciones femeninas; *Femitags*; Multitudes conectadas; Medios sociales; Redes sociales; *Twitter*; Femicidios; #MeToo; #NiUnaMenos; #SiMeMatan; México; América Latina.

Abstract

The aim of this article is to characterize the main hashtags of Mexican feminist activism as part of the Latin American connected crowds, on the basis of a review of the most popular trends between 2016 and 2021 on *Twitter*. A total of 50 hashtags have been selected that, due to their repeated use, are characterized as *femitags*, that is, performative meta-discursive identifiers that mainly do three things: disseminate and tune in to frames of protest; extend women's voices and slogans; and mobilize synchronic, diachronic, and transnational repertoires of collective action. These *femitags* appear in situated contexts, usually around events such as new cases of violence against women and calls to take to the streets, but with their extension, they become meta-communicative labels that articulate different activist practices. This study reveals not only their functions, but also their role as articulators of networked mobilizations, demonstrating the profound online and real-life intertwining of the fourth wave of Mexican, Latin American, and Spanish-speaking feminism.



Keywords

Hashtags; Feminism; Online activism; Network activism; Cyberactivism; Social media; Women rights; Female demands; Social networks; *Femitags*; *Twitter*; Connected crowds; Femicides; #MeToo; #NiUnaMenos; #SiMeMatan; Mexico; Latin America.

Financiación

Este proyecto ha recibido financiación del programa marco de investigación e innovación *Horizonte 2020* (2014-2020) de la Unión Europea en el marco del *Acuerdo de subvención Marie Skłodowska-Curie* n. 893348, "Acciones globales feministas en línea. Potenciales y peligros de la campaña #MeToo", *Femonmetoo*.

1. Introducción

Uno de los movimientos sociales transnacionales más relevantes en América Latina en los últimos años es la ola de protestas feministas (García-González, 2021; Chávez-Rodríguez, 2017; Revilla-Blanco, 2019). Se trata de un fenómeno de acción colectiva contenciosa encabezado por un espectro muy amplio de mujeres contra las violencias patriarcales, que se caracteriza por ocupar los espacios online y físicos de forma imbricada y continua. Estas "multitudes conectadas feministas" (Rovira-Sancho, 2018) utilizan hashtags no solo para dotar de sentido a sus protestas sino como herramientas para la acción colectiva, que hoy en día es "acción conectiva" (Bennett; Segerberg, 2012). En particular, los hashtags más utilizados en México, que corresponden en muchos casos a los más utilizados en América Latina, apuntan a una agenda común que tiene en el centro la lucha contra el feminicidio con una capacidad de acción y comunicación sin liderazgos fuertes, en redes libres de escala. A pesar de ser la esfera pública digital propiedad de corporaciones tecnológicas orientadas al lucro, las multitudes feministas se apropian de ella (Laudano, 2019; Mendes; Ringrose; Keller, 2019; Portillo et al., 2022) y utilizan hashtags para promover sus demandas y sostener su coordinación en red. El objetivo de este estudio es entender cuáles son y qué funciones cumplen estas etiquetas meta-discursivas en el periodo de máxima efervescencia de la cuarta ola del feminismo en México.

Como ha ocurrido con otros canales de comunicación digital, puede que los hashtags no duren o se sustituyan por otras formas (Chen et al., 2018), por ello es imprescindible documentar desde la academia su aparición, puesta en práctica y extensión en los años de máximo auge de las protestas feministas en México, entre abril de 2016, con la primera marcha del ciclo bajo el hashtag #VivasNosQueremos, y la época cuando se realizó este estudio en 2022.

2. Marco teórico

2.1. Feminismos en red

En la llamada cuarta ola del feminismo (Munro, 2013; Cochrane, 2014; Varela, 2019; Zimmerman, 2017) las organizaciones ya no estructuran la comunicación en el movimiento feminista. Por el contrario, como señala Clark (2016), la comunicación misma, desde los blogs, las listas de correo hasta los hashtags, se ha convertido en una infraestructura organizativa: las redes convocan y son la convocatoria. Baer (2016, p. 19) señala que el activismo online de las mujeres restablece las bases para la política feminista colectiva.

A pesar de las brechas de acceso a la tecnología, en las redes digitales, las mujeres se saltan los guardianes de la palabra: medios de comunicación, políticos, expertos y cualquier autorización para hablar. En los espacios de comunicación en red aparecen voces y reclamos que plantean

"el encuentro violento de la igualdad del logos" (Rancière, 1996, p. 54),

porque lo que dicen y denuncian por ejemplo las víctimas de violencia sexual, ya no puede interpretarse como lamentos o balbuceos cuando una cantidad ingente de testimonios reiteran y revelan una condición estructural.

En ningún movimiento ha sido tan importante la politización obtenida online como en la ola de mujeres indignadas que sacude el mundo en la segunda década del siglo XXI (Kim, 2017; Thrift, 2014; Barker-Plummer, 2015; Baer, 2016). La distribución de las voces y la conexión entre pares politiza a las mujeres y las vuelve sensibles a una agenda feminista amplia, diversa, proliferante y translocal.

El activismo digital acostumbra a analizarse desde una perspectiva centrada estrictamente en las redes o como un recurso menor de la acción en las calles. En este artículo se parte de la base de que el activismo hoy en día es simultáneamente online y presencial (Bonila; Rosa, 2015; Van-Laer; Van-Aelst, 2010). La red no es un "time out" del activismo o de la "acción real", sino el lugar donde arraigan, se retroalimentan y extienden las campañas y movilizaciones, pues la copresencia ya no es necesaria para activar una protesta (Earl; Kimport, 2011).

Los hashtags más utilizados en México, que corresponden en muchos casos a los más utilizados en América Latina, apuntan a una agenda común que tiene en el centro la lucha contra el feminicidio, con una capacidad de acción y comunicación sin liderazgos fuertes, en redes libres de escala

En la era de las redes digitales, existe una tendencia hacia “la personalización de la política” (Bennett, 2012), donde las organizaciones pierden su poder de representación y los *cualquiera* exigen hablar por su propia voz. La gente actúa en su nombre y “lo personal deviene político”, recurriendo al famoso lema de la segunda ola del feminismo. Las mujeres se comunican, enlazan, cuentan y protestan en primera persona y desde su experiencia encarnada. La prefiguración del otro mundo posible, donde todas las voces cuentan y no hay liderazgos duros, forma parte de la nueva lógica de la acción en red de las multitudes conectadas.

“Son las mujeres las que ponen en circulación los hashtags feministas y los convierten en un elemento facilitador, una pieza de articulación colectiva que funciona como una bisagra para la continuidad online/vida real”

En los espacios digitales, las mujeres exponen sus agravios y se reúnen conformando “públicos íntimos” (Khoja-Moolji, 2015). El activismo mediante hashtags genera comunidades afectivas, donde se apela a emociones comunes y significados compartidos (Papacharissi, 2016). A través de estas prácticas en red se favorece la “feministización de la acción colectiva” (Rovira-Sancho, 2018), es decir, una creciente sensibilidad contra las formas imbricadas del poder y la violencia.

A menudo, el activismo de hashtags (Peroni; Rodak, 2020; De-Kosnik; Feldman, 2019) se califica de “slacktivism” (Knibbs, 2013; Mulla, 2018) (*slack* = flojo, vago), es decir, activismo de sofá o de click, fácil e intrascendente, como dar un “me gusta” o firmar una carta online.

Contra esta visión, Mendes, Ringrose y Keller (2019, p. 74) muestran el esfuerzo de tiempo y trabajo “emocionalmente agotador” de quienes sostienen campañas de hashtags feministas. Sin duda, la dimensión online de la protesta social ha ampliado las formas de participación y los niveles de implicación en el activismo político, algunos de mayor intensidad y otros menos. Las activistas combinan en los hashtags denuncias y testimonios, todo tipo de imágenes, desde arte a fotografías o dibujos, infografías, carteles para llamar a la participación, retratos de las mujeres desaparecidas o asesinadas para darles nombre y rostro, sonido y videos en canciones, lemas, protestas, en un repositorio multimodal de mensajes que construye nuevas “reglas de sentimiento” (Hochschild, 1979; Morales-Sánchez, 2022).

La agregación de las multitudes conectadas emancipatorias suele ser espontánea y orgánica (al revés de la promovida por la industria de la influencia social y el marketing), caracterizada por la articulación de vínculos débiles (Granovetter, 1984). Esto supone dificultades para lograr continuidad o generar organización estable. Los hashtags son precisamente los elementos discursivos que por periodos de tiempo determinados sostienen esa estructuración débil que habilita y hace posible la protesta.

2.2. Activismo y hashtags

Las redes digitales ofrecen espacios de comunicación e intercambio de mensajes entre usuarios, delimitados por los protocolos de su arquitectura técnica y por algoritmos, orientados actualmente a la economía de los datos.

Sin embargo, las prácticas comunicativas inciden en la conformación de los dispositivos técnicos, que se adaptan a las demandas del mercado y de sus usuarias. Como explica Lomborg (2011), *Twitter* inició siendo un espacio para expresar y leer opiniones en “tweets”. Fueron las personas usuarias quienes empezaron a difundir tweets de otras, lo que dio lugar a que la función de direccionalidad del signo @ y la función RT (retweet) se incorporaran al diseño. El hashtag o etiqueta (#) se implementó como un medio para ayudar a clasificar la información, pero con su uso extendido se convirtió en una “convención metadiscursiva creada por el usuario” (Brock, 2012, p. 534).

Mediante hashtags, cualquiera puede acceder a contenido que no ha sido elaborado por las personas a las que sigue en *Twitter* y agregar mensajes para una comunidad más amplia que la de sus seguidores. Al hacer la búsqueda de un hashtag se accede a los tweets que lo han utilizado. Y a la vez se puede agregar algo a esa cadena intertextual. El sentido de un hashtag no está fijado, muta y se diversifica en su iteración, puede ampliarse como “significante vacío” (Laclau, 1996) o perder su función inicial y desaparecer, o incluso volverse contra sus creadores. De esta manera, la creciente visibilidad del feminismo ha puesto también en circulación una misoginia online que se propaga y se normaliza rápidamente (Banet-Weiser; Miltner, 2016; Rosalind-Gill, 2016). La reacción contra el feminismo se apropia muchas veces de los hashtags para cambiarles el sentido (Ganzer, 2014). Fenómenos como el ciberacoso, el trolleo, la divulgación de datos e imágenes contra las mujeres

“son algunos de los desafíos que crecen proporcionalmente a las oportunidades generadas por las tecnologías”, explican Silva-Reis y Natansohn (2019, p. 394).

Los hashtags, como elementos de “condensación semántica” (Pfleguer, 2021), comprimen en pocas palabras su sentido y son rápidamente reconocibles. Algunos hashtags crean a su alrededor una constelación performativa o un “asentamiento virtual” (Jones, 1997), una conversación anclada en este elemento discursivo que prolifera y se diversifica. Cuando son compartidos por una amplia comunidad, los hashtags no son solo términos de búsqueda sino marcos de sentido, pues facilitan un proceso “archivístico y semiótico” (Bonila; Rosa, 2015, p. 5).

El uso táctico de hashtags en las luchas de las mujeres ha permitido enmarcar, enlazar protestas y extender agendas a nivel transnacional. Los hashtags impulsan y dan forma a la conectividad (Sundén; Paasonen, 2019). Como estrategia

de conexión, permiten “un segundo nivel de ampliación” de los discursos feministas para irrumpir en la esfera pública (**Barker-Plumer; Barker-Plumer, 2018**).

Ya desde el ciclo de protestas que se inició a fines de 2010 con la Primavera Árabe (**Castells, 2012**),

“el hashtag se ha convertido en una herramienta de quienes intentan fomentar el cambio social o político” (**Chen et al., 2018, p. 199**).

Papacharissi y Oliveira (2012) analizan el hashtag #Egypt que acompañó la revolución antes y después de la renuncia del presidente Hosni Mubarak. Durante las protestas en Turquía en defensa del Gezi Park, el uso de hashtags permitió extender la indignación (**Oz, 2016**). **Candón-Mena (2019)** analiza la gestación de una cultura digital global ligada a Internet, movida por la creatividad y la tecnopolítica.

La fuerza de este ciclo de protestas feministas y de sus hashtags arraiga en la voz y la agencia de las mujeres, en ningún caso en los dispositivos tecnológicos, que son precisamente *hackeados*¹ en sus funciones más previsibles (orientadas al consumo y entretenimiento) para extender su potencia tecnopolítica. Son las mujeres las que ponen en circulación los hashtags feministas y los convierten en un elemento facilitador, una pieza de articulación colectiva que funciona como una bisagra para la continuidad online/vida real, es decir: *on-life* (**Briones, 2022**), de la acción y la protesta.

2.3. *Femitags*: los hashtags del feminismo

Desde una perspectiva pragmática, los hashtags más estables y repetidos de la comunidad feminista mexicana pueden ser analizados por sus funciones, como una caja de herramientas para la acción *conectiva*.

Como indicador versátil y multifuncional, un hashtag puede servir para la convocatoria a una marcha, la documentación y la reflexividad sobre lo ocurrido, la instancia didáctica para conceptos políticos, el lugar donde compartir experiencias y mostrar afecto, la evidencia de una violencia y el archivo del caso, el reclamo al Estado y la denuncia, la lista de agresores, la motivación o el entusiasmo para salir a la calle.

El arsenal de hashtags más utilizados por las multitudes conectadas feministas (compartidos por el *Instagram* feminista, el *Facebook* feminista, así como en los blogs y otras plataformas) son lo que llamamos *femitags*. No usamos la palabra *femtags*, pues no se trata de hashtags marcados por la condición femenina de sus enunciatoras, sino *femitags*, por su carácter feminista, como instrumento político al alcance de cualquiera, haciendo un paralelismo con la diferencia señalada por **Lagarde (2005)** entre *femicidio* (el asesinato de una mujer) y *feminicidio*, siendo este último término el marcador jurídico de la violencia máxima contra una mujer por el hecho de ser percibida y tratada como “mujer”².

Es por su reiteración y extensión que los *femitags* funcionan, ya no como elementos de indexación simples, sino como “etiquetas metacomunicativas” (**Daer; Hoffman; Goodman, 2014**). Al volverse estables, los *femitags* pueden ser analizados como “géneros retóricos”, dispositivos discursivos que ayudan a

“las partes comunicantes a alcanzar una comprensión intersubjetiva de la situación”, de acuerdo con **Lombrog (2011)**.

Un género retórico sólo se realiza en la medida en que las prácticas comunicativas, las convenciones y las expectativas son socialmente compartidas y reconocidas entre un grupo de usuarias y se expresan recurrentemente. Por consiguiente, los *femitags* y sus subgéneros son un logro colaborativo, aunque haya grupos localizados o personas concretas que los hayan iniciado. Son inapropiados e inapropiables, no respetan autor ni autoridad y su éxito o continuidad depende de la multitud que los sostiene. Como acto de red, son una performance, no un programa: ocurren y cobran valor en el momento en que son activados colectivamente.

Nuestro análisis busca rastrear la pequeña historia de éxito de algunos *femitags* como marcadores discursivos de una campaña de protestas, más allá de su aparición en las redes sociales digitales, como bisagras o engranajes que sostienen la acción online/vida real. El foco de este trabajo es mostrar la versatilidad pragmática del arsenal de hashtags de las multitudes feministas mexicanas en un periodo de tiempo, como caja de herramientas meta-comunicativa. Nos interesa destacar cómo emergen, negocian sus significados y establecen sus funciones orientadas a la acción conectiva.

“ El arsenal de hashtags más utilizados por las multitudes conectadas feministas (compartidos por el *Instagram* feminista, el *Facebook* feminista, así como en los blogs y otras plataformas) son lo que llamamos *femitags* ”

A pesar de que el foco de esta investigación está puesto en la agencia y el uso pragmático, es imprescindible reiterar que estos hashtags circulan en el marco de aplicaciones como *Twitter*, *Facebook* o *Instagram* que son aplicaciones cuyos algoritmos están diseñados para lucrar con los datos (**Zuboff, 2015**).

2.4. Algunos hashtags del feminismo global

Los hashtags para la acción colectiva permiten una “disrupción memética” (**Thrift, 2014, p. 1091**), rompen el silencio y llaman a la incorporación de nuevas voces y protestas. Esto no quiere decir que todas las personas tengan acceso a la

tecnología ni que quienes sí la tienen logren conversaciones exitosas: muchas veces la marginalización y el silenciamiento ahogan su potencia. Como señala **Crenshaw** (1991, p. 1246):

“Donde los sistemas de dominación de raza, género y clase convergen, como lo hacen en las experiencias de mujeres de color maltratadas, las estrategias de intervención basadas únicamente en las experiencias de mujeres que no comparten la misma clase o raza serán de ayuda limitada para las mujeres que por raza y clase se enfrentan a diferentes obstáculos”.

Un hashtag que apunta a las distintas formas imbricadas de opresión es #WhyIStayed, donde las mujeres cuentan por qué aguantan la violencia doméstica. Empezó en septiembre de 2014, con el video de un jugador de la NFL pegando a su novia en un ascensor. En ese momento Beverly Gooden, una bloguera afroamericana, tuiteó su propia experiencia con su exmarido y agregó #WhyIStayed. Se empezaron a compartir testimonios de cómo la carencia de medios económicos hace que muchas mujeres no puedan dejar parejas agresivas:

“Tuve que planear mi salida durante meses antes de tener un lugar a donde ir y dinero para el autobús para llegar allí. #WhyIStayed” (en **Conley**, 2017, p. 31).

En este hashtag, **Clark** (2016) encuentra una forma de storytelling en primera persona que permite la resonancia y la empatía. Lo mismo es analizado por **Keller, Mendes y Ringrose** (2018) en el caso del hashtag #BeenRapedNeverReported (Me violaron, pero no denuncié), donde las participantes se sintieron empoderadas personal y colectivamente

En el caso del feminismo afroamericano, los *black femi-tags* conectan, multiplican y profundizan qué es acabar con el racismo siendo mujer y cómo la lucha contra la opresión es también una lucha de clase. **Conley** (2017) documenta cómo los espacios feministas digitales han servido para la radicalización y movilización con los hashtags #SolidarityIsForWhiteWomen (La solidaridad es para las mujeres blancas), #BlackPowerIsForBlackMen (el Poder negro es para los hombres negros), #WhyIStayed (Por qué me quedé) y #YouOkSis (Estás bien, hermana). Como explica **Conley**, los hashtags del feminismo negro:

“...son umbrales entre la deshumanización que se vive y la vivible; son lugares de lucha por la política de representación. Funcionan como una forma de renovar historias e intervenciones a través del tiempo y el espacio. Expresan deseos de romper las normas sociales de violencia y marginación, y de pertenencia” (2017, p. 29).

Reverter y Medina-Vicent (2020) han analizado 35 hashtags del feminismo transnacional, marcadores de las multitudes conectadas que empezaron a extender sus campañas en redes digitales globales, muchos de ellos en inglés. Entre los más relevantes están #BringBackOurGirls (devuelvan a nuestras niñas), creado en Nigeria después de que 276 niñas fueran secuestradas por Boko Haram en abril de 2014. Otros son #SlutWalk, #FreePussyRiot, #IAmMalala, #YesAllWoman #NiUnaMenos... Cada uno responde a un momento singular y una campaña viral.

Mucha bibliografía analiza los hashtags en inglés. Es por ello que consideramos imprescindible documentar la variedad y funciones de los hashtags feministas mexicanos y latinoamericanos, en muchos casos compartidos con España, y en la amplia región hispanoparlante. Partimos de México, nuestro lugar de observación etnográfica, para adentrarnos a esta enmarañada red de marcadores performativos.

3. Metodología

Para esta investigación, partimos de un conjunto de 40 hashtags que identificamos en primer lugar con técnicas de etnografía digital y participación observante en las protestas feministas en la Ciudad de México a lo largo de los años de la muestra, que va de abril de 2016, fecha de la primera gran autoconvocatoria feminista en redes: la Movilización Nacional contra las Violencias Machistas #VivasNosQueremos, y fines de 2021, tras la movilización por el *Día internacional contra la violencia a las mujeres*. Seguimos las acciones en vivo y en la esfera digital durante todos estos años, y para este estudio revisamos los hashtags feministas que han sido tendencia. También analizamos programáticamente cuáles eran aquellos en concurrencia que se hacían más presentes, e implementamos una estrategia de “bola de nieve”.

Por medio de la API académica de *Twitter* recogimos 2 millones y medio de tweets emitidos entre enero de 2016 y octubre de 2021 en los que se había utilizado al menos uno de los hashtags de nuestro paquete inicial. En los tweets obtenidos se concentraban nada menos que 275.271 hashtags utilizados en 5.451.566 ocasiones, en total. Los más usados en este periodo de 5 años han sido incluidos en la tabla 1.

Para analizar este material construimos un modelo de datos y cuadro de mandos con *PowerBi* para explorar interactivamente el alcance geográfico de cada etiqueta, su volumen y temporalidad, sus contenidos y autores principales y su vinculación con otros hashtags. Una muestra de los datos obtenidos aparece en la figura 1.

<https://powerbi.microsoft.com>

El interés de esta investigación no es analizar los tweets que han acompañado a cada hashtag, sino los *femitags* como instrumentos performativos, que articulan distintos repertorios para la acción y la comunicación, que “hacen cosas con palabras” (Austin, 1982), en las redes y fuera de ellas

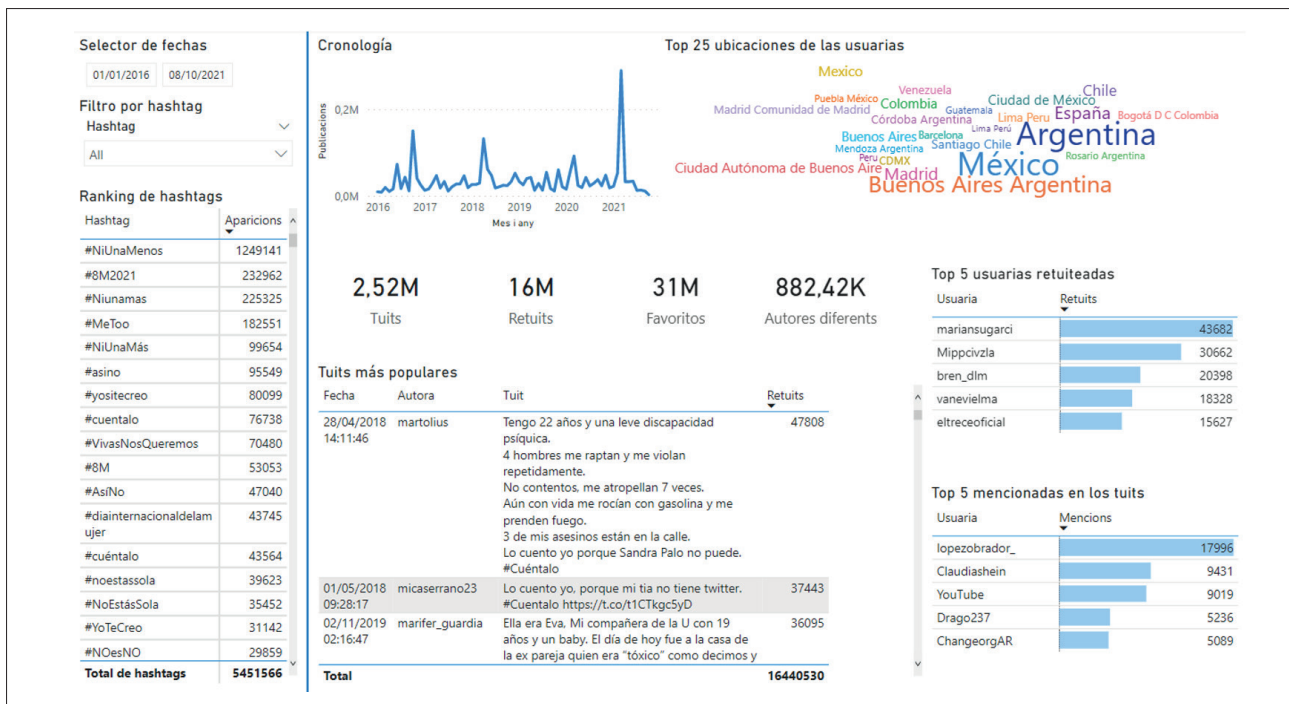


Figura 1. Captura de pantalla del dashboard PowerBI

Como criterio para la selección final de hashtags, se eliminaron los que son palabras solas (#Mujer, #Feminismo, etc.) y los que conforman las comunidades de reacción (*backlash*), como por ejemplo #AsiNo y #EllasNoMeRepresentan (estos dos últimos surgieron contra la protestas de acción directa en México) o los no específicamente feministas como #NiUnoMenos.

Las 5 top usuarias de este periodo corresponden a 5 cuentas personales, lo que indica que los liderazgos en estas multitudes conectadas son contingentes y distribuidos, un fenómeno que hemos analizado en un trabajo previo (Rovira-Sancho; Morales-i-Gras, 2022).

Cabe señalar que estos hashtags pueden adquirir distinta sintaxis y variancias, además de acentos y mayúsculas: #NosQueremosVivas o #VivasNosQueremos; YoTeCreo, AmigaYoTeCreo, YoSiTeCreo, HermanaYoTeCreo; o incluso marcadas por el país: MeTooMx o YoTeCreoVenezuela. También pueden añadir fechas como #8M2021, además de ir la mayor parte de las veces juntos, en racimos.

Para contrastar nuestros resultados se revisó también la investigación de Esquivel-Domínguez (2019) quien recoge los principales hashtags feministas en México hasta 2019, partiendo de las siguientes premisas: que estuviera relacionado con las protestas contra la violencia contra las mujeres y niñas, que hubiera sido tendencia en México y en algunos casos internacional, y que hubiera sido retomado por los medios de comunicación digitales.

Al final elaboramos una batería de hashtags específicos de las multitudes conectadas mexicanas que se revelaron en muchos casos latinoamericanos. Estos *femitags* no sólo son elementos de indexación sino “etiquetas metacomunicativas”, puesto que se caracterizan por:

- haber sido utilizados reiteradamente en una o varias de las tres principales campañas feministas: contra el feminicidio, por la legalización del aborto, contra la violencia sexual;
- son a la vez hashtags transnacionales, con distintos orígenes, mayoritariamente en las regiones hispano parlantes.

El interés de esta investigación no es analizar los tweets que han acompañado a cada hashtag, sino los *femitags* como instrumentos *performativos*, que articulan distintos repertorios para la acción y la comunicación, que “hacen cosas con palabras” (Austin, 1982), en las redes y fuera de ellas.

Iniciamos con una breve descripción genealógica de algunos *femitags* de especial relevancia. De acuerdo con Foucault:

“La genealogía es una investigación particular sobre aquellos elementos que tendemos a sentir que están sin historia. Es un trabajo de desmitologización que se propone desalojar los sentidos ocultos y los falsos semblantes bajo los cuales se oculta una realidad histórica” (1997, p. 15).

Rastreamos su aparición en contextos concretos de activismo, la forma en que son fruto de intertextos con densidad en el tiempo y el espacio, utilizando fuentes secundarias y datos de nuestra propia etnografía.

Después de trazar una breve genealogía de algunos *femitags*, pasamos a elaborar una caracterización más general de los 50 de nuestra lista (tabla 1) cruzando sus principales atributos.

4. Clasificación y genealogía de algunos femitags

En este apartado rastreamos el origen intertextual y la extensión transnacional de los *femitags* más emblemáticos. Poniendo énfasis en la imbricación online/física del activismo feminista, partiremos de una primera clasificación:

1. *Femitags* para tomar las calles, es decir, que constituyen llamadas a la acción colectiva más allá de las redes, y
2. *Femitags* narrativos para “contar y contarnos” en las redes.

4.1. *Femitags* para tomar las calles

#VivasNosQueremos se inició como una campaña *artista* lanzada por la colectiva mexicana *Mujeres Grabando Resistencias* en la Ciudad de México en julio 2014. Su objetivo era, de acuerdo con sus palabras en su página de *Facebook*³, “crear gráficas con mensajes claros y entendibles contra las violencias hacia las mujeres, los feminicidios y por nuestro derecho a la autodefensa, ello para intervenir las calles de México y otros países del Abya Yala”.

Tal como explica **Rovetto** (2015, p. 17),

“recibieron diecisiete grabados que hicieron circular por la red social FB y distribuyeron a través de colectivas feministas en México, Europa y otros países latinoamericanos para imprimir y pegar en las calles o realizar intervenciones políticas en el espacio público”.

Como antecedente directo de esta campaña, Rovetto señala el empapelado de carteles en Ciudad Juárez en abril de 2011, con los retratos de las mujeres desaparecidas y asesinadas realizado por la asociación civil *Nuestras Hijas de Regreso a Casa* y el hashtag #HastaEncontrarles. Estas imágenes circularon por las redes sociales y se imprimieron en estenciles, carteles y serigrafías. En 2014, la desaparición forzada de los 43 estudiantes de Ayotzinapa en México hizo circular #VivosLosQueremos. La versión en femenino y primera persona del plural #VivasNosQueremos se hizo tendencia en *Twitter* para convocar la primera gran marcha de la Primavera Violeta Mexicana el 26 de abril de 2016 (**García-González, 2021; Pflieger, 2021**).

Inspiradas en *Mujeres Grabando Resistencias*, en Argentina también hicieron un taller de grabado de linóleos feministas en 2015 con el mismo lema. Y después del éxito de la marcha mexicana de 2016, incorporaron #VivasNosQueremos a su convocatoria de #NiUnaMenos para tomar la calle el 3 de junio de ese año.

#NiUnaMenos destaca claramente como el *femitag* más relevante de toda la ola de las multitudes conectadas feministas latinoamericanas. Su genealogía es también ejemplo de la imbricación online/vida real y de la dimensión transnacional de las protestas feministas, con memoria histórica. La frase “¡Ni una más!” fue escrita a inicios de este siglo por la poeta Susana Chávez, madre de una joven víctima de feminicidio en Ciudad Juárez, México. Esta madre fue asesinada en 2011 mientras exigía justicia para su hija. La *Cepal* eligió la frase de su poema para publicar el informe sobre la violencia contra las mujeres de 2007, “¡Ni una más! El derecho a vivir una vida libre de violencia en América Latina y el Caribe”.

Años después, en 2015, la variante “Ni una menos” (que hace énfasis en la vida: Ni una menos en vida), se posicionó en Argentina por encima de Ni Una Más (que hace alusión a la muerte: “Ni una muerta más”). Además, #NiUnaMenos en Argentina tendía un puente con la lucha de las *Madres de la Plaza de Mayo* y su exigencia de “aparición con vida” de los desaparecidos en la dictadura militar de 1976 a 1983 (**Fuentes, 2019**).

Ni Una Menos fue también el título de una maratón de lectura en Buenos Aires contra las cifras crecientes de feminicidios en abril de 2015. En mayo de ese año, tras el asesinato de la niña de 14 años Chiara Páez en manos de su novio, la periodista Marcela Ojeda (@MarcelitaOjeda) publicó en *Twitter*: “Actrices, políticas, artistas, empresarias, referentes sociales... mujeres, todas, ¿bah... no vamos a levantar la voz? NOS ESTÁN MATANDO”.

Un grupo de periodistas con muchos seguidores en redes sociales decidieron convocar una movilización contra los feminicidios para el 3 de junio de 2015. De acuerdo con **Natalucci y Rey** (2018, p. 16),

“a fin de unificar las consignas, la comisión organizadora centralizó las diferentes convocatorias y fue publicando una lista actualizada de los puntos de encuentro en las cuentas oficiales de *Twitter* (@niunamenos) y *Facebook* (Ni Una Menos)”.

680 políticos publicaron un tweet con un cartel, 834 organizaciones sociales y 2.137 famosos de Argentina y 280 de América Latina tuitearon #NiUnaMenos y lograron que fuera tendencia mundial. Unas 300.000 personas marcharon en todo el país el 3 de junio de 2015.

Según **Laudano** (2019), fue entonces cuando por primera vez se hizo tendencia mundial un hashtag feminista:

“la ciberacción devenida trending topic exitoso con repercusiones dentro de ámbitos políticos nacionales y resonancias internacionales se constituirá en lo inmediato en el *tuitazo* iniciático a emular en distintas causas” (p. 360).

#NiUnaMenos abrió el espacio para una amplia agenda, no solo contra el feminicidio sino también por la legalización del aborto, contra la precariedad y el endeudamiento de las mujeres, generando nuevas campañas como #AbortoLegal o la huelga del 8 de marzo

A partir de entonces, muchas mujeres en todo el continente se unieron al grito de #NiUnaMenos y organizaron sus propias movilizaciones en sus países. A nivel local, como muestran **Garibotti y Hopp** (2019, p. 186), #NiUnaMenos abrió el espacio para una amplia agenda, no solo contra el feminicidio sino también por la legalización del aborto, contra la precariedad y el endeudamiento de las mujeres, generando nuevas campañas como #AbortoLegal o la huelga del 8 de marzo. Lo que inició siendo una convocatoria a una marcha difundida en redes se transformó en un movimiento social amplio, con muchas organizaciones locales y a la vez una campaña global. #NiUnaMenos ha convocado movilizaciones en las calles de Bolivia, Brasil, Chile, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Perú, Puerto Rico y Uruguay, entre otros (**Rovira-Sancho; Morales-i-Gras**, 2022). Y ha saltado el océano, para llegar a España, Turquía, Alemania e Italia. De acuerdo con **Fuentes** (2019), #NiUnaMenos

“configura una constelación de rendimiento (a)sincrónico, multiplataforma y multisitio que tiene como objetivo hackear el patriarcado” (p. 176).

En el auge de la movilización de #NiUnaMenos en Argentina, se convocó a un paro de labores el 19 de octubre de 2015, tras el asesinato de Lucía Pérez, de 16 años, con el hashtag #NosotrasParamos y #MiercolesNegro. Se replicaba así la huelga del #BlackMonday realizada por las mujeres de Polonia ese mismo mes contra la criminalización del aborto. Tras el éxito de convocatoria, tanto polacas como argentinas, así como mujeres de otras nacionalidades, en un grupo de Facebook, decidieron llamar a un Paro Internacional de Mujeres para el siguiente 8 de marzo de 2017. De acuerdo con **Annunziata** (2020), la llamada a la huelga en redes

“constituyó un hito que conectó las violencias machistas con las violencias económicas y sociales del capitalismo, la explotación y la precarización laboral” (2020, p. 160).

El paro en el *Día de la mujer* en 2017 y 2018 se extendió con gran éxito en Argentina y España, pero también en México, Colombia, Venezuela, Ecuador y Estados Unidos (**Garrido-Ortolá**, 2022). El 9 de marzo de 2020, en México, desde el perfil de Twitter de un pequeño colectivo de mujeres, Las Brujas del Mar, se convocó a #UnDiaSinNosotras, con gran éxito de convocatoria.

#NiUnaMás, la frase original del poema de Susana Chávez, la madre luchadora de Ciudad Juárez, no ha sido tan utilizada como Ni Una Menos en estos años a nivel global, pero ha tenido una presencia constante en las redes sociales de México y adquirió máxima potencia entre 2019 y 2020, con una clara función de indexar nuevos casos de víctimas de feminicidio. Como confrontación con el estado, #NiUnaMás ha servido como marcador de impunidad. A su vez, este *femitag* tendió un puente entre dos comunidades: el feminismo en red, urbano y joven, y la lucha de las familias de víctimas de feminicidio y desaparición, movimiento éste último más tradicional, no feminista, y anclado en el territorio (**Rovira-Sancho; Morales-i-Gras**, 2023).

Hay una gran variedad más de *femitags* que llaman a la acción en las calles. #NoMeCuidanMeViolan tuvo un impacto puntual, pero de gran intensidad en México en agosto de 2019, tras tres denuncias por violación contra miembros de los cuerpos policiales. Este hashtag apareció al mismo tiempo que la autoconvocatoria a la marcha de la #Brillanteada, después de que una activista rociara con purpurina (brillantina) al jefe de la policía. La movilización se acompañó también por #MeCuidanMisAmigasNoLaPolicia. Estos hashtags circularon intensamente y por racimos, mientras en las calles de la ciudad de México grupos de mujeres lanzaban cócteles incendiarios contra edificios públicos, transporte urbano y grafitaban monumentos.

Los hashtags con fechas clave para salir a las calles constituyen los más abundantes de esta ola de multitudes feministas: por ejemplo, el #8M (y sus variantes, que pueden incluir el año e incluso el lugar) para convocar anualmente a marchar el *Día internacional de la mujer*; el #25N como el *Día internacional contra la violencia a las mujeres*; el #28S para el *Día de acción global por la despenalización del aborto*. A veces la fecha se adelanta o pospone un día, dependiendo del año y la convocatoria a marchar. Los hashtags de fecha permiten la articulación simultánea y deslocalizada de las movilizaciones de una agenda feminista translocal y global con un código común.

También los hashtags de fecha indican convocatorias puntuales locales, como el #3J, correspondiente a la enorme manifestación del 3 de junio de 2015 en Argentina, o #24A para el 24 de abril de 2016 en México. Las fechas no van solas, suelen acompañarse con *femitags* que las impulsan y que definen cuál es la acción adecuada y el repertorio a utilizar, normalmente una marcha, pero también puede ser otras acciones, como la huelga, como indica el llamado exitoso a #HuelgaFeminista8M, para el *Día internacional de la mujer*, #HuelgadeMujeres, #ParoInternacionalDeMujeres, #NosotrasParamos, #UnDiaSinNosotras, extendido entre los años 2017 a 2020.

4.2. *Femitags* narrativos para “contar y contarnos”

Hay otro subgénero de *femitags* que no convocan a tomar las calles, sino que se erigen como campañas digitales de *story-telling* (**Polletta**, 2006) o de “testimonio ético” (**Núñez-Puente; Fernández-Romero**, 2017). Se trata de una acción

Los *femitags* que llamamos de “contar y contarnos” adquieren poder metonímico: la parte es el todo, un testimonio hace crecer y re-presenta (vuelve a presentar) todos los demás, es decir, condensa un discurso que genera una cascada de redundancia con nuevas voces

discursiva en red que se viraliza y adopta la primera persona del singular, principalmente para romper el silencio sobre las violencias de género, sexuales y feminicidas.

Estos *femitags* implementan la táctica⁴ de *contar y contarnos*, que desvela y construye un archivo colaborativo en primera persona de algo cuya evidencia estaba tan dispersa y silenciada que no lograba armarse como tal. Cada relato cuenta su historia y a la vez se suma a la historia general. *Se lleva la cuenta* en el sentido numérico, *se toma en cuenta y se cuenta* el relato testimonial, sobre todo sobre acoso y violencias sexuales. En este sentido, contra cualquier generalización, las campañas de *femitags* se basan en el caso singular y en la denuncia por iteración. La politización feminista de sus activistas ocurre cuando la potencia agregativa de los relatos individuales revela una condición estructural.

Los *femitags* que llamamos de “contar y contarnos” adquieren poder metonímico: la parte es el todo, un testimonio hace crecer y re-presenta (vuelve a presentar) todos los demás, es decir, condensa un discurso que genera una cascada de redundancia con nuevas voces. Estos *femitags* trazan también marcos de sentido que ponen en evidencia los estereotipos y la complicidad del estado en la violencia de género y su impunidad. Muestran la continuidad entre los celos en el noviazgo, el acoso y el feminicidio, en lo que ha venido a llamarse el “violentómetro”⁵, con los distintos grados de un mismo problema.

En nuestro archivo hemos encontrado dos subgéneros de *femitags* de contar y contarnos, los que sirven para romper el silencio ante la violencia sexual y los que ponen en escena la gravedad de la violencia feminicida a partir de develar el cinismo de su normalización autorizada. A estos últimos los llamaremos *femitags* de reflexividad paradójica.

4.3. *Femitags* de reflexividad paradójica

A esta categoría pertenecen los que confrontan la ineficacia, la omisión y la complicidad del Estado, los medios de comunicación y las instituciones ante la violencia feminicida, mostrando las condiciones vejatorias que estigmatizan a las mujeres. Por ejemplo, #ViajoSola, #SiMeMatan o #MisSeñasParticulares.

#ViajoSola surgió tras la desaparición y el asesinato de dos jóvenes argentinas Marina Menegazzo y María José Coni en Ecuador el 22 de febrero de 2016 (Piñeiro-Otero; Martínez-Rolán, 2016). La indignación ante el tratamiento mediático del suceso llevó a una comunidad en red a poner en evidencia que dos mujeres juntas de ninguna manera “viajan solas”. El colectivo mexicano *Plumas Atómicas* (2016) hizo un vídeo viral que acompañó el hashtag en Facebook: “#ViajoSola. Violencia a las mujeres”.

Fue en este mismo contexto, que el 1 de marzo de 2016 la estudiante paraguaya Guadalupe Acosta escribió una carta en Facebook titulada “Ayer me mataron”, publicación que Facebook eliminó un mes después (Piñeiro-Otero; Martínez-Rolán, 2016, p. 23). La difusión de esta misiva, tanto en las redes digitales como en varios medios de comunicación, hizo del *femitag* #SiMeMatan un asentamiento virtual alrededor del cual se volvía a reunir una multitud indignada de mujeres dispuestas a exhibir de cuantas maneras se suele justificar un crimen misógino.

Un año después, este *femitag* volvió a aparecer y se hizo tendencia en mayo de 2017 tras el feminicidio de la estudiante de la *Universidad Nacional Autónoma de México*, Lesvy Berlín Rivera-Osorio, cuando las autoridades expusieron elementos de su vida privada con los que parecían culparla de su muerte. #SiMeMatan acompañó las rabiosas manifestaciones de estudiantes que lograron que el novio fuera juzgado y acabara en la cárcel por feminicidio.

En estos tweets escalofriantes, cada mujer da las razones potenciales con las cuales puede ser culpabilizada en caso de ser asesinada, como ser bisexual e indígena, o ser periodista de investigación y no elegir la maternidad, o haber sido diagnosticado con un trastorno mental y estar divorciada. Al investigar el contenido de los tweets de este hashtag, Kadic (2019) encontró que

“una de las primeras cosas que llama la atención es el abrumador uso de verbos que usamos a diario; como ‘estar’, ‘viajar’, ‘andar’, ‘beber’, ‘tener’, ‘vivir’, ‘hablar’”.

En septiembre de 2017, una de las jóvenes que había participado en la campaña de tweets de #SiMeMatan, Mara Castilla, estudiante en Puebla, fue violada y asesinada por un conductor del servicio de taxi *Cabify*. Ella había escrito en Twitter: “#SiMeMatan es porque me gustaba salir de noche y tomar mucha cerveza...”

Otro de los *femitags* de reflexividad paradójica que se adelantan al horror y denuncian la posibilidad hipotética de la desaparición y el feminicidio es #MisSeñasParticulares. Hace referencia a un informe de 2018 donde se reconoce que, de más de 9.000 casos registrados de desaparición de mujeres desde 1968 en México, más del 61% de los expedientes no especifican ningún rasgo físico que pueda facilitar su búsqueda. Dos años después, en febrero de 2020, en el momento más álgido de las protestas contra el feminicidio de la joven Ingrid Escamilla, se recuperó este *femitag* y se hizo tendencia. Aquí el ejemplo de uno de los tweets:

“ El tiempo presente de los *femitags* abre un *Jetztzeit*, en términos de Walter Benjamin. Muestra la voluntad prefigurativa de la acción conectada, aquí y ahora, abrir el momento y hacer del presente el lugar de la lucha y de la escucha, sin esperar más ni proyectar ”

“#MisSeñasParticulares por si tienen que buscarme: 1.57 Ojos cafés Pelo corto, lacio y pintado. Tatuaje de 1corazón con 2 manos en el muslo de la pierna derecha. Un lunar tantito arriba del ombligo y un lunar debajo de mi ojo derecho. Uso brackets #11asesinadasaldía #Niunamás.”

4.4. *Femitags* para romper el silencio sobre violencia sexual

En octubre de 2015, aparece el *femitag* #PrimeiroAsseido en Brasil, creado por la periodista Juliana de Faria, del colectivo feminista *Think Olga*, para acompañar y defender a una niña de 12 años que sufrió una lluvia de insultos obscenos en *Twitter* tras su participación en el concurso juvenil de *Masterchef*. La periodista solidaria explicó que ella también había sido víctima de acoso siendo menor de edad. En unos días, más de cien mil mujeres habían contado su propia experiencia de violencia sexual. De acuerdo con lo publicado, la media de edad del primer acoso en Brasil era los 9,7 años. Y esto no sólo pasaba en la calle sino en la familia, donde supuestamente las niñas deberían sentirse seguras (Ruiz-Navarro, 2016).

Unos meses después, acompañando la convocatoria a tomar las calles del 24 de abril de 2016 en México, la versión en español de este *femitag* se hizo viral cuando la periodista colombiana Catalina Ruiz-Navarro escribió en *Twitter*: “¿Cuándo y cómo fue tu primer acoso? Hoy a partir de las 2pmMX usando el hashtag #MiPrimerAcoso. Todas tenemos una historia, ¡levanta la voz!”. Mientras una multitud autoconvocada de mujeres salía a marchar en 40 ciudades del país, los testimonios se sucedían en las redes. Con #MiPrimerAcoso la experiencia de “darse cuenta” lograba transformar el daño o la vergüenza en potencia política en las redes y simultáneamente en las calles.

Pero el *femitag* de este tipo más exitoso, de más larga duración y amplitud global, llegó a fines de 2017: #MeToo fue capaz de saltar de contexto, iterarse y mutar a lo largo de los últimos 5 años. Por su brevedad y simpleza, #MeToo no sólo se lee, sino que se ve: deviene unidad icónica, se convierte en un meme. Lanzado en *Twitter* desde Estados Unidos el 15 de octubre de 2017 por Alyssa Milano saltó fronteras e idiomas. Su habilidad para producir y conectar historias individuales se articuló en el caso mexicano con otros hashtags: #YoSiTeCreo y sus variantes, o #NoEstásSola, *femitags* más específicamente dedicados a generar comunidad afectiva, que venían del contexto español, con la campaña de #Cuéntalo en 2018, desatada tras la sentencia conocida como de La Manada⁶.

A diferencia de #MiPrimerAcoso, el #MeToo mexicano no sólo cuenta una situación de acoso o violencia, sino que nombra al perpetrador. En este sentido, llevó a las redes digitales el repertorio de protesta conocido como *escrache*⁷. Los distintos hashtags que surgieron a partir del #MeToo en México⁸ tuvieron una intensidad inesperada entre el 24 de marzo y el 10 de abril de 2019 y exhibieron la ineficacia (social, cultural, legal) del acceso a la justicia para las mujeres víctimas de acoso sexual y violación. El #MeToo mexicano, con todas sus variantes por gremio y centro educativo, tuvo un enorme impacto en la opinión pública y los medios de comunicación (Rovira-Sancho, 2023). Marca además el inicio de la ola misógina en las redes digitales dirigida contra las mujeres activistas y las periodistas: desacreditándolas, amenazándolas y haciéndolas objeto de nuevas agresiones (Pedraza, 2019).

5. *Femitags* de las multitudes conectadas desde México

En la tabla 1 hemos marcado los ejes de relevancia de los *femitags* recogidos. Respecto a la agenda feminista, por ejemplo, sólo hemos señalado si el *femitag* inicia e incide en especial en una campaña concreta de las tres principales encontradas:

- contra el feminicidio,
- por la legalización del aborto, y
- contra la violencia sexual.

Si no es así, se entiende que es generalista y las incluye todas, como por ejemplo el #8M y otras fechas de grandes movilizaciones o #ViolenciaMachista, ViolenciaDeGenero, #JusticiaPatriarcal. Cabe destacar el eje de relevancia de #Huelga-Feminista, #ParoInternacionaldeMujeres, #NosotrasParamos, pues marca un hito de movilización global y nuevo tema en la agenda feminista que se volverá fundamental: el del trabajo reproductivo infravalorado y la desigualdad salarial, trazando un nuevo marco: la relación entre patriarcado y capitalismo.

Siendo América Latina la segunda región más letal para las mujeres del mundo, no es extraño el amplio despliegue de *femitags* para denunciar feminicidios que adquieren una dimensión transnacional: #NiUnaMenos o #MiércolesNegro originarios de Argentina, #ViajoSola, surgido en Ecuador, #NiUnaMas en México.

También es habitual crear hashtags con los nombres de víctimas, como #IngridEscamilla en México, además de muchas otras con nombre y apellido que hacemos representar en este hashtag.

Contra el feminicidio encontramos #NiUnaMas, #VivasNosQueremos, #MachismoMata, #MexicoFeminicida, #VivasLasQueremos, #SiMeMatan, #MisSeñasParticulares.

Femitags específicamente diseñados para denunciar la violencia sexual son: #MeToo (originario de Estados Unidos), #MeTooMx y variantes (que en México fueron hasta 40 en 2019), #YoSiTeCreo, #AmigaYoTeCreo, #YoTeCreo, #Cuéntalo (originario de España pero viralizado en toda América Latina), #NoEstasSola, #NoEsNo, #NoMeCuidanMeViolan, #MeCuidanMisAmigas, #MiraComoNosPonemos (propio de las actrices argentinas), #EstaEsNuestraManada, #UnViolador-

Tabla 1. Ejes de relevancia de los 50 *femitags* recogidos

	Contra feminicidio	Por el aborto	Contra violencia sexual	En 1ª y 2ª P. singular	En 1ª P. plural	Tiempo pasado	Tiempo presente	Tiempo futuro	Paradoja y denuncia	Comunidad afectiva	Agregar casos (Archivo)	Identidad colectiva
#NiUnaMenos	X											
#NiUnaMás	X										X	
#MeToo			X	X						X	X	
#YoSiTeCreo, #YoTeCreo			X	X			X			X		
#AmigaYoTeCreo												
#Cuéntalo			X	X			X			X	X	
#VivasNosQueremos	X				X		X			X		
#8M, #8M2020, #8M2021, #DialInternacionalDeLaMujer	X	X	X									X
#HuelgaFeminista8M, #HuelgadeMujeres, #ParoInternacionalDeMujeres	X	X	X						X			X
#NosotrasParamos, #UnDiaSinNosotras	X	X	X		X				X			X
#NoEstasSola			X	X			X			X		
#NOesNO			X				X		X			
#MarchaFeminista												X
#3J, #24A	X		X									
#ViolenciaMachista	X		X								X	
#NoMeCuidanMeViolan, #MeCuidanMisAmigas			X	X			X		X	X		
#UnVioladorNoSeraGobernador			X					X				
#ViolenciaDeGénero			X									
#BastaYa	X		X				X				X	
#IngridEscamilla	X										X	
#DiaContraLaViolenciaDeGenero, #25N	X	X	X									
#JusticiaPatriacal	X		X								X	
#SeVaACaer	X	X	X					X		X		
#AbortoLegalYa, #AbortoLegal, #28S		X					X					
#MiercolesNegro	X											
#MachismoMata	X						X				X	
#MiraComoNosPonemos			X		X					X	X	
#Metoo, #MeTooMx			X	X						X	X	
#MexicoFeminicida	X						X				X	
#VivasLasQueremos	X				X					X		
#EstaEsNuestraManada			X		X					X		X
#FuimosTodas					X	X				X		X
#ViajoSola	X			X			X		X	X		
#SiMeMatan	X			X				X	X	X		
#MisSeñasParticulares	X			X					X	X		X
#SeráLey		X						X	X			
#MareaVerde		X										X
	Agenda feminista			Persona verbal y tiempo				Especificidad/ énfasis				

NoSeráGobernador (este último contra la postulación electoral de un político mexicano acusado de violación (**Portillo et al.**, 2022).

Por su parte, la campaña por la legalización del aborto ha contado con su arsenal de *femitags* transnacionales, la mayoría de ellos impulsados desde las multitudes argentinas, llamando a tomar las calles y a presionar al aparato legal de cada país: #AbortoLegalYa, #AbortoLegal, #SeraLey, #MareaVerde, #PañuelazoInternacional, #28S, #26S.

5.1. Personalización de la política o lo personal es lo político

Podemos también observar el uso recurrente de la primera y segunda persona en los *femitags*, sobre todo en el subgénero para contar y contarnos. El “yo” y el “tú” están presentes, incluso combinados, en hashtags como #MeToo, #YoTeCreo o #Cuéntalo. Sin duda, este tipo de recurso retórico coincide con lo que se ha considerado propio de las redes digitales: la personalización de la política, que deja de lado las estructuras mediadoras y se expresa desde la primera persona, desde la experiencia individual, haciendo de lo personal lo político. El plural, el “nosotras” aparece en los *femitags* donde se muestra la voluntad de unidad del colectivo y el deseo de que no falte ninguna como consigna de lucha: #NiUnaMenos (de nosotras), #NiUnaMás (de nosotras), #VivasNosQueremos, #FuimosTodas, #EstaEsNuestraManada, #NosotrasParamos.

5.2. Creación de comunidad afectiva y conciencia feminista

Los hashtags de romper el silencio suelen aparecer en concurrencia con aquellos cuya principal función es enfatizar el valor de la palabra de las mujeres y confirmar la existencia de una comunidad afectiva basada en la empatía: #MeToo, #YoSiTeCreo, #YoTeCreo, #AmigaYoTeCreo, #Cuéntalo, #NoEstasSola, aunque de alguna forma todos los *femitags* cumplen el propósito de conectar emociones y motivar a la acción, como lo hacen los siguientes: #MeCuidanMisAmigas, #EstaEsNuestraManada, #FuimosTodas, #MarchaFeminista. A la vez, algunos *femitags* advierten e informan creando una comunidad que se enseña a sí misma y toma conciencia entre pares, en una clara función pedagógica distribuida, reiterando ejemplos en #NoesNo, #BastaYa #JusticiaPatriacal, #MachismoMata, #ViolenciaDeGenero.

5.3. Archivo de denuncias como marcador de impunidad

Varios hashtags cumplen la función de indexar nuevas denuncias de casos de violencia a un archivo digital creciente: #MeToo y sus variantes, #MiPrimerAcoso, o #Miracomonosponemos lo hacen sobre violencia sexual. Un *femitag* cuya función prioritaria es la indexación de nuevos feminicidios es #NiUnaMás. Suele ir acompañado con hashtags con los nombres de las víctimas. Estos buscan no sólo denunciar y clamar por justicia, sino recuperar la memoria y humanizar a las asesinadas. Por ejemplo en el caso de #IngridEscamilla, el hashtag logró cambiar la denigración que supuso la filtración de las imágenes de su cadáver torturado por otras imágenes que asociaran su memoria a aspectos de su vida, paisajes de paz y belleza (*Signa_Lab*, 2020).

5.4. Prefiguración y *Jetztzeit* (= tiempo del ahora)

La mayoría de los *femitags* que llevan verbos conjugados están en presente: #NoesNo, #YoSiTeCreo, #Cuéntalo, #NosotrasParamos, #NoEstasSola, #NoMeCuidanMeViolan, #MeCuidanMisAmigas, #ViajoSola, #VivasNosQueremos, #Estaesnuestramanada, #Miracomonosponemos, #Vivaslasqueremos, #MachismoMata.

Sólo en un caso aparece un verbo en pasado: #FuimosTodas. Este hashtag fue puntual y específico: apareció a mediados de agosto de 2019 en México ante el rechazo mediático e institucional que suscitó la acción directa de las mujeres en las calles, rompiendo y quemando. #FuimosTodas permitió que una comunidad en red asumiera colectivamente los destrozos y los graffitis para paliar la criminalización de la protesta, en un momento de enorme *backlash*.

El tiempo presente de los *femitags* abre un *Jetztzeit*, en términos de Benjamin (2008, p. 51). Muestra la voluntad prefigurativa de la acción conectada, aquí y ahora, abrir el momento y hacer del presente el lugar de la lucha y de la escucha, sin esperar más ni proyectar. Los pocos *femitags* que apelan al futuro son afirmaciones imperativas más que expresión de utopías: #SeráLey (el aborto), #SeVaACaer (el patriarcado); a veces se adelantan al futuro para llamar a la acción en el ahora y evitar la paradoja que anuncian: #SiMeMatan (...será porque me gustaba salir de noche, por ejemplo) o #MisSeñasParticulares (...por si encuentran mi cadáver). La denuncia mediante paradojas es un recurso retórico complejo, implica ponerse en el lugar de una futura víctima para asegurar que eso no debe ocurrir y luchar ahora mismo para impedirlo.

5.5. Vida efímera de un hashtag

En cuanto a su duración, algunos hashtags pueden saltar continentes y alargarse por años, como por ejemplo #MeToo. Otros se vuelven tendencia y luego desaparecen, pero pueden resucitar en otro momento. Su duración no sirve como indicador de éxito o fracaso, pues algunos son campañas puntuales que cumplen su función como #UnVioladorNoSeráGobernador o incluso #MiPrimerAcoso, que fue tendencia en México con el llamado a la marcha del 24 de abril de 2016. O #SiMeMatan, que acompañó la ira en la universidad tras el feminicidio de Lesvy Berlín.

Otros hashtags permanecen más allá de su propósito inicial, que muchas veces era convocar una movilización situada en el espacio. Por ejemplo, #NiUnaMenos, surgido para convocar a las calles en junio de 2015, se convirtió en un indicador global de la actual ola feminista transnacional. Y a la vez en un movimiento argentino con una agenda amplia, que va del aborto a la denuncia de la deuda. En el mismo sentido, #MeToo ha sido reiterado, traducido y apropiado en distintas variantes y en múltiples campañas en más de 90 países. Hay *femitags* que se repiten de

Algunos *femitags*, por su calidad intertextual, muestran la densidad histórica de las protestas, invocan luchas previas y tejen una dimensión global entre movilizaciones locales y causas a veces distantes

forma intermitente a lo largo de los años y localidades, pues indican agendas que no se resuelven, como #AbortoLegal, a la vez que se repiten las fechas globales como #8M para el *Día internacional de la mujer*, o para convocatorias recurrentes como #HuelgaDeMujeres, o lemas que funcionan como marcos de motivación, que se extienden en el tiempo y el espacio latinoamericano, como #SeVaACaer (refiriéndose al patriarcado) o #NoesNo.

6. Conclusiones

Los hashtags de las multitudes conectadas feministas mexicanas conforman una serie de elementos metacomunicativos propios de esta ola de protestas y muestran la profunda imbricación entre las movilizaciones en las calles y la actividad online en toda el área de habla hispana. Al revisar el arsenal de hashtags feministas desde México (que no mexicanos) hemos comprobado que construyen una agenda común de los feminismos entre países: Argentina, México, Ecuador, España, Perú, Paraguay... Estos *femitags* trascienden su función indicativa para convertirse en elementos meta discursivos performativos, que sostienen los lazos débiles de las multitudes feministas, pues les permiten la acción coordinada y la extensión de marcos. Los *femitags* en su diversidad constituyen así una caja de herramientas para convocar, denunciar y narrar agravios. Algunos *femitags*, por su calidad intertextual, muestran la densidad histórica de las protestas, invocan luchas previas y tejen una dimensión global entre movilizaciones locales y causas a veces distantes. Practican una memoria de libre apropiación, que rescata algunos legados (como la lucha contra los feminicidios de Ciudad Juárez, los desaparecidos de Ayotzinapa o las *Madres de la Plaza de Mayo* en Argentina).

Como performativos, los *femitags* adquieren una connotación afectiva fuerte que reivindica la vida, en contra de los feminicidios. Por ejemplo #VivasNosQueremos, con su énfasis en el presente, no solamente es una invocación a tomar las calles sino la afirmación de un desafío que implica reconocer la importancia de cada una, negando la posibilidad de que haya vidas que no importen. La interpelación al Estado de algunos *femitags* son graves denuncias y marcadores de impunidad. Revelan y visibilizan cómo la violencia patriarcal se sostiene en la omisión institucional, que se muestra ineficaz para defender la vida y que normaliza la violencia sexual y revictimiza a las agredidas.

La personalización de la política, propia de la era digital, aparece manifiesta en la abundancia de *femitags* en primera (o segunda) persona, llamando a la participación desde la experiencia singular y encarnada: la propia voz, rechazando la mediación o representación. Las multitudes feministas han obtenido en el espacio común de los *femitags* la posibilidad de eludir el carácter abstracto de los universales y apelar a una “generalización múltiple”: la creación paciente e inesperada de un “nosotras” expansivo, como diría Gutiérrez (2014). La distribución de voces y la ausencia de liderazgos fuertes o permanentes, constituye una experiencia de potencia política. También la hace susceptible al *backlash*, a la utilización de los mismos hashtags en contra de las activistas, con la cibermisoginia y el discurso del odio.

Los *femitags* de contar y contarnos para romper el silencio construyen una constelación de afectos y voces que logra armar un rompecabezas: un archivo de violencias sexuales inaudito y sin precedentes. Estos *femitags* generan conversaciones que regresan la autoridad epistémica a las propias víctimas sobre qué constituye acoso o qué es la violación. La labor pedagógica entre pares a través de hashtags merece una investigación a parte, así como la toma de conciencia feminista que detona entre las jóvenes leer y publicar sus propios agravios en redes.

Los *femitags* no sólo sostienen redes y aceitan protestas, sino que tienen una función de archivo de violencias e indexación de casos. El carácter fugaz de las redes y la propiedad corporativa de las grandes plataformas como *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*, hace que la duración y permanencia de este cuerpo de evidencias discursivas no esté garantizado. Sólo en el caso de #Cuéntalo existe un repositorio público y accesible de los testimonios recogidos en *Twitter*, gracias a la iniciativa de la *Asociación de Archiveros de Cataluña* junto con las periodistas Cristina Fallarás y Karma Peiró, consultable en:

<https://proyectocuentalo.org>

Documentar y conservar estos testimonios vertidos a las redes mediante hashtags es ineludible para pensar y diagnosticar el estado del mundo y los esfuerzos por transformarlo.

7. Notas

1. “*Hackear* es hacer cosas con código, con máquinas, con palabras, con conexiones, con intervenciones, con cuerpos. *Hackear* es una actitud que pone en juego la mano y la política en cualquier espacio y con cualquier máquina o artificio social” (Rovira, 2017, p. 111).

2. En el marco de los brutales asesinatos sexuales contra mujeres jóvenes de Ciudad Juárez, en la frontera entre México y Estados Unidos, la antropóloga Marcela Lagarde (Lagarde, 2005) hizo la distinción, ahora incorporada en la ley en 16

“ #VivasNosQueremos, con su énfasis en el presente, no solamente es una invocación a tomar las calles sino la afirmación de un desafío que implica reconocer la importancia de cada una, negando la posibilidad de que haya vidas que no importen ”

“ El carácter fugaz de las redes y la propiedad corporativa de las grandes plataformas como *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*, hace que la duración y permanencia de este cuerpo de evidencias discursivas no esté garantizado ”

países, entre cualquier asesinato de mujeres y niñas (femicidio) y los crímenes de odio como culminación de la violencia de género y de la impunidad (feminicidio). Según Lagarde, los feminicidios son

“el resultado de la violencia misógina llevada al extremo y, por ende, son la muestra más visible de múltiples formas previas de hostigamiento, maltrato, daño, repudio, acoso y abandono” (2005, p. 1).

3. <https://www.facebook.com/mujeresgrabando/photos/convocatoria-de-grabado3era-edici%C3%B3n-de-la-campa%C3%B1a-gr%C3%A1fica-vivasnosqueremosen-jul/1191818207564841>

4. Frente a la estrategia del poderoso, la táctica corresponde al débil y a sus modos de hacer para intentar salirse con la suya. Se trata de

“las artes de poner en práctica jugarretas, astucias de ‘cazadores’, movilidades maniobreras, simulaciones polimorfos, hallazgos jubilosos, poéticos y guerreros” (De-Certeau, 1984).

5. Es un material gráfico y didáctico que circula en todos los formatos y que contiene una clasificación de las diversas manifestaciones de violencia en la pareja.

6. El 26 de abril de 2018, se dio a conocer en España la sentencia de La Manada que exculpaba de violación (agresión sexual) y solo condenaba por abuso sexual a 3 de los 5 hombres que asaltaron a una joven de 18 años en Pamplona en 2016.

7. El escrache, originario de Argentina, consiste en acudir en grupo al domicilio o lugar de trabajo de supuestos perpetradores de delitos de genocidio para señalarlos públicamente.

8. Algunos hashtags de los casi 40 que surgieron en el periodo son:

#MeTooEscritoresMexicanos

#MeTooAcadémicosMx

#MeTooActivistasMexicanos

#MeTooArtesMx

#MeTooCreativosMexicanos

#MeTooMúsicosMexicanos

#MeTooTeatroMexicano

#MeTooPeriodistasMexicanos

#MeTooUNAM

#MeTooAbogadosMx

#MeTooEmpresarios

#MeTooFotografos

#MeTooIbero

#MeTooPolíticos

8. Referencias

Annunziata, Rocío (2020). “La acción conectiva de las mujeres. Análisis de la movilización del #ParoInternacionalDeMujeres del 08 de marzo de 2017”. *Revista dígitos*, v. 1, n. 6, pp. 159-180.
<https://doi.org/10.7203/rd.v1i6.177>

Austin, John-Langshaw (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Palabras y acciones. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 84 75091419

Baer, Hester (2016). “Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism”. *Feminist media studies*, v. 16, n. 1, pp. 17-34.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>

Banet-Weiser, Sarah; Miltner, Kate (2016). “#MasculinitySoFragile: Culture, structure, and networked misogyny”, *Feminist media studies*, v. 16, n. 1, pp. 171-174.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1120490>

Barker-Plummer, Bernadette; Barker-Plummer, Dave (2017), “Twitter as a feminist resource: #YesAllWomen, digital platforms, and discursive social change”. In: Earl, Jennifer; Rohlinger, Deana A. (eds.). *Social movements and media* (Studies in media and communications), v. 14, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 91-118.
<https://doi.org/10.1108/S2050-206020170000014010>

Benjamin, Walter (2008). *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*. Edición y traducción de Bolívar Echeverría. México: UNAM-Itaca. ISBN: 970 94353 0 21

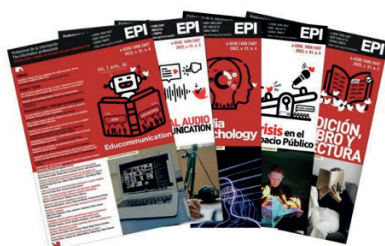
- Bennett, W. Lance** (2012). "The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation". *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, v. 644, n. 1, pp. 20-39.
<https://doi.org/10.1177/0002716212451428>
- Bennett, W. Lance; Segerberg, Alexandra** (2012). "The logic of connective action. Digital media and the personalization of contentious politics". *Information, communication & society*, v. 15, n. 5, pp. 739-768.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bonila, Yarimar; Rosa, Jonathan** (2015). "#Ferguson: Digital protest, hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States". *American ethnologist*, v. 42, n. 1, pp. 4-17.
<https://doi.org/10.1111/amet.12112>
- Briones-Medina, Patricia-Fernanda** (2022). *Hagámoslo juntas (DIT): Hackfeminismos online en México*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Brock, André** (2012). "From the blackhand side: Twitter as a cultural conversation". *Journal of broadcasting & electronic media*, v. 54, pp. 529-549.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732147>
- Candón-Mena, José** (2019). "Movilización cultural y artística en los movimientos tecnopolíticos contemporáneos". *Teknokultura*, v. 16, n. 1, pp. 11-31.
<https://doi.org/10.5209/TEKN.63162>
- Castells, Manuel** (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial. ISBN: 978 84 20609607
- Chávez-Rodríguez, Josefina** (2017). "La revuelta mundial de las mujeres: Un nuevo movimiento". *Cuadernos feministas*, v. 20, n. 34, pp. 23-27.
- Chen, Boyu; Liao, Da-chi; Wu, Hsin-che; Hwan, San-yih** (2014). "The logic of communitive action: A case study of Taiwan's Sunflower movement". *The internet, politics and policy conference*.
http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014_Chen.pdf (no accessible on June 2023)
- Clark, Rosemary** (2016). "Hope in a hashtag: The discursive activism of #WhyIStayed". *Feminist media studies*, v. 16, n. 5, pp. 788-804.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1138235>
- Cochrane, Kira** (2014). *All the rebel women. The rise of the fourth wave of feminism*. London: Guardian Books. ISBN: 978 1 783560363
- Conley, Tara L.** (2017). "Decoding black feminist hashtags as becoming". *The black scholar, journal of black studies and research*, v. 47, n. 3, pp. 22-32.
<https://doi.org/10.1080/00064246.2017.1330107>
- Crenshaw, Kimberle** (1991). "Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color". *Stanford law review*, v. 43, n. 6, pp. 1241-1299.
<https://doi.org/10.2307/1229039>
- Daer, Alice R.; Hoffman, Rebecca; Goodman, Seth** (2014). "Rhetorical functions of hashtag forms across social media applications". In: *Sigdoc'14: Proceedings of the 32nd ACM International conference on the design of communication cdrom*, article n. 16.
<https://doi.org/10.1145/2666216.2666231>
- De-Certeau, Michel** (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press, Berkeley. ISBN: 0 520 23699 8
<https://chisineu.files.wordpress.com/2012/10/certeau-michel-de-the-practice-of-everyday-life.pdf>
- De-Kosnik, Abigail; Feldman, Keith P.** (eds.) (2019). *#Identity hashtagging race, gender, sexuality and nation*. USA: University of Michigan Press.
<https://doi.org/10.3998/mpub.9697041>
- Earl, Jennifer; Kimport, Katrina** (2011). *Digitally enabled social change: Activism in the internet age*. Cambridge, MA: MIT.
<https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262015103.001.0001>
- Esquivel-Domínguez, Daniela-Carolina** (2019). "Construcción de la protesta feminista en hashtags: Aproximaciones desde el análisis de redes sociales". *Comunicación y medios*, v. 28, n. 40, pp. 184-198.
<https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.53836>
- Foucault, Michel** (1997). *Nietzsche, la genealogía, la historia*. Madrid: Pre-Textos. ISBN: 978 84 85081974
- Fuentes, Marcela** (2019). "#NiUnaMenos. Hashtag performativity, memory and direct action against gender violence in Argentina". In: Gül Altınay, Ayşe; Contreras, María-José; Hirsch, Marianne; Howard, Jean; Karaca, Banu; Solomon, Alisa (eds.). *Women mobilizing memory*, pp. 171-191. New York: Columbia University Press. ISBN: 978 0 231191852

- Ganzer, Miranda** (2014). "In bed with the trolls". *Feminist media studies*, v. 14, n. 6, pp. 1098-1100.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975441>
- García-González, Lidia-Ángeles** (2021). "Movimientos feministas en México: prácticas comunicativas digitales y riesgos". *Virtualis: Revista de cultura digital*, v. 12, n. 23, pp. 44-66.
<https://doi.org/10.46530/virtualis.v12i23.382>
- Garibotti, María-Cecilia; Hopp, Cecilia-Marcela** (2019). "Substitution activism: The impact of #MeToo in Argentina". In: B. Flilegorn, Blanca; Loney-Howes, Rachel (eds.). *#MeToo and the politics of social change*. Palgrave Macmillan: pp. 185-199.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-15213-0_12
- Garrido-Ortolá, Anabel** (2022). "Reivindicaciones feministas de la cuarta ola: La transnacionalización de la protesta". *Asparkia*, n. 40, pp. 191-216.
<https://doi.org/10.6035/asparkia.6184>
- Gill, Rosalind** (2016). "Post-postfeminism? New feminist visibilities in postfeminist times". *Feminist media studies*, v. 16, n. 4, pp. 610-630.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>
- Granovetter, Mark** (1983). "The strength of weak ties: A network theory revisited". *Sociological theory*, v. 1, pp. 201-233.
<https://doi.org/10.2307/202051>
- Gutiérrez, Raquel** (2014). "Políticas en femenino. Reflexiones acerca de lo femenino moderno y del significado de sus políticas". En: Millán, Marga (ed.). *Más allá del feminismo*. México: Red de feminismos descoloniales.
- Hochschild, Arlie-Russell** (1979). "Emotion work, feeling rules, and social structure". *American journal of sociology*, v. 85, n. 3, pp. 551-575.
<https://doi.org/10.1086/227049>
- Jones, Quentin** (1997). "Virtual-communities, virtual settlements and cyber-archeology: A theoretical outline". *Journal of computer-mediated communication*, v. 3, n. 3, pp. 35-49.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00075.x>
- Kadic, Neira** (2019). *Twitter resistance and digital testimony in 140 characters: Restoring the complexity of Mexico's hashtag feminism*. Master's thesis, College of International Studies, University of Oklahoma.
- Keller, Jessalynn; Mendes, Kaitlyn; Ringrose, Jessica** (2018). "Speaking 'unspeakable things': Documenting digital feminist responses to rape culture". *Journal of gender studies*, v. 27, n. 1, pp. 22-36.
<https://doi.org/10.1080/09589236.2016.1211511>
- Khoja-Moolji, Shenila** (2015). "Becoming an 'intimate publics': Exploring the affective intensities of hashtag feminism". *Feminist media studies*, v. 15, n. 2, pp. 347-350.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1008747>
- Kim, Jinsook** (2017). "#Iamafeminist as the 'mother tag': Feminist identification and activism against misogyny on Twitter in South Korea". *Feminist media studies*, v. 17, n. 5, pp. 804-820.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1283343>
- Knibbs, Kate** (2013). "Slacktivists, unite! Social media campaigns aren't just feel-good back patting". *Digital trends*.
<http://www.digitaltrends.com/social-media/slacktivists-unite-social-media-campaigns-arent-just-feel-good-back-patting>
- Laclau, Ernesto** (1996). "¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?". En: Laclau, Ernesto. *Emanipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel, pp. 69-86.
- Lagarde, Marcela** (2005). "A qué llamamos feminicidio". *Comisión especial para conocer y dar seguimiento a las investigaciones relacionadas con los feminicidios en la República Mexicana y la Procuración de Justicia*. LIX Legislatura Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, México.
https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/marcela_lagarde/feminicidio.pdf
- Larrondo, Marina; Ponce, Camila** (2019). *Activismos feministas jóvenes. Emergencias, actrices y luchas en América Latina*. Buenos Aires: Clacso, pp. 21-38.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvt6rkfs.5>
- Laudano, Claudia** (2019). "Acerca del uso estratégico de TIC en movilizaciones feministas". En: Rivoir, Ana; Morales, María-Julia (coords.). *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Buenos Aires: Clacso, pp. 357-369.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvt6rmh6.24>

- Liang, Hai; Lee, Francis L. F.** (2021). "Opinion leadership in a leaderless movement: Discussion of the anti-extradition bill movement in the 'Lihkg' web forum". *Social movement studies*, v. 20, n. 1.
<https://doi.org/10.1080/14742837.2021.1989294>
- Lomborg, Stine** (2011). "Social media as communicative genres". *MedieKultur: Journal of media and communication research*, v. 27, n. 51, pp. 17-31.
<https://doi.org/10.7146/mediekultur.v27i51.4012>
- Mendes, Kaitlynn; Ringrose, Jessica; Keller, Jessalynn** (2019). *Digital feminist activism: Girls and women fight back against rape culture*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190697846.001.0001>
- Morales-Sánchez, Deyanira** (2022). "La emocionalidad del activismo digital feminista en los casos de la Brillanteada y la movilización del 8M2020". *Idónea comunicación de resultados*, Máster en Estudios de la Mujer. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Munro, Ealasaïd** (2013). "Feminism: A fourth wave?". *Political insight*, v. 4, n. 2, pp. 22-25.
<https://doi.org/10.1111/2041-9066.12021>
- Natalucci, Ana; Rey, Julieta** (2018). "¿Una nueva oleada feminista? Agendas de género, repertorios de acción y colectivos de mujeres (Argentina, 2015-2018)". *Revista de estudios políticos y estratégicos*, v. 6, n. 2, pp. 14-34.
<https://revistaep.e.UTEM.cl/articulos/una-nueva-oleada-feminista-agendas-de-genero-repertorios-de-accion-y-colectivos-de-mujeres-argentina-2015-2018>
- Núñez-Puente, Sonia; Fernández-Romero, Diana** (2017). "Narrativas transformadoras y testimonio ético: Las estrategias discursivas de la Plataforma Feminista 7N, contra las violencias machistas". *Index comunicación*, v. 7, n. 3, pp. 269-281.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6277980.pdf>
- Oz, Mustafa** (2016). "Mainstream media's coverage of the Gezi protests and protesters' perception of mainstream media". *Global media and communication*, v. 12, n. 1.
<https://doi.org/10.1177/1742766516653164>
- Papacharissi, Zizi** (2016). "Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality". *Information, communication & society*, v. 19, n. 3, pp. 307-324.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Papacharissi, Zizi; De-Fatima-Oliveira, Maria** 2012. "Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt". *Journal of communication*, v. 62, pp. 266-282.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01630.x>
- Pedraza, Claudia-Ivette; Rodríguez-Cano, César-Augusto** (2019). "Resistencias sumergidas. Cartografía de la tecnopolítica feminista en México". *Teknokultura. Revista de cultura digital y movimientos sociales*, v. 16, n. 2, pp. 197-212.
<https://doi.org/10.5209/tekn.64163>
- Peroni, Caterina; Rodak, Lidia** (2020). "Introduction. The fourth wave of feminism: From social networking and self-determination to sisterhood". *Onati socio-legal series*, v. 10, n. 1S, pp. 1S-9S.
<https://doi.org/10.35295/osls.iisl/0000-0000-0000-1160>
- Pflegler, Sabine** (2021). "Fuertes, libres, rebeldes. Hacia una identidad más agentiva del movimiento feminista en México". *Millcayac - Revista digital de ciencias sociales*, v. 8, n. 14, pp. 325-348.
<https://doi.org/10.48162/rev.33.015>
- Piñeiro-Otero, Teresa; Martínez-Rolán, Xabier** (2016). "Los memes en el activismo feminista en la Red. #ViajoSola como ejemplo de movilización transnacional". *Cuadernos.info*, v. 39, pp. 17-37.
<https://doi.org/10.7764/cdi.39.1040>
- Plumas Atómicas* (2016) #ViajoSola. *Violencia a las mujeres*. Video en Facebook, 10 de marzo.
<https://www.facebook.com/watch/?v=1652065365054748>
- Polletta, Francesca** (2006). *Storytelling in protest and politics*. University of Chicago Press.
- Portillo-Sánchez, Maricela; Cano-Rodríguez, César-Augusto; Pérez-Luque, Citlati-Stephany** (2022). "Tecnopolítica feminista, contiendas multicampo y derrumbamiento de muros. Una etnografía en red del #8M2021 en México". *Paakat: Revista de tecnología y sociedad*, v. 12, n. 22.
<https://doi.org/10.32870/Pk.a12n22.719>
- Rancière, Jacques** (1996). *El desacuerdo. Filosofía y política*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Reverter-Bañón, Sonia; Medina-Vicent, María** (2020). *El feminismo en 35 hashtags*. Madrid: Catarata. ISBN: 978 84 90979051

- Revilla-Blanco, Marisa** (2019). "Del ¡Ni una más! al #NiUnaMenos: Movimientos de mujeres y feminismos en América Latina". *Política y sociedad*, v. 56, n. 1, pp. 47-67.
<https://doi.org/10.5209/poso.60792>
- Rovetto, Laura-Florencia** (2015). "Violencia contra las mujeres: Comunicación visual y acción política en 'Ni Una Menos' y 'Vivas Nos Queremos'". *Contratexto*, v. 24, pp. 13-34.
<https://doi.org/10.26439/contratexto2015.n024.585>
- Rovira-Sancho, Guiomar** (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Barcelona: Icaria-UAMX. ISBN: 978 6072810440
- Rovira-Sancho, Guiomar** (2018). "El devenir feminista de la acción colectiva: Las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas". *Teknokultura*, v. 15, n. 2, pp. 223-240.
- Rovira-Sancho, Guiomar; Morales-i-Gras, Jordi** (2022). "Femitags for feminist connected crowds in Latin America and Spain". *Acta psychologica*, v. 230, 103756.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103756>
- Rovira-Sancho, Guiomar; Morales-i-Gras, Jordi** (2023). "Idus de marzo en México. La acción directa en las redes y en las calles de las multitudes", *Teknokultura*, v. 20, n. 1, pp. 11-24.
<https://doi.org/10.5209/tekn.81013>
<https://doi.org/10.5209/TEKN.59367>
- Signa_Lab* (2020). *Ingrid Escamilla: Apagar el horror*. Signa_Lab. Iteso. 13 de febrero.
<https://signalab.mx/2020/02/14/ingrid-escamilla-apagar-el-horror>
- Silva-Reis, Josemira; Natansohn, Graciela** (2019). "Del cyberfeminismo al hackfeminismo: Notas para pensar Internet en tiempos de la algoritmia". En: Rivoir, Ana-Laura; Morales, María-Julia (eds.). *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Clacso: pp. 391-406.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvt6rmh6.26>
- Sundén, Jenny; Paasonen, Susanna** (2019). "Inappropriate laughter: Affective homophily and the unlikely comedy of #MeToo". *Social media + society*, v. 5, n. 4.
<https://doi.org/10.1177/2056305119883425>
- Thrift, Samantha** (2014). "#Yesallwomen as feminist meme event". *Feminist media studies*, v. 14, n. 6, pp. 1090-1092.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975421>
- Van-Laer, Jeroen; Van-Aelst, Peter** (2010). "Internet and social movement action repertoires: Opportunities and limitations". *Information, communication & society*, v. 13, n. 8, pp. 1146-1171.
<https://doi.org/10.1080/13691181003628307>
- Varela, Nuria** (2019). *Feminismo 4.0. La cuarta ola*. Barcelona: Random House. ISBN: 978 84 66664431
- Zimmerman, Tegan** (2017). "#Intersectionality: The fourth wave feminist Twitter community". *Atlantis: Critical studies in gender, culture, and social justice*, v. 38, n. 1, pp. 54-70.
<https://journals.msvu.ca/index.php/atlantis/article/view/4304>
- Zuboff, Shoshana** (2015). "Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization". *Journal of information technology*, v. 30, n. 1, pp. 75-89.
<https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>

REVISTA EPI



<https://www.profesionaldelainformacion.com/>

Profesional de la información es una revista científica sobre Comunicación, Documentación, Biblioteconomía, Informetría y Ciencias de la información. Se publica cada 2 meses (6 números al año).

e-ISSN: 1699-2407

<http://doi.org/10.3145/EPI>

SJR 2022 = 0,872 (Q1); JIF 2021 = 3,596 (Q2)