



#abortolegal: el grito que tiñó las redes

CLAUDIA LAUDANO (IDIHCS/UNLP/CONICET)
27 DE NOVIEMBRE DE 2018

El 2018 será recordado como un año fructífero para el activismo digital feminista por el #abortolegal en el país. Un ciclo intenso con momentos de activismo febril entre el 2 de enero y el 9 de agosto, que marcó el pulso del debate político, y en su devenir se transformó en una de las dimensiones significativas del reclamo por la legalización del aborto junto a la multitudinaria movilización nacional, la cual logró, por primera vez en la historia, media sanción favorable para el proyecto de ley.

Si bien la lucha por la legalización del aborto cuenta con larga trayectoria y otro tanto ocurre con el desempeño y la apropiación de redes digitales a tales efectos,¹ durante meses, #AbortoLegalYa se instituyó en la voz predominante en redes sociales hasta convertirse en el hashtag insignia. Recién a partir de la media sanción de la ley, los grupos contrarios a la legalización pisaron las redes sociales con mayor decisión, al identificarlas como un terreno clave de disputa.

¿Cómo se fue desplegando en el transcurso de los meses la inmensa marea a favor de la legalización del aborto en las interacciones en redes digitales? En la nota se traza un mapa, como parte de una investigación en curso, con pistas para visualizar ciertos hitos, modalidades y hashtags aglutinantes durante el proceso. De los distintos espacios donde se puede rastrear, se focaliza en particular en la plataforma Twitter, por la centralidad que adquirió en el debate político vinculado al proyecto de ley, con actores sociales que disputan sentidos y despliegan a diario sus tácticas, entre ellos, del mundo de la política, grupos activistas, periodistas, artistas, cantantes, *influencers* y mediáticos.

La discusión iniciática de 2018

El 2 de enero, la declaración del actor Facundo Arana al afirmar que estaba feliz por el embarazo de su ex pareja Isabel Macedo, ya que una mujer se realizaba al ser madre, produjo alto revuelo en redes sociales. Que en pleno auge de revuelta feminista, Arana sostuviera intacta la ecuación “mujer=madre” generó indignación. Entre otras, la actriz Muriel Santana cruzó al actor en Twitter y contó que se había realizado un aborto como parte de sus decisiones de vida. Esa declaración testimonial en primera persona en el ciberespacio, interpeló al instante otras experiencias respecto de prácticas de interrupción de embarazos en distintos contextos, edades y momentos de la vida; al mismo tiempo que produjo una serie de insultos hacia la actriz en la plataforma.

Tras unos meses de impasse, con esta polémica entre dos integrantes del mundo del espectáculo, la conversación en torno a #abortolegal retornó vigorosa a las redes sociales,

1 Mi intervención al respecto en el Plenario de Comisiones de la Cámara de Diputados, durante la sesión informativa del 22 de mayo de 2018 en: <https://bit.ly/2KzKkQN>. Publicada en: <https://bit.ly/2ByCGmY>

a punto tal que se sostuvo dos días consecutivos como tendencia de intercambios. Fue el hito inaugural de una trama fértil entre procesos inescindibles de viralización en redes y mediatización de discusiones televisivas por la legalización del aborto, que luego se potenciaría con las multitudinarias manifestaciones callejeras de la marea verde.

Mientras en la primera semana de enero se diseminaban los discursos de las actrices estadounidenses con su implacable “Time’s up” contra el acoso y el abuso sexual en la entrega de premios Golden Globe, como broche del proceso iniciado con el hashtag #Metoo, y en instancias locales se comentaba la denuncia de la actriz Calu Rivero al actor Juan Darthés; el cantante Cacho Castaña deslizó un anacrónico “relájate y goza ante una violación”, sin percibir que, fruto de las transformaciones en curso en el imaginario sexista, la expresión resultaba inadmisibile.

Entre la extensa lista de cuestionamientos, se manifestó la actriz Araceli González, quien al ser elogiada por su crítica al cantante aclaró en el programa de chimentos del espectáculo Intrusos que no era feminista, y entre sus argumentos reiteró la serie de equívocos de tener un hijo precioso, un marido hermoso y respetar a los hombres. Con esas afirmaciones encendió la llama ciberfeminista, que respondió con una potencia inaudita.

Con el hashtag #SoyFeminista, las redes más utilizadas en el país se poblaron con relatos de orgullo y autoafirmación, muchos en clave genealógica, hasta liderar la tendencia de temas discutidos en Twitter y sostenerse durante tres días, con repercusión en el ranking global de la plataforma. El entusiasmo impulsó la participación en la ciberacción de latinoamericanas y españolas, quienes se encontraban en plena organización del paro mundial para el #8M, el día internacional de las mujeres.

De inmediato, la astucia mediática visualizó el éxito rotundo de ambas acciones ciberfeministas no planificadas que, en escasos 20 días, sacudió la métrica de las tendencias con debates sobre la libre elección de la maternidad, las prácticas de interrupción de embarazos, la legalización del aborto, el sexismo mediático, el acoso sexual en diferentes espacios, la historia del feminismo como movimiento y experiencias personales de ser feminista.

Del “ahora que sí que nos leen” a la pantalla televisiva

Así las cosas: la viralización del hashtag #SoyFeminista instaló en vivo y en directo a feministas de carne y hueso en la pantalla televisiva. En un contexto de denuncias por acoso sobre actores, conductores y empresarios del espectáculo, el programa *Intrusos* conducido por Jorge Rial apostó a continuar con la polémica, entrevistando a feministas. La amalgama redituable del rating televisivo exitoso (con reproducciones de las emisiones en YouTube que en poco tiempo acumularon 500.000 vistas) y las tendencias favorables para el programa en redes ante cada participación feminista en el piso, garantizaron la continuidad de las invitadas durante varios días. Así, Flor Freijo, Malena Pichot, Julia Mengolini y Luciana Peker se explayaron desde sus perspectivas sobre alcances y planteos teórico-políticos del feminismo, el acoso sexual y distintas formas de discriminación en los medios, entre otros asuntos.

Ante la mirada atónita de una audiencia, en parte cautiva y en parte recién llegada por el atractivo del cambio radical de propuesta, el 1° de febrero el conductor –autodeclarado machista en recuperación– subió la apuesta y expresó la necesidad de debatir la ley para legalizar el aborto en el Congreso de la Nación. De inmediato, la propuesta se convirtió en hashtag de la mano del activismo digital feminista, que diseminó posteos con #AbortoLegalYa hasta reiterar el liderazgo de la tendencia tuitera, en el contexto de otros debates significativos, como los 6 meses de la desaparición de Santiago Maldonado y los #tarifazos.

Al día siguiente, Rial cerró una álgida semana en su programa con el pañuelo verde de la Campaña Nacional por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito en su muñeca, gesto que llegó a confundirse en redes con un meme de EAMEO, al tiempo que lanzó una encuesta en la red del pajarito para testear la opinión pública en torno a #AbortoLegalSeguroyGratuito. Con buen olfato político, el activismo digital feminista se volvió a apropiarse del hashtag y logró posicionarlo en el primer puesto de las tendencias, por segundo día consecutivo, esta vez por más de 10 horas. Una dinámica fluida entre “viralización y mediación: un solo corazón  a favor de #abortolegal” se encontraba en pleno desarrollo.

A este panorama, la participación de Srta. Bimbo en *Intrusos*, con pañuelo verde al cuello, sumó un nuevo cimbronazo. Bastó que nombrase el Misoprostol, medicamento utilizado

para interrumpir embarazos, para que repercutiera en una estampida de búsquedas del término en internet pocas veces registrada, según datos facilitados por Wikipedia.

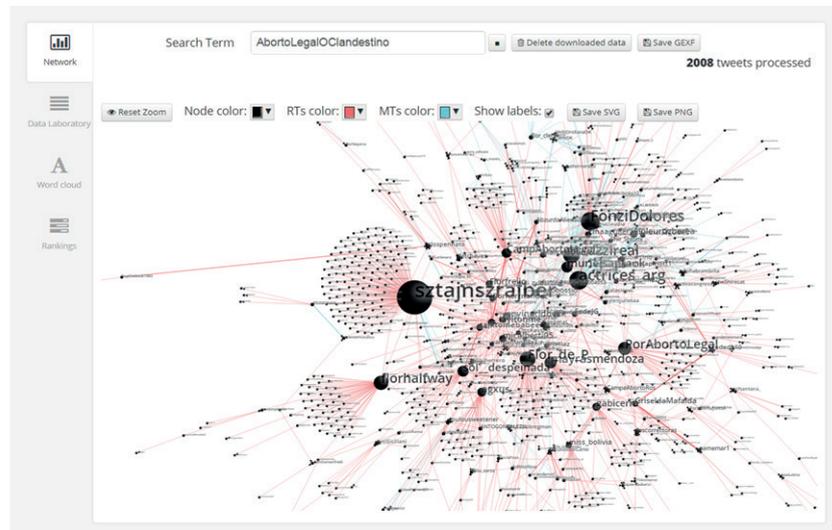
Tiempo de tuitazos de la @CampAbortoLegal

El 19 de febrero, el hashtag #AbortoLegalYa marcó un récord en la plataforma Twitter al instalarse como primera tendencia por cuarta vez consecutiva en 2018, solo que esta vez como parte de la estrategia política de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito (en adelante, La Campaña) para incidir en el tratamiento de la ley, junto al pañuelazo en el Congreso Nacional y plazas del país. A puro pulmón, la ciberacción concitó un entusiasmo inusitado, con cifras de participación de cuentas y tuits desbordantes de información, argumentos y emojis, que sorprendió a más de un analista de redes; mientras que en la arena política significó un hito en la trayectoria de liderazgo de la @CampAbortoLegal.

Luego, a principios de marzo, la presentación del proyecto de ley por séptima vez en el Congreso de la Nación con los tuitazos trending en redes y la marea verde como protagonista indiscutible de la multitudinaria movilización nacional el #8M, en ocasión del segundo Paro Internacional de Mujeres, generaron la presión suficiente en instancias gubernamentales para no obstaculizar la discusión en el ámbito legislativo.

El inicio de las exposiciones informativas en el Plenario de Comisiones de la Cámara de Diputados el 10 de abril, con movilizaciones en distintas ciudades del país, reinstaló el multiexitoso hashtag #AbortoLegalYa en el primer puesto de las tendencias locales, con una conversación que se extendió durante trece horas. Merced a la transmisión en directo por el canal oficial en Youtube, las sesiones informativas generaron un seguimiento atento en sectores de la ciudadanía, con un escrutinio minucioso de las falacias promovidas por participantes contrarios a la legalización del aborto junto a la producción de una batería de memes como instancia de ridiculizar ciertos planteos. A la vez, en el transcurso de las sesiones, se ensayaron diferentes iniciativas de presión por medios digitales hacia legisladoras/es para que definieran públicamente su voto, entre ellas, desde la plataforma Activa el Congreso.

De allí en más, se registra una cronología sostenida de acciones exitosas en redes durante las sesiones informativas, donde el reclamo por la legalización del aborto se convirtió en tendencia de debate con diferentes hashtags (#QueAbortoSeaLey, #AbortoNosotrasDecidimos, #AbortoLegalJusticiaSocial, #AbortoLegalEsSalud, #AbortoDeudadelaDemocracia, #YoVotoAbortoLegal, entre otros) para sortear la regla de las empresas medidoras que dejan de rankear aquellos que se convierten en tendencia con asiduidad. “Las redes son nuestras” posteaba la marea verde eufórica, junto a los pañuelazos en el país y las acciones a pleno escenario con música, poesía, oradoras y baile cada “martes verde” afuera del Congreso (¡sí, en la revolución feminista se baila!), hasta obtener la media sanción del proyecto de ley el 14 de junio con la multitudinaria vigilia.



Grafo de la acción #AbortoLegalOClandestino el 10 de junio 2018 con 2008 tuits procesados.

Trazos del ciberdespliegue “anti”

Tras unas manifestaciones esporádicas en la arena tuitera contra la interrupción legal del embarazo mediante las estrategias de infiltrar los hashtags por #AbortoLegal sin resultados relevantes, y de generar contrahashtags durante los tuitazos de la @CampAbortoLegal, la primera incursión planificada ocurrió el 25 de marzo, el día del niño

por nacer. Allí, el hashtag #SíLaVida acompañó *on line* la movilización impulsada por sectores de la Iglesia Católica, con el muñeco gigante de papel maché “símil feto” como emblema, objeto de múltiples memes despiadados en redes.² La repercusión desmedida de este estreno digital de sectores contrarios a la legalización del aborto en la métrica de las tendencias generó suspicacias respecto de la autenticidad de las cuentas involucradas. A falta de activismo en redes, ¿bots en acción?

Durante esta etapa exploratoria de ciberactivismo, se registran una serie de convocatorias puntuales para tuitear hasta la aprobación del proyecto de ley en la Cámara de Diputados el 14 de junio. El inicial #NadieMenos pronto cedió lugar ante el despliegue de un menú variado de hashtags con epicentro en su particular noción de vida:³ #CuidemosLasDosVidas, #ArgentinaQuiereVida, #LaVidaNoSeNegocia, #SalvemosLasDosVidas, #MarchaPorLaVida y #VotemosVida, entre ellos.

El punto de inflexión del activismo en redes se produjo con la derrota política sufrida por estos sectores con la votación favorable por la legalización del aborto en la Cámara de Diputados el 14 de junio, instancia en que comenzó la etapa ofensiva. A la par de la confrontación directa de las ciberacciones convocadas por La Campaña (por ej., respondiendo con el hashtag #RechazoFederal a la acción #PañuelazoFederal convocada por aquélla a fines de junio), se intensificó la frecuencia de las acciones propias para obtener visibilidad pública y repercusión en medios.

Sin despliegue innovador, en líneas generales, la estrategia consistió lisa y llanamente en copiar la táctica de quienes llevaban la batuta hasta entonces, en sentido idéntico a lo realizado con otros recursos simbólicos que conformaron el repertorio básico: como los pañuelos celestes, los actividades de los pañuelazos #Porlavida (del feto) y la metáfora de la ola celeste. Esta nueva fase de disputa política por los sentidos incluyó un incremento de acciones de violencia en línea y en diferentes espacios públicos por parte de estos sectores.

Sin embargo, a pesar de los denodados esfuerzos por instalar el debate en torno a la protección de la vida fetal; un logro significativo de la Campaña Nacional por el Aborto

2 Para mayor información, véase <https://www.pagina12.com.ar/105978-la-batalla-ganada-en-memes>.

3 Laudano, C (2012). Reflexiones en torno a las imágenes fetales en la esfera pública y la noción de “vida” en los discursos contrarios a la legalización del aborto. *Temas de Mujeres*, 8(8). Recuperado de <https://bit.ly/2DVW9k7>

Legal, Seguro y Gratuito en este período de intensa confrontación de sentidos, consistió en desplazar la disputa hacia la necesidad de terminar con la clandestinidad de los abortos practicados a diario en el país. En ese sentido, el hashtag #AbortoLegalClandestino logró sintetizar a la perfección los términos de la discusión política.

En síntesis, en el transcurso de las acciones en línea se configuró una comunidad sólida a favor de la legalización del aborto, que acompañó e impulsó el pedido del tratamiento legislativo del proyecto en el Congreso de la Nación. El clima de opinión desbordó con creces las convocatorias bisemanales a tuitear de La Campaña y ser expertas en lograr trending topics, para intervenir durante las participaciones de funcionarias o políticos en programas televisivos, narrar historias en torno a la acción “Mi Pañuelo Verde”, volver a poner en escena experiencias polifónicas desde #YoAborté, así como relatos de acompañamientos a abortar o hablar en nombre de mujeres muertas por practicarse abortos inseguros.

El 8 de agosto #AbortoLegalYa, en modo hashtag, coronó los tres escenarios instalados por La Campaña para la vigilia por la votación en el Senado, cuando se podía definir si hacer lugar al reclamo social o bien, acogerse a preceptos religiosos y seudocientíficos para sostener el *statu quo*. Esa madrugada, la votación se perdió por solo 5 votos, al obtener 31 de los 36 requeridos, como mitad de los 71 presentes al momento de la votación en la Cámara de Senadores.

Con tanta experiencia acumulada en las calles y en las redes en el proceso que finalmente precipitó este año, el horizonte que se vislumbra está claro: Con la marea verde será ley.