

## **#YoTeCreoJuan: explorando la reacción antifeminista en Twitter Argentina.**

*Ailin Canillo*

*Facultad de Humanidades, UNMdP*

*ailincanillo@gmail.com*

### **Resumen**

El siguiente trabajo explora la conversación ocurrida bajo el hashtag #YoTeCreoJuan como respuesta al hashtag #MiraComoNosPonemos que denunciaba al actor Juan Darthes por violación durante una gira en Nicaragua a la actriz Thelma Fardin en el año 2009. Nos preguntamos por el discurso antifeminista y de derecha en los tweets que utilizaron el hashtag, como por quienes y que tipo de usuaries participaron de esta conversación. Además, nos preguntamos por la tecnología del hashtag en las discusiones políticas, como este actúa en determinados eventos políticos y cuál es el uso que les usuaries le imprimen. En el cruce con el hashtag #MiraComoNosPonemos intentamos continuar caracterizando el activismo político feminista en la red como también el antifeminista, observando las estrategias políticas de ambos activismos en el caso. A partir de nuestra base de datos semiestructurados descargados con la API de Twitter se realiza un primer análisis descriptivo de la conversación ocurrida bajo el hashtag. Nos servimos de las herramientas que nos brindan las Humanidades Digitales para la visualizar y explorar, a partir de los tweets descargados, la conversación.

Podemos ver cómo el hashtag #YoTeCreoJuan fue un espacio donde confluyeron usuaries antifeministas y feministas para discutir el sentido del hashtag. La relación que encontramos de este con el hashtag #MiraComoNosPonemos nos permitió pensar que el activismo feminista disputo en Twitter el significado de este hashtag a partir de asociarlo a la defensa de un violador, la derecha y a al activismo provida. Mientras que el antifeminismo se destacó por polarizar la conversación asociando al feminismo con la militancia kirchnerista para deslegitimarlo. Se destaca la utilización de imágenes, datos *fake* y discursos propios de las prácticas de la subcultura troll o el llamado *gendertrolling*.

**Palabras clave:** Twitter - Hashtags – Ciberactivismo – Antifeminismo - Feminismo.

### **Introducción**

El presente análisis explora la conversación ocurrida en Twitter bajo el hashtag #YoTeCreoJuan como respuesta al hashtag #MiraComoNosPonemos utilizado por Thelma Fardin en su denuncia a Juan Darthes los días 11, 12 y 13 de diciembre de 2018. El interés por el hashtag surgió a partir de nuestro análisis del activismo político feminista argentino en el hashtag #MiraComoNosPonemos. A finales del 2018 este hashtag fue utilizado por la actriz Thelma Fardin en un tuit que contenía un video donde denunciaba

a Juan Darthes por abuso sexual en el año 2009 durante una gira en Nicaragua de la serie infantil Patito Feo cuando tenía 16 años. El tuit de la actriz desató una ola de denuncias sobre abuso sexual en las redes sociales y en particular en Twitter. La conversación ocurrida en la red, según lo observado, apoyó a la actriz, repudió lo sucedido junto con la violencia de género en general. La denuncia de la actriz argentina alentó a miles de mujeres y disidencias a denunciar y repudiar situaciones de violencia machista en las redes sociales y a darle apoyo desde sus cuentas personales. En los últimos años la popularización y visibilidad del feminismo ha ganado terreno tanto en los medios de comunicación como en las redes sociales (Laudano, 2017). Particularmente en nuestro país desde el 2015 con el #NiUnaMenos el activismo feminista se ha servido de internet y las tecnologías para denunciar la violencia de género colocándola como una demanda urgente a ser tratada por la sociedad y sus instituciones. A través del uso de hashtags el movimiento feminista ha logrado colocar en la agenda política sus demandas históricas y llegar a más personas. Otro ejemplo es el del hashtag #AbtoLegal utilizado por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito para incidir en el tratamiento de la ley e instalarlo como debate en la opinión pública (Laudano, 2018). Calvo y Aruguete (2020) han mostrado la potencia de estas conversaciones feministas en Twitter como ejemplo de las posibilidades que brindan las redes para constituir una base de acuerdos que fomenten reclamos conjuntos más democráticos y escapen de las cámaras de eco (Barberá 2015) que crean estas plataformas. En este tipo de conversaciones los niveles de polarización fueron bajos y hubo lugar al diálogo político extenso. También, hubo menos grados de jerarquía entre los usuarios que participaron y el lenguaje de los mensajes emitidos expresaron acuerdos entre los usuarios y fueron en un tono más pedagógico y menos “chicanero” del que es habitual en Twitter. Y los usuarios que hegemonizaron la conversación fueron cuentas con pocos seguidores, celebridades o cuentas institucionales cuando la lógica tuitera estaba marcada por una alta presencia *trolls*, políticos y partidos. La particularidad de estas redes, y por la cual se la diferencia de otras conversaciones a nivel nacional polarizadas, es que, aunque no escaparon del todo a este fenómeno, se corrió por fuera del eje dominante gobierno-oposición/kirchnerismo-antikirchnerismo.

No obstante, nuestro estudio previo sobre el hashtag #MiraComoNosPonemos nos permitió observar que la polarización política reaparece cuando desplazamos el foco de los retuits a los *replies* o indagamos en otros hashtags que se articularon con el inicial, tales como #PerónPedofilo (Ferreyra, 2022) o como es el caso de #YoTeCreoJuan. Al respecto, Mendes, Ringrose y Keller (2019) señalan que para cada acción ciber activista feminista exitosa existe otra de misoginia en la red; que va desde insultos, acoso sexual hasta amenazas de muerte. Donde junto con el crecimiento de feminismo en la red ha surgido también “la misoginia popular”, un sentimiento antifeminista que circula en internet contra el feminismo y feministas particulares (Mendes, Ringrose y Keller, 2019). Mantilla (2013) denomina a estas formas de violencia de género on line como *gendertrolling*. Desde el año 2007 hay registros de estas prácticas violentas en la red, tanto en blogs, videojuegos en línea (Hanash Martínez, 2020), comentarios en portales de noticias (Zuban y Rabbia, 2021) o en Twitter (Congosto et al., 2020). En este sentido nos

preguntamos por el tipo de conversación ocurrida en este caso por quienes y que tipo de usuaries participaron de esta conversación. Para poder explorar el discurso y los repertorios políticos del activismo antifeminista en Twitter Argentina. Como también continuar caracterizando el activismo político feminista en la red observando las estrategias políticas desplegadas en este caso. Al mismo tiempo, nos preguntamos por la tecnología del hashtag en las discusiones políticas, como este actúa en determinados eventos políticos y cuál es el uso que les usuaries le imprimen.

## Antecedentes

La problemática sobre antifeminismo en las redes sociales ha sido recientemente analizada a partir de diversas manifestaciones contrarias al feminismo en la red que van desde blogs, foros, grupos de Facebook, hashtags en Twitter o las conocidas páginas web fundantes de la subcultura troll como 4chan y *Red Pill Room* (Carreras, 2019; Villar-Aguilés y Pecourt Gracia, 2020). A partir de una serie de discursos reaccionarios, estas prácticas virtuales han contribuido a armar un discurso antifeminista que alimenta las posiciones, organizaciones y partidos de ultraderecha. Si bien para los autores no existen necesariamente vínculos orgánicos, este movimiento en la red ha encontrado en los partidos de derecha referencia y un altavoz, como es el caso de Vox en España (Villar-Aguilés y Pecourt Gracia, 2020). En el mundo anglosajón destaca la *manosphera*, una especie de subcultura antifeminista online que creció rápidamente en los últimos años y que proclama que los hombres han sido oprimidos por el feminismo. Promueven la misoginia, la transfobia y la homofobia dentro de sus ciberacciones con fines de desalentar discursos feministas en la red (Engler, 2017) Las acciones llevadas a cabo por grupos organizados, trolls o simplemente usuaries son llamadas *gender trolling* por autores como Mantilla (2013), definida como una forma de violencia simbólica en entornos digitales, que se centra en el género y se dirige hacia las mujeres, específicamente hacia aquellas que se definen como feministas. La autora caracteriza a este fenómeno por la participación, a menudo coordinada, de numerosas personas que suele extenderse en el tiempo. El trolling de género suele implicar un esfuerzo concertado o coordinado por parte de muchos trolls hacia una víctima. Implica la presencia de insultos basados en el género incluyendo el uso de términos peyorativos dirigidos especialmente a las mujeres - "coño", "puta", "zorra"- y comentarios para insultar y humillar a las mujeres, especialmente en relación con su peso y apariencia física. También se caracterizan por el uso de lenguaje de odio, incluyendo descripciones de actos viles y violentos que harían a las víctimas; por amenazas de violación, de muerte, de tortura y "doxxing"<sup>1</sup>. Por último, una de las particularidades del *gender trolling* es que casi siempre se produce como reacción a las mujeres que denuncian alguna forma de sexismo en la red.

---

<sup>1</sup> Consiste en revelar información identificadora de una persona en línea, como su nombre real, dirección particular, lugar de trabajo, teléfono, datos financieros y otra información personal. Luego, esta información se divulga al público sin el permiso de la víctima.

Con la masificación del ciberactivismo feminista han surgido como contracara reacciones antifeministas en la red (Mendes, Ringrose y Keller, 2019). Un claro ejemplo es el contramovimiento #HimToo en respuesta al #MeToo sosteniendo que los hombres “atacados” en las denuncias eran héroes (Congosto et all. 2020). Dentro de los estudios de hashtags antifeministas o estudios sobre *gender trolling* destaca en análisis del hashtag #STOPfeminazis utilizado en Twitter durante los meses previos a la celebración del 8 de marzo del 2019 en España. Los autores Villar-Aguilés y Pecourt Gracia (2020) a partir de clasificar el contenido de los tweets en su análisis de la conversación observan que el hashtag fue utilizado como una campaña en contra del movimiento feminista, la Ley contra la Violencia de Género y la Ley de Igualdad españolas a partir de discursos que apelan al nacionalismo, catolicismo y son anti izquierda a partir de la distorsión de datos, imágenes y *fake news*. A su vez este hashtag tubo un uso distinto al dado por quienes lo crearon. Fue utilizado como una manera de defenderse y responder a los ataques en contra y a las acusaciones y campañas antifeministas, aunque en forma minorita. Otro trabajo que destaca sobre la reacción anti feminista en Twitter es el realizado por Gutiérrez Almazor, Pando Canteli y Congosto (2020) a partir de las respuestas al hashtag #Cuentalo en España en el 2018. Al igual que el #MiraComoNosPonemos este también fue un caso de uso de hashtags para la denuncia en Twitter de situaciones de abuso sexual. La autora detecta dos comunidades diferenciadas entre sí por la interacción entre les usuaries a partir de la réplica de mensajes, es decir los retuits. La difusión del hashtag se polarizó en dos comunidades, una compuesta por usuaries partidarios de la campaña #Cuentalo formados por perfiles que difundieron los distintos casos de agresiones sexuales y la otra compuesta por cuentas que le quitan peso a lo ocurrido, llamado por la autora como comunidad anti-cuéntalo. En su análisis de la segunda comunidad es identificada como antifeminista por el contenido de sus mensajes. Los autores observan que les usuaries más influyentes de esta comunidad crean mensajes antifeministas y a una multitud de seguidores los difunden dando visibilidad a estos mensajes dentro del hashtag #Cuentalo. En cuanto al contenido de los mensajes esparcidos, dan cuenta de estrategias discursivas para deslegitimar al activismo feminista a partir de ideales de la derecha.

Si bien son pocas las investigaciones realizadas sobre antifeminismos en internet se encuentran otros trabajos centrados en el análisis del discurso antifeminista en España (Bonet-Martí, J. 2020) y Argentina (Zuban y Rabbia 2021) en la red. A partir de publicaciones en Twitter que responsabilizan la movilización del 8M de causar la expansión del COIVD-19 durante el 2020 en España acompañado de hashtags como #COVID\_8M se caracteriza el discurso antifeminista en Twitter. Este mismo intento realiza la investigación de Zuban y Rabbia (2021) a partir de comentarios en notas periodísticas sobre el Encuentro Nacional de Mujeres (ENM) de 2019, publicadas en la web de cuatro periódicos nacionales argentinos. Podemos destacar de ambas investigaciones características similares en los mensajes de odio, como atacar a las mujeres por su aspecto físico, condición social o estado psicológico, discursos gay-lesbo-trans odiantes, resaltado el negacionismo de la violencia de género y en Argentina la descalificación y el descrédito

por una supuesta afiliación partidaria kirchnerista de la militancia feminista. Específicamente, Zuban y Rabbia en su trabajo categorizan a partir de ejes los discursos de odio antifeministas encontrados en los mensajes. Aquellos que refuerzan y reivindican los roles tradicionales de género. Donde destaca la frase “No me representan” en relación a las acciones llevadas a cabo por el activismo feminista. Otro eje presente es la descalificación por razones político partidarias. Utilizando en los comentarios denominaciones como: “zurdas”, “feminazis”, “femibolches”, “kukas” o “kk”. Así mismo, destaca como temática la victimización masculina frente al feminismo. Observan estrategias de desacreditación moral partiendo del supuesto comportamiento de las militantes feministas como indecente, falto de moral o dignidad. La caracterización de las mismas como “locas”, “histéricas”, “delirantes”, “desquiciadas”. Otros ejes desarrollados por los autores coinciden con la anteriormente desarrollados por Mantilla, como la incitación a la violencia física o sexual hacia las feministas, homolesbotransfobia e insultos relacionados con la apareciera física. También el trabajo de Congosto (2020) resaltan como características y estrategias del discurso antifeminista en Twitter el rechazo a los partidos progresistas y de izquierda (como Podemos) y asociar al feminismo y al activismo a estos partidos e ideologías como forma de desestimarlos. Asimismo, resaltan los discursos racistas y la categorización como falsas a las denuncias sobre de violencia de género que pretenden criminalizar a los hombres. Por otro lado, las estrategias desplegadas en la red por parte de usuarios que esparcen este tipo de mensajes se caracterizan por retuitear mensajes que se basan en opiniones, y refiriéndose solo ocasionalmente a información verídica, noticias o experiencias personales.

## **Metodología**

El siguiente trabajo adopto un diseño exploratorio con un enfoque que combina el análisis de los datos de manera cuantitativa y cualitativa de los tuits emitidos bajo el hashtag #YoTeCreoJuan los días 11, 12 y 13 de diciembre de 2018. La extracción de datos de Twitter se realizó a partir del registro de una aplicación personal (API) en Twitter Developer que nos habilita a hacer *gathering*. Twitter ofrece una enorme cantidad de datos semiestructurados que obtenemos tanto en flujo directo (streaming), así como del archivo histórico que la red social ofrece a sus usuarios de forma gratuita. Los datos fueron descargados con la Api v2 académica que la red social brinda para estudios científicos. Para el procesamiento y análisis de los datos utilizamos RStudio, un programa de lenguaje de código abierto y entorno para computación y gráficos estadísticos. Los paquetes que utilizamos para la extracción y análisis de datos fueron rtweet, academictwitteR, stringr, dplyr, tidyverse, wordcloud y wordcloud2. A partir del uso de los mismos realizamos el ranking de los usuarios que obtuvieron mayor cantidad de retuits y favoritos en sus mensajes y el ranking de los emojis más utilizados en la conversación. También procesamos el contenido de los tuits para construir una nube de palabras con la aplicación de código abierto Voyant Tools<sup>2</sup> basada en la web para realizar análisis de

---

<sup>2</sup> <https://voyant-tools.org/>

texto. Al respecto, las nubes de palabras se han mostrado especialmente útiles para visualizar campos semánticos en redes sociales (Khusro et al., 2018). En la nube de descriptores semánticos se observan los tamaños de letra proporcionales importancia numérica (frecuencia) de cada palabra (Hernández Fernández, 2015). Los colores y la distribución se dieron de manera aleatoria. Para obtener mejores resultados realizamos una limpieza y tokenización de los textos en R, que incluyó la eliminación de *stopwords* en español (pronombres, artículos, palabras frecuentes, etc.) y la unificación manual de algunos conceptos similares (por ejemplo, la misma palabra con variaciones de género o número).

Para la búsqueda y visualización de comunidades nos apoyamos en las herramientas que nos brinda el software Gephi. El mismo es un software de visualización de redes que a partir del uso de algoritmos de distribución espacializa los datos en un grafo (Jacomy, et al. 2014). De esta manera nos permite explorar relaciones entre los nodos, en este caso los usuarios que participan de la conversación y por ende cómo fue esa conversación a niveles macro. El algoritmo utilizado para espacializar los nodos y las aristas de esta red es Force Atlas 2. Este algoritmo basado en dos fórmulas matemáticas, una para la atracción y otra para la repulsión, es un trazado dirigido por fuerzas, es decir simula un sistema para espacializar la red. Los nodos se repelen entre sí como partículas cargadas, mientras que las aristas atraen a los nodos como resortes. Así estas dos fuerzas crean un movimiento que converge en un estado de equilibrio (Jacomy et al., 2014). El dibujo que se crea dirigido por la fuerza tiene la especificidad de colocar a cada nodo en función de los demás nodos. Es decir que la posición de los nodos varía, no puede leerse como un gráfico cartesiano, ni puede interpretarse por sí sola, sino en relación a los demás nodos (Jacomy, et al. 2014). La visualización de nuestros datos no intenta ser explicativa de nuestro análisis sino una herramienta más en la exploración en su totalidad de grandes masas de datos que de otra forma no sería posible (Quiroga y Rodríguez Cordeu, 2022).

Por otro lado, se realizó una lectura y búsqueda de tuits y usuarios más artesanal para poder leer el contenido de algunos de los mensajes emitidos y poder hacer una aproximación a los principales ejes en torno a los cuales se configuraron y caracterizaron a cada tuit. Y así, poder dialogar con otros trabajos de Argentina (Zuban y Rabbia 2021) y España (Congosto, 2020) que tratan sobre esta misma temática, para aportar específicamente sobre la reacción antifeminista en Twitter en nuestro país.


## **Análisis y Discusión**

A partir de nuestros interrogantes por el conflicto entre usuarios en una conversación que se mostraba homogénea en ideología política y expresaba grandes consensos entre los participantes. Comencé a buscar donde era posible encontrar la discusión entre usuarios, más allá de consenso amplio que expresaba la densidad de la red y los mensajes de #MiraComoNosPonemos. El hashtag #YoTeCreoJuan, encontrado en las tendencias<sup>3</sup> de Twitter en los días que duro el evento los días 11, 12 y 13 de diciembre de 2018, parecía

---

<sup>3</sup> <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/argentina>



en el evento. Cuando realizamos el ranking de los diez usuarios con tweets más retuiteados podemos observar que la mitad de los tuits iban en apoyo a Darthes y en desprestigiar al movimiento feminista. Estos tuits desprestigian la denuncia de la actriz por la presencia de pañuelos verdes en las conferencias de prensa y por quienes apoyaron la denuncia ligándolas al mismo tiempo a la militancia kirchnerista y al caso de Santiago Maldonado. También se sirven de imágenes *fake* para respaldar sus publicaciones. Revisamos los perfiles de los usuarios que publicaron tuits con este tipo de contenido de manera manual para poder caracterizarlos. A partir de visitar sus cuentas personales pudimos concluir que son cuentas *trolls*. Algunas muy populares como @LaMacrista con más de 20 mil seguidores, y otras vinculadas a Cambiemos, Carrió, Macri y dos cuentas provida identificadas por el emoji .

### Imagen 02: Tuit



Fuente: Twitter



### Imagen 03: Tuit



Fuente: Twitter

La otra mitad restante fueron usuaries que en sus tuits intentaron demostrar que aquellos que defendían al actor acusado eran usuaries provida y de derecha mediante imágenes, *gifts* de dinosaurios y memes. Este tipo de usuaries encabeza el ranking de los más retuiteados como es el caso de @dra\_lija. Podemos decir que en estos tuits predomino más el ingenio de la memética y la sátira que en los otros. Unos de los mensajes con más retuits asociaban a quienes utilizaban el hashtag #YoTeCreoJuan con la derecha a partir de fotos y *gifts* de dinosaurios y al movimiento pro vida a partir de memes.

Imagen 04: Tuit



What a concept  
@ezecale\_



Lxs que twitean [#YoTeCreoJuan](#)



11:35 p. m. · 13 dic. 2018 · Twitter Web Client

1.111 Retweets 58 Tweets citados 3.606 Me gusta

Fuente: Twitter

### Imagen 05: Tuit



Eliana harta del frío

@eliaanav\_





Acá una foto de los creadores del hashtag  
[#YoTeCreoJuan](#)



9:49 p. m. · 13 dic. 2018 · Twitter Web App

893 Retweets 12 Tweets citados 2.499 Me gusta

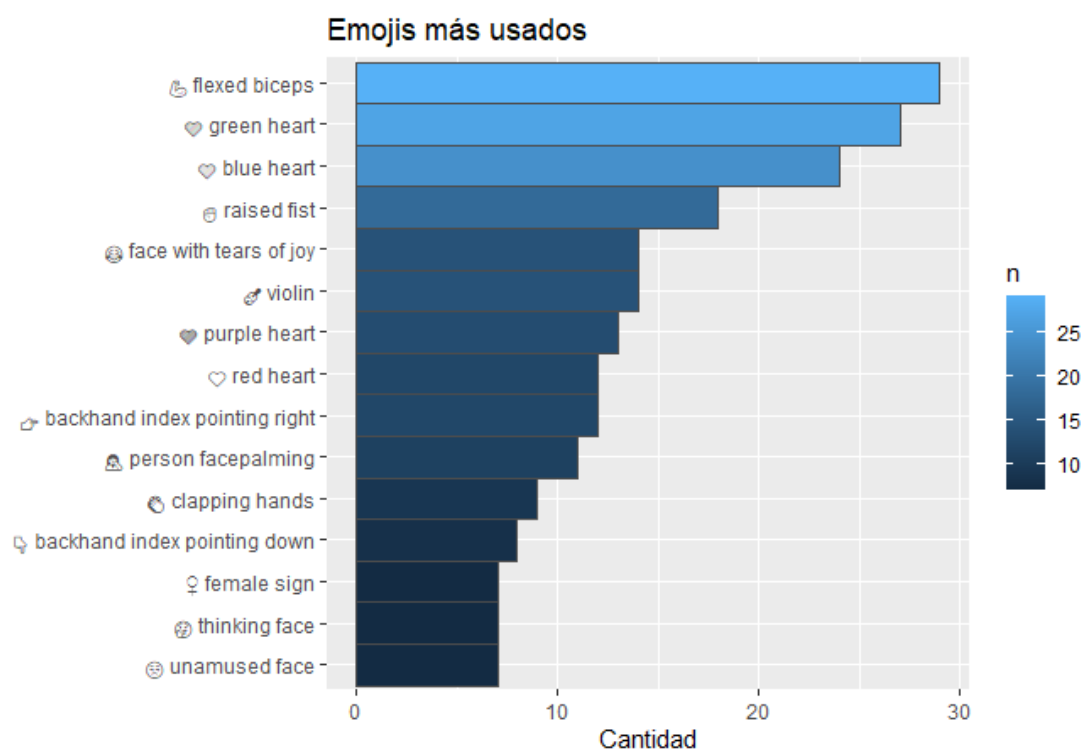
Fuente: Twitter

Pudimos reconocer a una usuaria como feminista por los emojis de corazones   en su biografía a partir del ranking. Esta usuaria fue quien obtuvo más retuits del total de usuaries que participaron de la conversación bajo el hashtag #YoTeCreoJuan. Esta cuenta alcanzó gran visibilidad a pesar de contar con poca cantidad de seguidores (538). En este sentido, se repiten las características de las conversaciones sobre temáticas feministas donde poseen visibilidad usuaries del común con poca cantidad de seguidores.

Por otro lado, entendemos que el uso de los emojis por parte de las usuaries nos cuenta sobre su interpretación del evento. Estudios sobre el activismo ciberfeminista se han ocupado de indagar sobre el uso de emojis asociados a hashtags que difundieron movilizaciones como el #8M en España o el #NiUnaMenos en Argentina. El emoji que cobra especial importancia en estos eventos es el corazón violeta, seguido por el puño en alto y los bíceps (Sampietro, Calvo y Campos-Domínguez, 2020). En Argentina el emoji asociado al hashtag #AbortoLegal es el corazón verde usado en los numerosos twitazos

que el activismo feminista organizo como forma de instalar en la conversación publica la legalización del aborto en nuestro país (Cantamutto y Vela Delfa, 2020). En este sentido podemos entender los emojis como insignias identificativas en el activismo digital. Cuando visualizamos los emojis utilizados en los mensajes el más usado es el bíceps flexionado🦵 seguido por el corazón verde🍀 y el azul💙, cuarto el puño el alto✊, quinta la cara llorando de la risa😂y sexto un violín🎻. Asociados 🦵, 🍀 y con el activismo progresista en Twitter y el 🎻 asociado la denuncia a Darthes por abuso sexual a una menor de edad. El 💙 fue usado para identificarse con el colectivo Salvemos a las dos Vidas.

**Imagen 06: Ranking de emojis mas utilizados en la conversación**



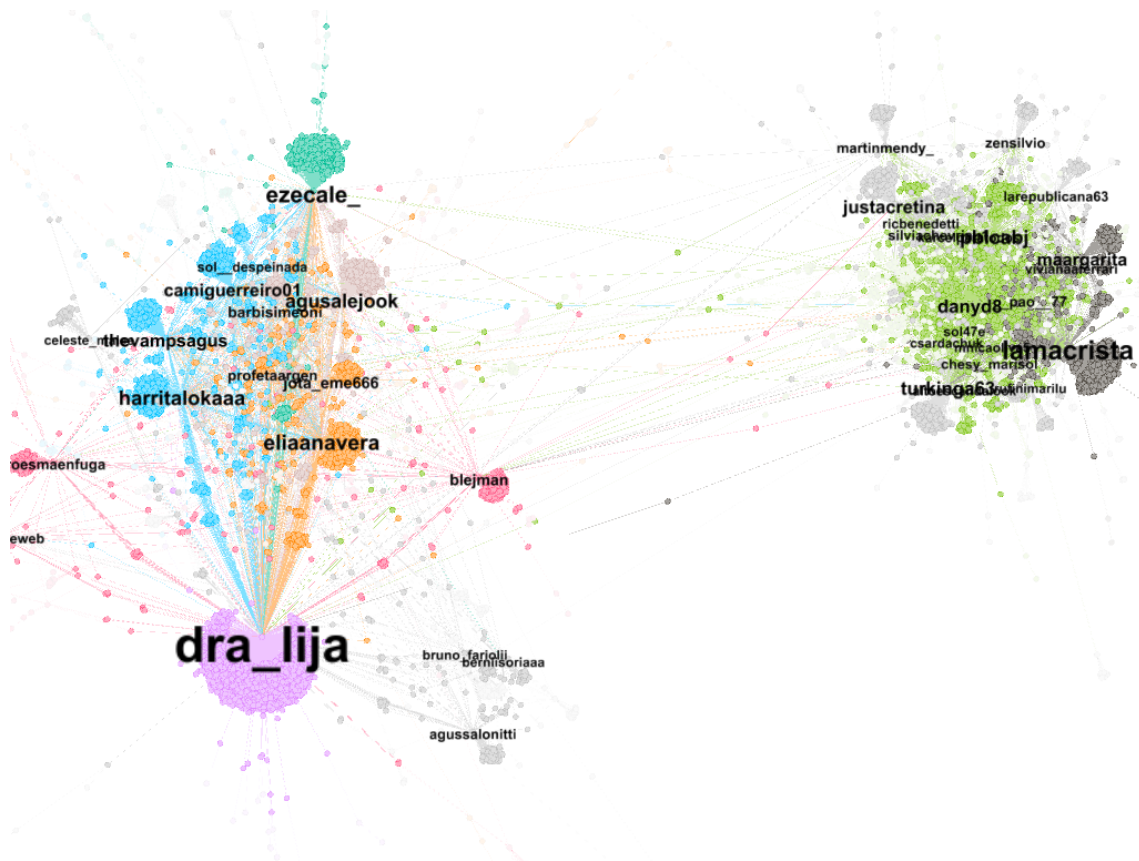
Fuente: elaboración propia con RStudio.

### *Visualización de comunidades y polarización política*

En cuanto a las discusiones de cómo actúan los hashtags diversos autores se encargan de poder entender su funcionamiento en relación con el uso que le dan les usuaries. Si bien esta tecnología no estuvo siempre presente en la arquitectura de Twitter al incorporarla por la plataforma sus usos han sido muy variados como diferentes, pasando por campañas publicitarias, plataformas políticas, movimientos sociales, campañas de desprestigio, protestas de activistas, cruzadas de acoso, productos de consumo y revoluciones (Rambukkana, 2015). Es decir, no siempre el uso de hashtags es político, pero si les autores acuerdan que este sirve para conectar a usuaries a una conversación sin tener que

seguirse mutuamente. En este sentido cabe la pregunta, para autores como Bruns y Burgess (2011), si los hashtags pueden crear comunidades de usuarios que interactúan entre sí leyendo, respondiendo mensajes e interactuando entre sí. Una de los indicadores para dar cuenta de la interacción entre usuarios es el retuit, a través de la visualización de la red de usuarios que retuitearon mensajes de otros con el hashtag #YoTeCreoJuan podemos caracterizar que tipo de comunidades hubo en la conversación.

**Imagen 07: Red de Usuarios que retweetearon el hashtag #YoTeCreoJuan**



Fuente: elaboración propia con Gephi.

Podemos observar en la imagen 07 de la red dos comunidades bien diferenciadas de usuarios que se retuitean entre sí. Dónde las personas que reciben mayor parte de los retuits de cada comunidad son dos usuarios que utilizaron #YoTeCreoJuan con dos usos diferentes como anteriormente dimos cuenta. La usuaria @dra\_lija forma parte de los usuarios que usaron el hashtag como forma de copar la conversación que defendía al actor Juan Darthes y desprestigiaba la denuncia de la actriz por estar asociada al movimiento feminista. Dentro de su comunidad fue la usuaria que recibió más cantidad de retuits, pero también fue la usuaria que recibió más cantidad de retuits con respecto a los demás del total de usuarios que usaron el hashtag. La usuaria recibió un total 4.759 retuits, mientras que la usuaria que concentra la mayor cantidad de retuits en la comunidad contraria obtiene 1.584 en total. La usuaria @dra\_lija logra esta cantidad de retweets aunque no

usa el hashtag #MiraComoNosPonemos lo que nos lleva a pensar que el activismo feminista tuitero interactuó retuiteando y utilizando el hashtag #YoTeCreoJuan para hegemonizar la conversación desarticulando el propósito que tenía el mismo. Siguiendo a Barbera (2015) podemos interpretar que las conexiones entre los usuarios y su proximidad pueden interpretarse como indicadores de similitud, ya que según el autor las redes sociales son homófilas cuando se trata de ideología política. Por lo que nos lleva a pensar que las comunidades visualizadas comparten ideologías, es decir utilizan de la misma manera el hashtag. Otro aspecto que cabe resaltar es la diferencia de tamaño de estas dos comunidades, la comunidad asociada al activismo feminista es más grande que la comunidad que apoya al actor denunciado. De esta manera cobra sentido porque los emojis vinculados con el activismo feminista fueron los más usados en la conversación. Además, dentro de esta comunidad se encuentra el portal de noticias @eldestapeweb a diferencia de la otra donde no se encuentran portales de noticias y obtuvieron mayor visibilidad imágenes e información *fake* como mostramos anteriormente.

La polarización y segregación ideológica, como podemos ver en la imagen, es un fenómeno que autores como Barbera (2015), Calvo y Aruguete (2020) encuentran recurrente en la conversación política *on line*. Barbera llama las conversaciones que adoptan esta forma cámaras de eco donde los usuarios poseen similares convicciones ideológicas y comparten contenido ideológicamente similar. Si bien vemos que ocurren retuits intra ideológicos estos no son tan fuertes como para unir a estas dos comunidades. Como caso opuesto aparece la red del hashtag #MiraComoNosPonemos la cual no presenta comunidades diferenciadas como la que surge de #YoTeCreoJuan. Barbera observa en sus investigaciones que las conversaciones que no son polarizadas son aquellas que tratan temáticas de actualidad o tragedias, en este sentido podemos pensar que si bien #MiraComoNosPonemos fue leído en cierto aspecto como un evento trágico la lectura de esa tragedia fue política. Ahora pensar que esta red analizada se polariza porque su tema es político tiene sentido en tanto y en cuanto tengamos en cuenta que es consecuencia del accionar de los usuarios. Es decir, esta red se polariza por la acción de los usuarios que, identificamos con el activismo feminista intervienen en el hashtag para darle su propio sentido. Se libra una batalla en la que se juega el sentido de un hashtag y en donde los usuarios intentan darle visibilidad a su lectura del evento a partir de la emisión de tuits y retuits como podemos ver el caso analizado. #YoTeCreoJuan pretendía responder a la propagación del hashtag #MiraComoNosPonemos como forma de competirle en visibilidad en la red. Sin embargo, no fue exitoso su objetivo, usuarios que no acordaban con lo que expresaba el hashtag lo usaron para hacer visible su opinión.

### *Repertorios del activismo*

Por otro lado, tampoco podemos dejar de notar que la conversación fue en parte atravesada por la “grita” gobierno o posición. Como dan cuenta Calvo y Aruguete (2020) esta división está presente en la mayoría de las conversaciones políticas de Twitter en Argentina. Cuando hacemos un análisis más micro y artesanal del contenido de los tweets encontramos que parte del discurso antifeminista de los usuarios que utilizan el hashtag

es asociar al activismo feminista al kirchnerismo como estrategia para deslegitimar el contenido de sus tweets. Podemos ver un ejemplo de lo anterior en los siguientes tweets:

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

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

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

*“es una opereta K como maldonado #YoTeCreoJuan”*

No es casual que les mismas usuaries vinculen la conversación #MiraComoNosPonemos y a quienes apoyan a la actriz con otros eventos polarizados en Twitter Argentina como lo fue el caso de Santiago Maldonado ya explorado por Calvo y Aruguete (2020). La capacidad de les usuaries de establecer relaciones entre hashtags o tendencias de Twitter asignándoles un signo partidario parece ser una más de las estrategias que en antifeminismo despliega en este caso. En otros trabajos que analizan el discurso antifeminista en Argentina (Zuban, y Rabbia, 2021) también encuentran las descalificaciones por asociación a kirchnerismo o a la izquierda, sucediendo lo mismo en España pero asociando al feminismo al partido Podemos (Congosto et al, 2020). Otros descalificativos que aparecen con frecuencia en el cuerpo de los tweets de nuestra base son “feminazi” y “femibolche” en especial. A partir de la utilización de diferentes herramientas de visualización de datos podemos afirmar que les usuaries que dieron al hashtag un uso diferente con el que había sido creado corresponden al activismo feminista twittero. De esta manera entendemos que el activismo feminista copo el hashtag exitosamente como lo muestran la red del Grafo N. El top diez de usuaries nos permite observar que sus mensajes fueron los más retuiteados y los emojis asociados al feminismo fueron más utilizados en la conversación. Además, al visualizar las palabras más frecuentes en la conversación encontramos que la palabra violador es una de las más usadas asociadas al término defender y sus variaciones. Así se demuestra que la denuncia por parte de este activismo se pudo imponer sobre la otra. Por otro lado, pudimos observar algunas de las estrategias de la reacción antifeminista utilizadas en este caso como asociarla a la militancia kirchnerista.

En síntesis, podemos ver cómo el hashtag #YoTeCreoJuan fue un espacio donde confluyeron usuaries antifeministas y feministas para discutir el sentido del hashtag. Su vinculación con el hashtag #MiraComoNosPonemos nos lleva a pensar que el activismo feminista dispueto en Twitter el significado de este hashtag a partir de asociarlo a la defensa de un violador, la derecha y a al activismo provida. Mientras que el antifeminismo se destacó por polarizar la conversación asociando al feminismo con la militancia kirchnerista para deslegitimarlos. Se destaca la utilización imágenes y datos *fake* propio

de las prácticas de la subcultura troll o el llamado *gender trolling*, como también lo han identificado otras investigaciones de Twitter en España.

Por otra parte, el análisis desarrollado nos lleva a reflexionar sobre las formas de estudiar el activismo feminista a partir de hashtags y si es posible solo hacerlo a partir de uno solo. En este sentido, pensamos que las comunidades de hashtags no se limitan al uso de uno si no, como es el caso, se pueden observar en otros hashtags vinculados con la temática. Comúnmente el uso de los retuits se interpreta como indicadores de comunidad en el uso de un hashtag para medir la interacción de les usuaries. Pero para un análisis más exhaustivo de comunidades y activismo político es necesario partir de otras herramientas como las que brinda la etnografía digital en donde es necesario seguir a les actores a través de la red para comprender los usos y las formas de estar en la red. O como en este caso explorar y seguir otros hashtags vinculados al estudiado y cómo fue la conversación entre les usuaries. Si bien en el primer hashtag analizado vemos que escapa a las lógicas comunes de las conversaciones en Twitter en este podemos ver la típica grieta que atraviesa las conversaciones naciones en esta red social. Pero como estrategia para deslegitimar y disputar sentidos del hashtag en la red. término “feminazi” es identificado como un término propio del antifeminismo.

## **Conclusiones.**

A partir de la utilización de diferentes herramientas de visualización de datos pudimos hacer un primer acercamiento a nuestra base de datos. En este sentido, podemos afirmar que les usuaries que dieron al hashtag un uso diferente con el que había sido creado corresponden al activismo feminista twittero. En otras palabras, dimos cuenta que el hashtag tuvo dos usos, uno de ellos vinculado a discursos antifeministas y de odio y el otro al activismo feminista. De esta manera entendemos que el activismo feminista copo hegemonizo el hashtag exitosamente como lo muestran la red de retuits, el top diez de usuaries que sus mensajes fueron las retuiteados y los emojis más utilizados en la conversación destacado el corazón verde y el violín. Además, al visualizar las palabras que fueron más frecuentes en la conversación encontramos que la palabra *violador* es una de las más usadas asociadas al termino *defender* y sus variaciones podemos entender que la denuncia por parte de este activismo se pudo imponer sobre la otra.

En síntesis, podemos ver como el hashtag #YoTeCreoJuan fue un espacio donde confluyeron usuaries antifeministas y feministas para discutir el sentido del hashtag. Su vinculación con el hashtag #MiraComoNosPonemos nos permitió pensar que el activismo feminista disputo en Twitter el significado de este hashtag a partir de asociarlo a la defensa de un violador, la derecha y a al activismo provida. Mientras que el antifeminismo se destacó por polarizar la conversación asociando al feminismo con la militancia kirchnerista para deslegitimarlos. Se destaca la utilización imágenes y datos *fake* propio de las prácticas de la sub cultura *troll* o el llamado *gender trolling*, como también lo han identificado otras investigaciones de Twitter en España. Por el contrario, a lo que sucede en las conversaciones sobre temáticas feministas donde priman mensajes basados en



experiencias personales, opiniones o noticias provenientes de algún medio de comunicación como en #Cuentalo y #MiraComoNosPonemos y #AbortoLegal. Además, como parte de los repertorios del activismo antifeminista vemos que los discursos de odio, insultos y deslegitimaciones se repiten como en otros eventos estudiados en internet. Esperamos poder seguir indagando sobre los discursos que se encuentran en el hashtag #YoTeCreoJuan para poder seguir estableciendo comparaciones con otras variantes de antifeminismo en la red y poder empezar a pensar las particularidades del argentino.

## **Bibliografía**

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

Barbera, P. Jost, T.J. Nagler, J. Tucker J.A & Bonneau, R. (2015) Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science OnlineFirst*, doi:10.1177/0956797615594620.

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

Bruns & Burgues (2015) "Twitter Hashtags from Ad Hoc to Calculated Publics" en Rambukkana, Hashtags publics, Library of Congress. Capítulo 1, pp. 13-28

Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2020). ¿De qué color es tu corazón? El uso de emojis en los procesos de activismo social. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6: 119-136. DOI: 10.7203/rd.v1i6.183.

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

Engler, V. (2017) Antifeminismo online, revista Nueva Sociedad No 269, mayo-junio de 2017, ISSN: 0251-3552, www.nuso.org

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

Gutiérrez Almazor, M., Pando Canteli, M., & Congosto, M. (2020). Nuevos enfoques en la propagación de la reacción antifeminista en Twitter. *Investigaciones Feministas*, 11(2), 221-237. <https://doi.org/10.5209/infe.66089>

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

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

Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PloS one*, 9(6), e98679.

Judith Carreras. (2019) LAS NUEVAS DERECHAS RADICALES Neoderechas y antifeminismo viento sur.

Khusro, S., Jabeen, F. & Khan, A. (2018) Tag Clouds: Past, Present and Future. *Proc. Natl. Acad. Sci., India, Sect. A Phys. Sci.* <https://doi.org/10.1007/s40010-018-0571-x>

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

Laudano, C (2018) Aborto y redes: el debate por #AbortoLegal. *Sociales en debate*, Subsecretaría de Gestión Institucional, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. ISSN 2618-4885. (Anais Eletrônicos), Florianópolis

Laudano, C. (2018) Acerca de la apropiación feminista de TICs.

Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media. *Feminist Studies*, 39(2), 563-570. <https://www.jstor.org/stable/23719068>

Mendes, K. et all. (2019) *Digital feminist activism: girls and women fight back against rape culture*. Oxford University Press.

Quiroga, N. y Rodrgiuez Cordeu, J. (2022) Fuerzas sociales espacializadas: el análisis de redes sociales revisitado (antes y después del ‘giro digital’). XVIII Jornadas Interescuelas UNSE

Rambukkana, N. (2015). *Hashtag publics*. Peter Lang Incorporated.

Sampietro, A.; Calvo, D. y Campos-Domínguez, E. (2020). Los emojis del 8M: Su uso en Twitter durante las movilizaciones feministas de 2019. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6: 137-158. DOI: 10.7203/rd.v1i6.170.

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