



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado



Maestría en gestión estratégica de marketing digital y negocios por internet

Trabajo Final de Maestría

Factores críticos de la “viralidad” en plataformas sociales: el uso del lenguaje MEME durante el debate de la ley por la interrupción voluntaria del embarazo (Argentina, 2018)

Análisis de caso

Autora: Lic. Melody Altmann

Director: Dr. Roberto Igarza

Año: 2020

Agradecimientos

A mi familia, Patricia, Gabriel y Brandon, que siempre me impulsaron y me brindaron todas las herramientas y la contención necesaria para lograr extender mis alas y potenciarme a límites infinitos.

A mi compañero de aventuras, Sebastián, que a través de su sonrisa y de su apoyo, me motiva a alcanzar mis sueños.

A mis compañeros del Gobierno de la Ciudad que me inspiraron en el tema de la tesis y que estuvieron siempre presentes.

A mis amigas de Fulbright que me ayudaron a concretar mis ideas y a lograr plasmarlas en papel.

A mis amigas de la Maestría, que siempre estuvieron dispuestas a prestarme un oído y calmarme cuando veía la meta muy lejana.

A mi amiga Paula quien me regaló noches sin dormir para ayudarme a otorgarle a mi trabajo giros copernicanos.

A mi tutor, Roberto Igarza, quien desde su rol me acompañó y me brindó soporte para adentrarme en el mundo de la academia y de la investigación.

A todos ellos, y recordando a un gran músico argentino, ¡Gracias totales!

Resumen

El debate suscitado en 2018 con motivo del tratamiento legislativo del proyecto de ley sobre la interrupción voluntaria del embarazo (IVE) en la Argentina marcó un hito dentro de la agenda pública con mayor repercusión social en la Historia del país. Esta discusión interpeló a la Sociedad generando un estado de debate público, desbordando ampliamente los límites del Congreso y conformando también, nuevas identidades. Esta situación de debate y de posturas tan diferenciadas dio origen a diversas lógicas de representación mediática y de viralidad en la web, siendo una de ellas la producción y la puesta en circulación de los memes. El objetivo general del presente trabajo es explorar la viralidad de los memes, uno de los contenidos de humor político, que circularon a través de Instagram y Twitter y que estuvieron ligados al debate sobre la legalización del aborto en la Argentina con la finalidad de identificar y catalogar los factores que pudieron incidir en la viralización de los contenidos que produjeron los usuarios. Así, este estudio de caso se inscribe en la intersección de cuatro lógicas: la del lenguaje meme, las de los modelos de interacción de las plataformas sociales, la de la cultura participativa de los fans y la del rol de los influenciadores.

Palabras clave: *memes, viralidad, aborto.*

Contenido

1. Introducción	12
2. Objetivos	20
3. Metodología	22
4. Marco referencial teórico	32
4.1 Lenguaje “meme”	32
4.1.1 Perspectivas y consideraciones teóricas	32
4.1.2 Revisión de categorías del lenguaje “meme”	36
4.1.3 Acerca de la difusión y la viralidad de los memes	41
4.2 Rol de las plataformas sociales	49
4.2.1 Caracterización y modelos de difusión y refuerzo informativo	49
4.2.2 Instagram: protagonistas y espectadores de una fototeca instantánea	51
4.2.3 Twitter: caracterización del canal informativo de 280 espacios	60
4.3 Influenciadores de discursos en la era de internet	65
4.3.1 Revisión sobre las principales teorías de la comunicación e influencia	65
4.3.2 Descripción del rol de los influenciadores como líderes de opinión a través de la empatía y la identificación con sus audiencias	69
4.4 Cultura participativa de los usuarios digitales	74
4.4.1 Democratización de la palabra y desafíos para la visibilidad de los mensajes	74
4.4.2 Caracterización de las audiencias y su relación de pertenencia con las comunidades digitales	77
4.4.3 Cultura participativa: nuevas lógicas de interacción y de apropiación de los contenidos	80

5.Desarrollo y análisis del trabajo de campo 86

5.1 Plataforma de distribución: tipos de interacción más utilizados en cada red social y según cada hashtag 87

5.2 Tipos de narración y estéticas: uso de los formatos, contenidos y reacciones según cada etiqueta temática 89

5.3 Influenciadores: alcance versus eficiencia en la transmisión del mensaje 118

6. Conclusiones 124

6.1 Resumen de los resultados obtenidos a través del estudio cuantitativo de la muestra 127

6.2 Consideraciones finales, discusiones abiertas y premisas para futuras líneas de investigación 131

7. Bibliografía 135

8. Fuentes bibliográficas de la Web 143

9. Anexo 148

9.1 Planilla de relevamiento 148

Lista de Ilustraciones

- Ilustración 1: “Caricatura” 27
- Ilustración 2: “Collage” 28
- Ilustración 3: “Fotomontaje” 28
- Ilustración 4: “Gif” 28
- Ilustración 5: “Imagen” 29
- Ilustración 6: “Simpsons” 30
- Ilustración 7: “Video” 30
- Ilustración 8: “Kilroy estuvo aquí” 33
- Ilustración 9: “Rage Comics” 38
- Ilustración 10: “Poker Face” 38
- Ilustración 11: “Collage 1” 38
- Ilustración 12: Meme “La china del supermercado 1” 39
- Ilustración 13: Meme "La china del supermercado 2" 39
- Ilustración 14: "Shooting Stars" 40
- Ilustración 15: "Ice Bucket Challenge" 41
- Ilustración 16: "Harlem Shake" 41
- Ilustración 17: Pirámide de Maslow 45
- Ilustración 18: Usuarios activos en plataformas sociales 53
- Ilustración 19: Análisis del uso de Instagram 54
- Ilustración 20: Penetración por país 55
- Ilustración 21: Perfil de usuarios de Instagram 55
- Ilustración 22: "Dice mi mamá" 99

Ilustración 23: Wonder Women pro aborto	99
Ilustración 24: ¿Aborto como solución?	100
Ilustración 25: Aborto	100
Ilustración 26: ¿Qué se considera vida?	100
Ilustración 27: Aborto en Latinoamérica	100
Ilustración 28: Adoctrinamiento	101
Ilustración 29: Argentina con aborto legal	101
Ilustración 30: Ciencia vs. Ideología	101
Ilustración 31: ¿Cuándo se considera que el feto es niño?	102
Ilustración 32: Debate	102
Ilustración 33: Derecho a la vida vs. derecho sobre propio cuerpo	102
Ilustración 34: Derecho animal vs. derecho humano	103
Ilustración 35: Dichos	103
Ilustración 36: Discursos provida	103
Ilustración 37: Embarazo deseado vs. no deseado	104
Ilustración 38: Escándalo Vidal	104
Ilustración 39: Farmacias de la Dra. Aborto	104
Ilustración 40: Feminismo	105
Ilustración 41: Feto	105
Ilustración 42: Iglesia- Estado	105
Ilustración 43: Ironía sobre la discusión	106
Ilustración 44: Kirchnerismo	106
Ilustración 45: LGBTIQ	106

- Ilustración 46: Movimiento provida 107
- Ilustración 47: Mundial 107
- Ilustración 48: Provida vs. proaborto 107
- Ilustración 49: Patriarcado 107
- Ilustración 50: Preservativo 108
- Ilustración 51: Proaborto 108

Gráficos

- Gráfico 1: Distribución de publicaciones según hashtags 86
- Gráfico 2: Distribución de publicaciones por redes sociales 86
- Gráfico 3: Engagement por redes sociales 87
- Gráfico 4: Engagement #AbortoLegalYa 88
- Gráfico 5: Engagement #SiALas2Vidas 88
- Gráfico 6: Formatos #AbortoLegalYa 90
- Gráfico 7: Formatos #SiALas2Vidas 90
- Gráfico 8: “Me gustas” por formato #AbortoLegalYa 91
- Gráfico 9: “Me gustas” por formato #SiALas2Vidas 92
- Gráfico 10: Máximos de “Me gustas” por formato en #AbortoLegalYa 93
- Gráfico 11: Máximos de “Me gustas” por formato en #SiALas2Vidas 93
- Gráfico 12: Comentarios por formato #AbortoLegalYa 94
- Gráfico 13: Total de comentarios por formato #SiALas2Vidas 94
- Gráfico 14: Máximos de comentarios por formato en #AbortoLegalYa 95
- Gráfico 15: Máximos de comentarios por formato en #SiALas2Vidas 96
- Gráfico 16: Compartidos totales #AbortoLegalYa 97
- Gráfico 17: Compartidos totales #SiALas2Vidas 97
- Gráfico 18: Máximos de "compartidos" por formato #AbortoLegalYa 98
- Gráfico 19: Máximos de compartidos por formato #SiALas2Vidas 98
- Gráfico 20: Comparación de las cantidades totales de contenidos utilizados bajo las etiquetas #AbortoLegalYa y #SiALas2Vidas según el tipo de contenido 109
- Gráfico 21: Porcentaje de posts por tipo de contenido en Instagram 110

- Gráfico 22: Porcentaje de posts por tipo de contenido en Twitter 110
- Gráfico 23: Porcentaje de "me gustas" por tipo de contenido en Instagram 111
- Gráfico 24: porcentaje de "me gustas" por tipo de contenido en Twitter 112
- Gráfico 25: Porcentaje de comentarios por tipo de contenido en Instagram 113
- Gráfico 26: Porcentaje de comentarios por tipo de contenido en Twitter 113
- Gráfico 27: Porcentaje de reproducciones por tipo de contenido en Instagram 114
- Gráfico 28: Porcentaje de reproducciones por tipo de contenido en Twitter 114
- Gráfico 29: Porcentaje de compartidos por tipo de contenido en Twitter 115

Lista de tablas

Tabla 1: Categorías de contenido 99

Tabla 2: Reacciones por tipo de contenido 116

Tabla 3: Tasa de eficiencia 122

1. Introducción

A tan solo cuatro días de haberse iniciado las sesiones del año 2018 en el Congreso de la Nación, se presentó por séptima vez consecutiva el proyecto de ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) ante la Cámara de Diputados. Era el 5 de marzo del 2018 cuando esta propuesta, redactada por la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, ingresó a la mesa de entradas contando ya con la firma de más de setenta legisladores de todo el arco político. El proyecto buscaba que la interrupción voluntaria del embarazo fuese despenalizada y que se reconociera como un acto legal. Así, fue girado a las Comisiones de Legislación General, Legislación Penal, Familia, Mujer, Niñez y Adolescencia y Acción Social y Salud Pública para su tratamiento. (Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, 2017)

Desde el 10 de abril hasta el 31 de mayo, 724 expositores de diversas edades, sexos y tradiciones culturales, religiosas e ideológicas expresaron sus opiniones ante los diputados y explicaron sus argumentos de por qué esta propuesta debía o no debía convertirse en ley. En total, fueron quince jornadas y ciento ocho horas de presentaciones en donde se esgrimieron argumentos científicos, posiciones ideológicas e historias individuales. Fuera del Congreso, se evidenciaba un clima de profundo debate en donde se cruzaban dos comunicaciones contrapuestas. Los grupos “provida”, identificados con el pañuelo celeste, se focalizaron en mostrar que las prácticas abortivas iban en contra del derecho a la vida. Sus expresiones buscaban sensibilizar a las personas y a los parlamentarios acerca de lo que consideraban era un atentado a la vida para un ser de pocas semanas de gestación a quien le sería negado el más

esencial de todos los derechos (“el don de la vida desde la concepción”). Esta idea se plasmó en diversos eslóganes y acciones que luego se replicaron en las redes sociales. Algunas de las representaciones más divulgadas fueron la del “feto ingeniero”¹ y la del “feto gigante”².

Por su parte, el lado “proaborto”, cuya insignia era el pañuelo verde, presentó una comunicación centrada en tratar a la temática como una cuestión de salud pública y de derechos humanos como así también, en la posibilidad de que la “persona gestante” pudiera tener libre elección sobre su cuerpo (LATFEM, 2018).

Luego de casi un mes de iniciarse el trabajo en las comisiones, los pañuelos verdes lograron la aprobación del dictamen que obtuvo 64 votos a favor y 57 en contra. Con el dictamen aprobado, el 13 de junio la Cámara Baja debatió la propuesta en una sesión que podría considerarse histórica tanto por el clima exterior caracterizado por impactantes movilizaciones a favor y en contra como por los prolongados debates al interior del parlamento, evidenciando ambos fenómenos, el clivaje cultural e ideológico pocas veces registrado en la Historia del país.

Por una exigua minoría de 129 diputados a favor y 127 en contra, el proyecto con media sanción fue girado a la Cámara Alta. En ese momento, se decidió que tres comisiones trabajarían el tema antes de enviarlo al recinto de senadores: Salud, Justicia y Asuntos Penales y Asuntos Constitucionales. (Braslavsky, 2018) En el plenario, ciento cuarenta y tres especialistas dieron su postura. Entre ellos, estuvieron el Ministro de Salud de la Nación, Adolfo Rubisntein, y el Fundador de la organización CONIN, Abel Albino, quienes con sus exposiciones generaron una gran repercusión en las redes sociales.

¹ La cuenta en Twitter [@elfetoingeniero](https://twitter.com/elfetoingeniero) fue creada en septiembre de 2017 y estuvo activa hasta mayo de 2018.

² El 25 de marzo de 2018, en la concentración que se realizó frente a la Facultad de Derecho de la UBA, la organización “Elegimos la Vida”, parte de Unidad Provida una de las mayores organizaciones “celestes”, utilizó un bebé gigante como representación a gran escala de un embrión. La construcción de seis metros que se realizó en La Plata y fue trasladada en un trailer hasta la Ciudad de Buenos Aires para esa ocasión. Según los organizadores, es la representación de “Alma” de 12 semanas de gestación.

En esta ocasión, el grupo “proaborto” no logró aprobar ningún dictamen y por ello, el tema se debatió directamente en el Senado. Allí, la propuesta fue rechazada por una votación que tuvo como resultado 38 legisladores en contra y 31 a favor. Con raras excepciones, la fractura se percibió en casi todos los grupos parlamentarios en ambas cámaras, lo que dio testimonio del calado social del proyecto de ley, capaz de desalienar las miradas intrapartidarias y generar distancias entre parlamentarios del mismo signo político que, aún hoy, son perceptibles.

Más allá de lo sucedido en el Congreso, este debate tuvo, además de una amplia cobertura mediática, una gran amplitud social, principalmente entre los jóvenes, quienes se expresaron de forma diversa e intensa en las redes sociales para manifestar su posición.

El tema también generó gran repercusión en diversos líderes de opinión llevando a que, distintos referentes tanto de la cultura, de la ciencia y de la política, se expresaran a favor o en contra de la propuesta de ley. Sus dichos también resultaron ser claves para entender y analizar lo que estaba sucediendo en internet. Un claro ejemplo de ello fue una nota publicada en el diario *La Nación* con una entrevista a la entonces vicepresidenta Gabriela Michetti (Sued, 2018). En ella, la presidenta del Senado se pronunció en contra de la ley dejando en claro cuál era su posición frente al tema. Sus expresiones fueron objeto de críticas en la web dando pie a numerosas parodias.

Como el caso de Michetti, a lo largo del debate aparecieron diversas situaciones que generaron gran repercusión en internet. De este modo, comenzaron a conformarse distintas identidades políticas como el movimiento de “actrices proaborto”, la “ola verde”, la “ola celeste”, las “feministas provida”, “las feministas proaborto”, entre otras expresiones y nuevos colectivos.

Esta situación de ebullición, de debate y de posturas tan marcadas en relación con la legalización del aborto dio origen a diversas lógicas de representación mediática y de viralidad en la web siendo una de ellas la producción y la puesta en circulación de memes.

Para el marketing, un elemento clave es la capacidad que posee un producto, servicio o contenido de viralizarse ya que, a través de su difusión, ese material comienza a hacerse conocido ganando posicionamiento de marca y de mercado. En este sentido, resulta esencial la recomendación del círculo íntimo de la persona, es decir, de sus amigos y /o familia. Este tipo de difusión, conocida como “boca a boca”, ancla el factor de legitimación en el remitente del mensaje, quien teniendo la plena confianza del individuo, se asemeja a un primer filtro que lo ayuda a definir a qué contenidos derivar su atención. Por esta razón, este tipo de difusión resulta fundamental para esta disciplina ya que significa una publicidad gratuita de probable alta incidencia entre los destinatarios por estar anclada en la recomendación de personas de confianza.

Esta lógica expansiva resulta ser de crecimiento exponencial ya que la probabilidad de que resulte pertinente es elevada teniendo en cuenta la semejanza social entre emisor y destinatario. El contenido se vuelve un vector de alto potencial referencial cuya difusión a través de contactos próximos favorece el interés y estimula el reenvío sucesivo. Remisiones que proceden en cadena a nuevos círculos de confianza.

En este sentido, el presente trabajo se inscribe como proyecto final de la “Maestría en gestión estratégica de marketing digital y negocios por internet” siendo pertinente a las temáticas trabajadas durante la cursada. Así, responde a la lógica de un estudio de caso en donde se indaga de forma exploratoria y descriptiva³ las dinámicas de representación y de viralización del debate

³ Agradecemos aquí la observación del jurado en la necesidad de aclarar el tipo de trabajo llevado a cabo.

sobre el proyecto de ley de legalización del aborto con el fin de evidenciar los factores críticos que incidieron en ese complejo proceso de cocreación y distribución y que puso en juego las técnicas de producción con estéticas y narrativas propias del lenguaje meme, la caracterización de las plataformas sociales y su incidencia en la elección de las lógicas de participación de sus fans, y el rol de los líderes de opinión en la dinámica de la circulación de los contenidos. Cabe resaltar que este trabajo es exploratorio y no busca estudiar cómo los memes pueden mejorar o profesionalizar una campaña política sino que simplemente se describirá la utilización memes en relación con el proyecto de ley de la IVE.

Así, este estudio se inscribe en la intersección de cuatro lógicas: la del lenguaje meme, las de los modelos de interacción de las plataformas sociales, la de la cultura participativa de los fans y la del rol de los influenciadores. La confluencia de estas variables sugiere preguntas como: ¿qué determinantes tecnocomunicacionales de las plataformas operaron sobre los mensajes para facilitar la viralidad?, ¿cuáles fueron los componentes del contenido que llevaron a que un meme tuviera más *engagement* en la audiencia y gracias a ello, fuese más viral que otros?, ¿en qué medida la caracterización de los públicos en las distintas plataformas influyó en la apropiación del lenguaje meme?, ¿qué actores sociales ocuparon el rol de influenciadores?, ¿cuál fue su participación en la circulación exitosa de los mensajes?, ¿qué características específicas del lenguaje pudieron potenciar la viralidad de los contenidos humorísticos? y ¿qué tipo de contenido fue el que generó mayor reacción de la población?

Estas sugerentes problematizaciones orientan el trabajo como una alternativa de respuesta a un relevante interrogante de época: ¿qué factores son críticos para la viralidad⁴ de mensajes

⁴ Según la Real Academia Española (2018), el adjetivo *viral* se refiere a un mensaje “que se difunde con gran rapidez en las redes sociales a través de internet”. Dentro de esta familia léxica, la *viralización* (sust.) es el proceso por el cual un contenido se *viraliza* (verbo). En este trabajo, se introduce el

memes, entendida ésta como la capacidad de un mensaje político de naturaleza humorística producida por los fans, para difundirse de forma exitosa en las plataformas sociales? El análisis de los indicadores de viralización obtenidos por los mensajes memes relacionados a este debate parlamentario hechos a través de Twitter e Instagram, permitirá descubrir sin intención de exhaustividad, los principales factores y reglas que resultan ser críticos en esta cuestión.

La relevancia de este estudio se sustenta a la vez en varios fundamentos. El primero de ellos es que en la actualidad existe una carencia de investigaciones relevantes que exploren cómo los elementos enunciados anteriormente pueden influir en el éxito de la viralidad de un meme. Además, se observa que las plataformas sociales y la notable tecnologización del nomadismo nos han introducido en un momento histórico de la modernidad tardía en donde los tradicionales emisores profesionales de la información (por ejemplo, los diarios) perdieron su posición hegemónica (ejemplificada en la menor tirada de sus ejemplares impresos)⁵ en pos de prosumidores, aquellos que antes eran destinatarios pasivos de los mensajes y ahora alternan entre recepción y participación, entre consumo y expresión, colaboración y competencia participando en distintos ecosistemas digitales como ser las redes sociales⁶. Como afirma Roberto Igarza (2013):

“La transmedialidad es más que la historia contada de distintas maneras en diferentes plataformas (multisoporte), que el enriquecimiento del contenido (hipermedialidad), la transformación de un espacio cerrado en algo compartido (participación). Es diferente y más a la vez que la adaptación del original a múltiples escenarios o plataformas, de un libro en una

concepto de “viralidad” (sust.) que hace referencia a la capacidad que poseen los contenidos para difundirse y promoverse con rapidez dentro de las redes sociales de internet.

⁵ Ver [Digital News Report, 2019](#).

⁶ Según el [Media Ownership Monitor Argentina](#), los argentinos pasan en promedio más de 8 horas en internet a través de sus distintos dispositivos en comparación a, por ejemplo, la televisión que destinan aproximadamente 3 horas diarias.

película, de un cuento a videojuego (adaptatividad). Tampoco es la suma de las partes (parcialidades). En todos los casos, no es algo estable (variabilidad), dado que, mediante intervenciones cruzadas, los usuarios expanden (cocreatividad diferida) el contenido con nuevos personajes, subtramas y escenas, construyendo un sistema estético, narrativo y tecnológico personalizado (individuación) que puede poner en contacto, además de las parcialidades de una misma obra, varias obras diferentes (multisistémica). Cada género, formato y canal permite al autor contar su historia, pero de una forma distinta. Cada medio que participa de la historia aporta lo que mejor sabe hacer, integrándose en una experiencia de lectura diferente a la linealidad del texto, del video o del audio. Lo expansivo de la estrategia lectora transmedial puede implicar múltiples formas de apropiación por parte de los lectores. Haciendo suya la historia, al transformarla y compartirla de formas muy diversas son capaces de estimular la lectura del original (promoción) o distraer el foco del público sobre historias alternativas (divergencia). Desde el punto de vista social y político, estas escenas representan uno de los principales retos. Por una parte, es una recepción más activa tanto por su dimensión creativo-productiva como por las nuevas socialidades que ofrece. Por otro, sugiere un rol diferente del lector como actor social ciudadano, en la medida en que entreteje otras relaciones con el contenido mediático, más desde un lugar especulativo que de un rol de receptor tradicional sujeto a la construcción de agendas públicas unívocas, lo que podría indicar una transición hacia una etapa superior en la participación ciudadana” (Igarza, 2013, pág. 55).

Ante esta nueva situación, resulta de interés comprender la comunicación llevada a cabo por los principales colectivos (en este caso, la posición “proaborto” vs. la posición “provida”) y ver cómo ambos espacios utilizaron las lógicas de circulación y de sociabilidad para mejorar su posicionamiento en las plataformas.

Además, la elección del tema del trabajo final de la Maestría se basó en una motivación personal ya que tenía interés y curiosidad en conocer cómo un contenido logra hacerse viral y conocido en poco tiempo. A la vez, la presentación de un nuevo escenario en el que la Sociedad renueva su rol en la cadena de producción de contenidos y pasa a compartir el protagonismo con los profesionales de la información y la comunicación en la elaboración de los mensajes, plantea un nuevo juego político-estratégico que resulta clave comprender a la hora de establecer una estrategia de comunicación para lograr un mejor posicionamiento y reputación tanto en los canales tradicionales como en los digitales.

En este sentido, llevar a cabo un trabajo exploratorio sobre la temática definida por las intersecciones en la que se sitúa (política, cultura participativa, ocio y entretenimiento, lenguajes) más que por sus fronteras exteriores, abre el campo a futuras líneas de investigación que permitirán profundizar la conceptualización y optimizar las acciones que se pueden llevar a cabo para que una estrategia de viralización resulte exitosa.

2. Objetivos

El objetivo general del presente trabajo es explorar la viralidad de los contenidos de humor político, entendidos como memes, que circularon a través de Instagram y Twitter y que estuvieron ligados al debate sobre la legalización del aborto en la Argentina con la finalidad de identificar y catalogar los factores que pudieron incidir en la viralización de los contenidos que produjeron los usuarios.

De esta forma, los objetivos específicos de este trabajo comprenden, después del establecimiento de un marco referencial para el abordaje conceptual del fenómeno, un registro de los memes ligados a ambas posturas de la discusión que circularon y se transmitieron en Instagram y Twitter desde del 2 de julio de 2018 (cuatro semanas antes del debate en la Cámara de Senadores) hasta el 9 de agosto del mismo año (día posterior a la votación en la Cámara Alta), el análisis de los registros incluyendo los resultados de la circulación y la caracterización contextualizada del corpus ordenado, la descripción y explicación del fenómeno a partir de la identificación de los principales indicios obtenidos y finalmente, la exposición de las conclusiones del estudio realizado.

En este trabajo final de Maestría está presente una premisa que, junto con posteriores estudios, podrá corroborarse y ampliarse. La misma vincula la viralidad de un contenido, atravesado por un vector humorístico como el meme, a cuatro variables consideradas críticas entre varias: 1) la lógica de (re)distribución de la plataforma social empleada para su difusión que incluye las operaciones de edición y/o carga, la publicación, la adhesión (a través de expresiones como las de “me gusta”) y la puesta en circulación dada a través de acciones de “compartir”; 2) el tipo de narración y las estéticas que caracterizan el contenido; 3) la lógica de

participación de los fans que incluye la caracterización de la población, los modos de adhesión⁷ y reappropriación que ésta posee y 4) el rol de los influenciadores dentro de las plataformas sociales.

⁷ Los “modos de adhesión” hacen referencia a los distintos tipos de interacción que puede tener un usuario con el contenido. Ejemplo: “Likes”, comentarios, reproducciones, “Shares”, etc.

3. Metodología

El presente trabajo final de Maestría corresponde a un estudio de caso el cual busca responder a interrogantes del tipo “cómo” o “por qué” de una problemática contemporánea en donde el investigador tiene poco o nulo control de los acontecimientos (Yacuzzi, 2005). Según Marradi, Archenti y Piovani (2007):

“El estudio de caso no se trata de una opción metodológica sino de la elección de un objeto de estudio; es el interés en el objeto que lo define y no el método que se utiliza. Dado que el objeto es abordar un fenómeno complejo en forma holística, el investigador se aproxima al caso a través de diferentes métodos de investigación o triangulación metodológica” (Marradi, Archenti, & Piovani, 2007, pág. 238).

El estudio de caso busca comprender para luego generar teorías e hipótesis a través de la inferencia. No posee reglas de procedimientos ni aclaraciones sobre cómo realizar la recolección de los datos. “Las variables no quedan definidas operativamente ni suelen ser susceptibles de medición. La base está en la intuición y en los aspectos artísticos del producto. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaria y recursiva” (López Noguero, 2002, pág. 169). Por esta razón, los resultados de un estudio de caso no suelen ser generalizables a otros ya que su diseño fue específicamente pensado para analizar esa pequeña muestra que no es representativa del universo.

Para conseguir que la investigación logre separarse de la subjetividad del investigador, el estudio de caso se nutre de:

“Múltiples fuentes de datos y el cumplimiento del principio de triangulación para garantizar la validez interna de la investigación. Esto permitirá verificar si los datos obtenidos a

través de las diferentes fuentes de información guardan relación entre sí (principio de triangulación); es decir, si desde diferentes perspectivas convergen los efectos explorados en el fenómeno objeto de estudio. En consecuencia, el investigador podrá utilizar diferentes fuentes de información bases de datos, Internet, entrevistas a investigadores del área, organismos públicos o privados, documentos y estadísticas relacionadas con el fenómeno abordado en la investigación” (Martínez Carazo, 2006, pág. 169).

El estudio llevado a cabo en este trabajo final fue de naturaleza exploratoria partiendo de una definición del estado del arte dentro de la temática. Para ello, se utilizó un enfoque mixto (cuanti-cualitativo) basado en el entrecruzamiento de técnicas que incluyó el tratamiento de datos numéricos informados por las mismas redes sociales y en la lectura, consulta e investigación de diversos autores que permitieron diseñar y configurar el dispositivo metodológico para el relevamiento y el análisis. En este sentido, se decidió utilizar el análisis de contenidos como técnica porque la misma “centra su búsqueda en los vocablos u otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones y se sitúan dentro de la lógica de la comunicación interhumana” (López Noguero, 2002, pág. 173). El análisis de contenidos reconoce que los discursos se componen de distintos niveles y cada uno de ellos da pie al estudio e interpretación. En este sentido, Lorenzo Vilches (1997) asegura que:

“El concepto de texto representa una forma de modelo de la competencia que posee el destinatario para actualizar el texto. Desde el punto de vista de la lectura de la imagen, un texto puede describirse como una unidad sintáctico/ semántico/ pragmático que viene interpretada en el acto comunicativo mediante la competencia del destinatario. Hablar de un tipo de texto modelo equivale a representarlo como un conjunto de niveles estructurales que son concebidos

como estadios locales ideales de un proceso de generación y de interpretación” (Vilches, 1997, pág. 34).

Esta técnica ayuda al investigador a alejarse del análisis subjetivo para estudiar los contenidos de forma objetiva al estandarizar los datos y verlos de forma analítica. En palabras de López Noguero (2002):

“En tanto que esfuerzo de interpretación, el análisis de contenido se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Disculpa y acredita en el investigador esa atracción por lo oculto, lo latente, lo no aparente, lo potencial inédito, lo «no dicho», encerrado en todo mensaje. Esta metodología pretende sustituir las dimensiones interpretacionistas y subjetivas del estudio de documentos o de comunicaciones por unos procedimientos cada vez más estandarizados que intentan objetivar y convertir en datos los contenidos de determinados documentos o comunicaciones para que puedan ser analizados y tratados de forma mecánica” (López Noguero, 2002, pág. 173).

El diseño de este trabajo respondió también al tipo no experimental - transversal ya que se analizó un momento específico sin relacionarlo o compararlo a una situación histórica similar. Además, al estar enfocado en un hecho ya sucedido, como la situación previa a la sesión sobre la legalización del aborto en el Senado de la Nación, el trabajo de investigación fue de tipo retrospectivo.

La unidad de análisis fueron los memes, en sus distintos formatos, que se transmitieron a través de Instagram como de Twitter bajo el período analizado. La elección de ambas plataformas sociales se debió a cuestiones operativas como ser el buscador a través de hashtags que ambas redes poseen; el tipo de contenido audiovisual que soportan; su relación con la

inmediatez y la actualidad; la popularidad de ambas plataformas y la facilidad y la posibilidad de interacción que tienen los usuarios con los contenidos que ambas presentan.

Dentro del universo de los memes ligados a la temática del aborto, se trabajó con una muestra no representativa de 1077 casos. La variable que se tomó como independiente fue la publicación de los posteos de humor político mientras que la dependiente fue la cantidad de veces que se compartió, se dio “me gusta”, se reprodujo o se comentó el contenido. Por dicha razón, los indicadores que se tomaron para indagar si existía una correlación entre estos factores fueron el formato del meme; la cantidad de compartidos, la cantidad de comentarios, la cantidad de reproducciones y la cantidad de “likes” que tuvo la publicación, así como también el usuario que hizo el posteo caracterizado principalmente por la cantidad de seguidores.

Para poder investigar este tema, se llevó a cabo un relevamiento que se extendió desde el 2 de julio del 2018 hasta el 9 de agosto del mismo año, en donde se recopilaron los memes relacionados al debate pertenecientes a las dos posiciones en conflicto.

Para realizar el relevamiento, se decidió buscar cuáles eran los *Trending Topic* de cada posición política para luego encontrar, tanto en Instagram como en Twitter, todos aquellos contenidos, entendidos como memes, que estuvieran ligados a esos hashtags. Así, se halló que la etiqueta más utilizada por parte de la postura “proaborto” fue *#AbortoLegalYa* mientras que el hashtag de la posición “provida” más utilizado fue *#SiALas2Vidas*.

Una vez encontradas las etiquetas, la búsqueda se realizó de forma diaria en ambas plataformas dentro de una misma franja horaria (de 10 a 12.30 pm hora argentina). Esto permitió mantener controlada la variable del tiempo y a la vez, analizar lo sucedido en los horarios pico de publicación matutinos. Por otro lado, cabe aclarar que el registro se realizó basado en el idioma español sin tener en cuenta cuál era el territorio de origen de los mensajes ni cualquier otro tipo

de nivel de correspondencia geográfica como por ejemplo el área de influencia o localización de los lectoparlantes.

Se construyó una ficha para organizar el corpus que se fuera obteniendo durante relevamiento. La misma estaba configurada con los siguientes campos: fecha del relevamiento; tipo de hashtag; fecha del posteo; tipo de contenido; formato del meme; red social en la que apareció; cantidad de compartidos que obtuvo la publicación; cantidad de comentarios; cantidad de reproducciones; usuario; cantidad de seguidores de la cuenta y link del posteo.

Para evitar posibles errores de carga cuando se tipearan los contenidos, se configuró la ficha de Excel de forma tal que sus campos respondieran a un formulario controlado. Así, en cada celda, se presentaban las opciones entre las que se podría elegir sin necesidad de tipear ni ingresar manualmente los datos. Esta herramienta también resultó útil a la hora de procesar los datos ya que permitió reducir el margen de error.

Para armar el formulario controlado, se clasificaron los contenidos que irían en cada campo. Así, por ejemplo, dentro de la columna “tipo de hashtag” se adoptaron dos opciones: #AbortoLegaYa y #SiALas2Vidas. En el caso de la columna “formato del meme”, las opciones posibles eran: caricatura; collage; fotomontaje; gif; imagen; Simpsons y vídeo. Finalmente, en el caso de las redes sociales, estaban las categorías TW (para referirse a Twitter) o IG (para referirse a Instagram)⁸.

Cabe aquí aclarar cómo se entendía a cada categoría dentro del campo “formato del meme”. “Caricatura” englobaba a todas aquellas imágenes estáticas que estaban realizadas con ilustraciones. Podían ser de un solo cuadro como así también de varios como es el caso de las

⁸ Ver Anexo: Planilla de relevamiento

historietas. No se distinguía aquí si eran en colores o simplemente en blanco y negro. Lo que resultaba determinante era que haya sido diseñada a partir de un dibujo. Un ejemplo de esta categoría es la siguiente:

Ilustración 1: “Caricatura”



(lucha_sorora, 2018)

La categoría “Collage” incluía a todas aquellas imágenes estáticas que estaban superpuestas con otras imágenes o con texto. En esta sección, cualquier observador podría darse cuenta de forma fácil y rápida de que el contenido frente a él había sido remixado y modificado. El “Fotomontaje”, a diferencia del “Collage”, también presentaba imágenes estáticas y superpuestas pero su elaboración requería de un especialista que manejara cierta técnica y conocimiento de edición ya que no eran fácilmente distinguibles a primera vista. Se podría decir que el fotomontaje requiere de la utilización de programas como Photoshop mientras que el collage podría realizarse con herramientas más sencillas como Paint.

Ilustración 3: “Fotomontaje”



(revistalpp, 2018)

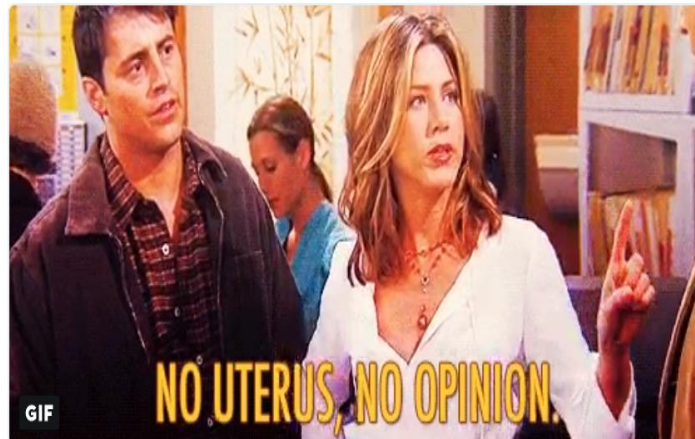
Ilustración 2: “Collage”



(feministaparadise, 2018)

La categoría de “Gif” incluía a aquellos “minivideos” en donde la secuencia se repetía en forma de cíclica y en donde solían tener también la leyenda “Gif” en la misma imagen.

Ilustración 4: “Gif”



(@REDefineMX, 2018)

La categoría de “Imagen” engloba a todos aquellos contenidos visuales estáticos que eran planos, es decir, que no poseían superposiciones o modificaciones. La mayoría de ellos solían ser fotografías o imágenes fijas como capturas de pantallas. En general, este tipo de contenido solía estar acompañado de algún comentario por parte del usuario y gracias a la combinación de ambos elementos, se pretendía provocar humor.

Ilustración 5: “Imagen”



(polcastro, 2018)

La categoría denominada “Simpsons” comprendía los memes que empleaban figuras o escenas de la serie televisiva. La misma fue incluida después de una investigación preliminar que indicó una representación estadísticamente significativa y proporcionalmente relevante de este tipo de contenidos en el universo registrable. Se pudo observar que esta serie televisiva ocupó un lugar importante dentro del imaginario colectivo logrando atravesar y superar los distintos formatos propuestos de memes obteniendo cierta preponderancia por sí misma. Por dicha razón en este trabajo de investigación, se decidió otorgarle una categoría de representación. La misma incluía todos aquellos contenidos estáticos y dinámicos que contuvieran alguna referencia a la serie norteamericana.

Ilustración 6: “Simpsons”



(@soydelaU_Chile, 2018)

La categoría “Vídeo” hacía referencia a imágenes dinámicas que, a diferencia de los “Gifs”, no se reproducían de forma repetitiva, circular y automática, sino de manera manual.

Ilustración 7: “Vídeo”



(Llinás, 2018)

El procedimiento utilizado para llevar a cabo el relevamiento comenzaba al ingresar el hashtag específico (#AbortoLegalYa o #SiALas2Vidas) en los buscadores de ambas redes sociales. Allí se mostraban todos los resultados relacionados a ambas etiquetas. En el caso de Twitter, para evitar perder datos por los algoritmos que utiliza la plataforma para ordenar el contenido, se relevaron tres tipos de pestañas: “Más reciente”, “Fotos” y “Vídeos”. En el caso de Instagram, como la plataforma ordena todo el contenido en un solo lugar, no existen pestañas temáticas en donde profundizar la búsqueda como en el caso de Twitter.

De forma diaria, se plasmaba en la base (tabla de Excel) los memes inscriptos en ambas redes desde el último registro. Aun cuando un meme se viera repetido, ya sea en distintas cuentas como en una misma, se lo incluía tantas veces como apareciera.

Tras haber investigado distintas herramientas de recolección de datos y de análisis de sentimientos, se decidió que la mejor forma para recopilar los datos era haciéndolo de forma manual ya que ningún programa satisfacía de forma total todos los requerimientos que tenía la ficha técnica. De esta forma y tras aproximadamente un mes de recolección de datos, se obtuvieron 1077 casos que luego fueron analizados a través de distintas tablas dinámicas.

Finalmente, también se utilizó datos secundarios para sustentar la investigación. Así, se accedió a informes estadísticos de consultoras sobre la utilización de ambas redes sociales; informes técnicos especializados, libros, artículos de revistas científicas y de divulgación, y artículos publicados en sitios periodísticos generales y especializados con cobertura de los hechos registrados durante el período estudiado.

4. Marco referencial teórico

4.1 Lenguaje “meme”

4.1.1 *Perspectivas y consideraciones teóricas*

Pareciera ser que el siglo XXI es el momento histórico en donde las personas están más “cerca” que nunca. Gracias a los avances tecnológicos como la creación de los celulares y la innovación en las telecomunicaciones, cuyo mayor éxito es internet, las personas, sin importar su localización geográfica, interactúan al instante recibiendo y mandando información, realizando videollamadas y compartiendo contenidos que nos resultan interesantes, graciosos o por qué no también, preocupantes.

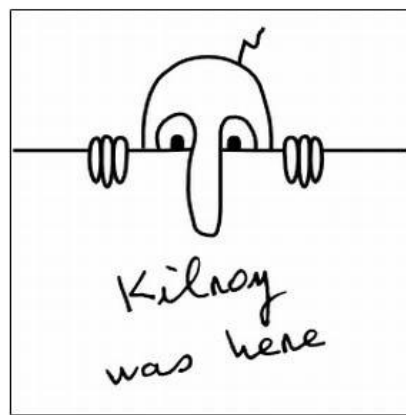
Los usuarios, ahora conectados 24-7, reciben por día infinidad de contenidos, de distinta índole y en diversos formatos, a través de plataformas como las redes sociales o mensajerías instantáneas tipo What’sApp. A la vez, los usuarios forman parte de distintos contextos y redes que los llevan a recibir el mismo contenido (por ejemplo, imágenes humorísticas) más de una vez ya que fueron enviados, por ejemplo, por distintos grupos de amigos, conocidos o familiares. Pero ¿qué son estos contenidos replicados en distintos contextos y por distintas audiencias? ¿Qué lleva a las personas a compartirlos?

Delia Rodríguez Marin, periodista española especializada en internet, responde estas preguntas explicando que estos contenidos compartidos son memes: “Son ideas que saltan de mente en mente. Independientes de nosotros, las ideas contagiosas pueden venir de cualquier época y lugar y evolucionan sin nuestro permiso” (Rodríguez Marin, 2014, pág. 21). Los memes suelen sobrevivir al paso del tiempo y por ello, suelen ser conocidos popularmente. Rodríguez

Marin (2014), da un claro ejemplo de este tipo de contenidos al resumir la historia del dibujo “Kilroy estuvo aquí”:

“No lo inventamos nosotros, ni tampoco el niño de clase que nos lo enseñó. El garabato que asoma su nariz por una pared se llama «Kilroy estuvo aquí» y nació, como mínimo, en la segunda guerra mundial, cuando los soldados americanos lo pintaban allá por donde iban, como una forma de hablar a sus compañeros del futuro, una pequeña invasión dentro de la invasión” (Rodríguez Marin, 2014, pág. 21).

Ilustración 8: “Kilroy estuvo aquí”



(Moargun, 2010)

Siguiendo esta línea, según aparece en el sitio web de la Real Academia Española (2018), el término “meme” posee dos acepciones. La primera hace referencia a un “rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación a generación”. La segunda enuncia que es “una imagen, vídeo o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet”.

Sin embargo, el origen del estudio de los memes se remonta al año 1976 cuando el biólogo evolutivo, Richard Dawkins, publicó su libro *El gen egoísta*. En su texto, el investigador explicaba que existen unidades culturales, similares a los genes, que se transmiten de un cerebro

a otro y que resultan ser replicadores o imitadores de conductas, comportamientos, creencias, etc. Por dicha razón, el científico decidió denominar a estas unidades “memes” haciendo referencia a la palabra griega “Mímeme” (gen) y al concepto de memoria (Dawkins, 2002, pág. 218).

Como aseguran los profesores Knobel y Lankshear (2007), Dawkins señaló también que los memes buscan sobrevivir al paso del tiempo y en este sentido, deben cumplir con tres características fundamentales: la fidelidad, la fecundidad y la longevidad. El primer elemento hace referencia a la capacidad que posee el meme para ser fácilmente copiado y traspasado de una mente a otra. Es decir, tener la capacidad de ser fácilmente “recordable”. La fecundidad, segundo elemento nombrado por el científico, está relacionada a la velocidad con la que se copia y se difunde un meme. Así, cuanto más rápido se disperse un meme, podrá captar la atención de un número mayor de personas y seguir distribuyéndose y replicándose. El último punto es la longevidad que hace referencia al tiempo de duración del contenido. Así cuanto más tiempo sobreviva un meme, tendrá mayor probabilidad de ser copiado y difundido en nuevas mentes (Knobel, M. and Lankshear, C., 2007, pág. 211) .

Si bien hoy en día se reconoce a esta teoría como el punto de partida del concepto de “meme”, en la actualidad ha sido cuestionada por dejar de lado el concepto de agencia que toda persona posee. Dentro de las ciencias sociales, este concepto hace referencia a la capacidad que tienen los individuos para actuar y elegir libremente más allá de las estructuras sociales establecidas. Así, se plantea una tensión constante entre la estructura y la agencia de la persona para ver cuál de las dos tiene prioridad a la hora de moldear los comportamientos de los seres humanos: si los hombres responden cual máquinas a estructuras sociales establecidas o si por el contrario, poseen libertad de acción para decidir y actuar más allá de las normas y patrones. En este sentido, podemos observar que la investigación de Dawkins muestra a las personas

objetivadas ya que las piensa como seres automáticos sin capacidad de razonamiento, decisión y elección. Así, los hombres reproducen aquello que se les “insertó” en su cerebro o “que se contagiaron” (en este caso, los memes) sin tener la posibilidad de cuestionarlo o actuar libremente en base a sus propias decisiones. Bajo este paraguas, también se puede decir que “los memes resultan ser tan egoístas como los genes ya que, sin ser en sí mismos buenos, malos, útiles, veraces, etc., lo único que persiguen es extenderse y sobrevivir en el tiempo saltando de mente en mente y distribuyéndose” (Rodríguez Marin, 2014, pág. 25).

Los numerosos estudiosos que objetaron esta visión de los memes se basaron en mostrar a esta teoría como poco realista por resultar determinista. Como explica Ryan Milner (2012) en su tesis *The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media*:

“Perhaps the most prevalent critique of meme theory is that it favors a biological or cultural determinism instead of valuing the agency of social actors. In Dawkins’ (1976) original conception, the meme is strongly deterministic. He conceives of memes as mostly acting on passive recipients and unwitting dupes. When tunes, ideas, catch-phrases, and religious systems are passed from one person to another, individual choice is barely a matter worth noting. A related critique of the meme concept is its overemphasis on strict cultural imitation and its underemphasis on cultural mutation, remix, and reappropriation (see Blackmore, 1999, 2000). A deterministic focus tends to favor imitation during cultural transmission; a constructionist focus tends to favor transformation during cultural transmission” (Milner, 2012, págs. 27-28).

A diferencia de la visión de Dawkins, estas nuevas teorías sugieren ver a los memes como procesos en donde los sujetos se apropian de los contenidos, los trabajan, los modifican y los comparten en vez de entender a los memes como simples unidades que se difunden e infectan y que producen en nosotros imitaciones culturales. En palabras de Milner (2012): *“From these*

perspectives, a focus on memes should mean a focus on the social processes that constitute their circulation, as well as their transformation” (Milner, 2012, pág. 30).

Bajo esta nueva concepción, este trabajo estudia los memes que se transmiten por internet ya que es uno de los espacios de la actualidad en donde se ve con mayor claridad cómo la agencia de la persona tiene lugar. En la web, el individuo se apropia de los contenidos circulantes, los modifica y los redistribuye otra vez en la red.

Así, los memes serán aquellos contenidos que buscan sobrevivir y que, dentro del mundo tecnológico actual, suelen poseer ciertos formatos cuyos significados son compartidos y consensuados dentro de una comunidad. A la vez, presentan la característica de ser fácilmente replicables permitiendo que distintos usuarios puedan remixarlos (es decir, tomarlos y modificarlos) para luego, compartirlos entre sus pares. Así, los memes no van a reconocer a sus autores ya que el medio va a priorizar el contenido *per se* y no quién lo generó.

4.1.2 Revisión de categorías del lenguaje “meme”

Si bien no existe una clasificación compartida dentro del mundo de la academia para poder tipificar a los diversos memes que circulan por internet, a través de la lectura de distintos textos, es posible enunciar las categorías con las que se suelen agrupar a los memes dentro de la web. En este sentido, se puede observar que existen dos grandes grupos que se corresponden con el tipo de contenido que suelen trabajar los memes y con los tipos de formato en los que se suelen presentar.

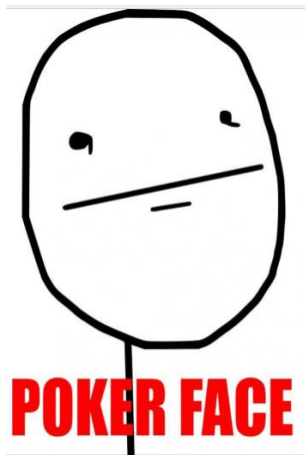
Bajo el paraguas del contenido que trabajan, los memes se suelen dividir en aquellos que se relacionan con situaciones cotidianas y rutinarias en donde cualquiera puede sentirse identificado; en el tratamiento de noticias que son disruptivas o también, por trabajar sobre

estereotipos de personas que uno podría cruzarse a diario. Como se explica en *Memes, Rage-Comics y memonautas: comunicación efectiva en internet*:

“Los memes son artefactos de Internet que se usan, entre otras cosas, para contar de una manera rápida historias de la vida cotidiana y narraciones de, digamos, la cultura popular. Es muy habitual encontrar en los memes temas que hacen referencia a cómo se sienten en clase, interacciones con los padres, de pequeños estreses cotidianos y un largo etcétera. Además de situaciones cotidianas, los memes frecuentemente expresan arquetipos de personas habituales, que casi todo el mundo podría reconocer. Por ejemplo, el arquetipo de novia neurótica y obsesionada con su novio” (González Gómez, A. and González Fernández, A., 2013, pág. 69).

El segundo tipo de clasificación es por la clase de formato en la que los memes se presentan. Más allá de los diferentes subtipos que existen bajo esta categoría, todos ellos comparten la característica de ser fácilmente comprensibles por el receptor por poseer estructuras que suelen repetirse. Dentro de este tipo de clasificación, se encuentran los llamados “Rage-Comics” que se caracterizan por ser dibujos con trazos simples, generalmente en blanco y negro o con pocos colores. Suelen usarse para expresar algún sentimiento o emoción en particular. Dentro de este tipo, hay memes que ya son considerados como “clásicos” por ser ampliamente conocidos y por ello, se utilizan de forma reiterada. Un ejemplo de ello es el meme “Poker Face” el cual describe el estado de “cara de póker” en donde se vislumbra cuando alguien no desea ni decir ni expresar ningún sentimiento frente a un hecho específico.

Ilustración 10: “PokerFace”



(Moargun, 2010)

Ilustración 9: “Rage Comics”



(Moargun, 2010)

Otro formato que suele verse también es el de “Collage” en donde se yuxtaponen varias imágenes para lograr un efecto deseado. Aquí, las imágenes son diversas y van desde fotografías de gente común con poses caricaturescas hasta imágenes de películas, series o personajes que son popularmente conocidos. A estos formatos, suele agregarse alguna leyenda que enfatiza el mensaje que quiere transmitir la imagen.

Ilustración 11: “Collage 1”



(Imágenes de meme, 2017)

Los memes audiovisuales también son un formato muy utilizado para que su contenido circule en internet. Dentro de ellos, se encuentran los “vídeos” y los “gifs”. Estos últimos son una secuencia muy corta de imágenes que se repiten una y otra vez sin cesar de forma

automática. Suelen expresar emociones y chistes sobre situaciones particulares y cotidianas. Este tipo de recurso se utiliza mayoritariamente en redes de mensajería instantánea como What'sApp o Telegram ya que están ligados a la instantaneidad.

Los memes también están presentes en vídeos con formatos más largos que están alojados en plataformas como Youtube o Vimeo. En este caso, se puede diferenciar a aquellos que son vídeos caseros que, por mostrar una situación cómica o llamativa, fueron virales y gracias a ello, se convirtieron en un meme en sí mismo. Un claro ejemplo de ello es el vídeo de “La china del supermercado” en donde se muestra a una mujer de la colectividad china insultando a un camarógrafo por filmar desde la vereda de enfrente su negocio. Esta grabación tuvo más de un millón de visitas y fue compartida más de mil veces. Además, generó un sinnúmero de parodias, chistes y repercusiones dentro y fuera de la web.

Ilustración 13: Meme “La china del supermercado 1”



(Lucero, 2018)

Ilustración 12: Meme "La china del supermercado 2"



(Breli, 2017)

Otro tipo de vídeo que se encuentra en la web son los editados con imágenes yuxtapuestas. Acá los vídeos no suelen mostrar una situación, sino que son imágenes individuales que lo único que las une son imágenes superpuestas comunes, que aparecen a lo largo de toda la secuencia o si no, el tipo de melodía que suena de fondo. Un ejemplo de este tipo, que resultó ser muy viral, fue el caso de los vídeos llamados “Shooting Stars” en donde, bajo una misma música de fondo, se mostraban imágenes bizarras que no mantenían una relación entre sí.

Ilustración 14: "Shooting Stars"



(Dank Compilations, 2017)

Otro caso de vídeos convertidos en memes son los que podríamos denominar como “desafiantes” en donde se motiva al público a realizar un vídeo similar al que está viendo y compartirlo entre sus contactos. Dentro de este subtipo, se puede mencionar los casos del “Harlem Shake” o del “Ice Bucket Challenge”.

Ilustración 15: "Ice Bucket Challenge"



ICE BUCKET CHALLENGE by Rubius

(Rubius, 2014)

Ilustración 16: "Harlem Shake"



Harlem Shake (Original Army Edition)

(Håkonsen, 2013)

4.1.3 Acerca de la difusión y la viralidad de los memes

“Viral no es lo mismo que popular” enfatiza en su texto Rodríguez Marin (Rodríguez Marin, 2014, p. 92). ¿Cuál es la razón de esta diferencia? Su forma de difusión. Para ejemplificarlo, la periodista explica:

“Popular no es sinónimo de viral. Lo popular es como un envenenamiento del agua comunitaria: todos los receptores son alcanzados de forma directa, en un solo paso. Lo viral es como una infección que se contagia paso a paso, de uno a otro y a otro más. Aunque el número de enfermos finales pueda ser el mismo, el proceso es muy diferente. Uno es la televisión, el mitin, lo lineal. Lo otro es el rumor, las cadenas de correo electrónico, lo exponencial. Una es la comunicación de masas, la otra la comunicación viral” (Rodríguez Marin, 2014, pág. 93).

De esta forma se puede ver que las características de ambas transmisiones son bien distintas ya que mientras que lo popular es el contenido que es conocido por mucha gente, lo viral responde a lo conocido y compartido por la mayoría. Así, el mensaje logrará tener mayor

impacto en los receptores si logra, además de interceptar sus universos simbólicos, estimularlos a compartir el contenido. No sólo estarán al tanto de cierta información (popular) sino que también tomarán una decisión acerca de compartirlo o no y cómo hacerlo (y aquí se relaciona al concepto de agencia explicado anteriormente). Delia Rodríguez Marin (2014) expone también en su texto:

“El modelo típico de transmisión de lo popular es explosivo: puede llegar a millones de personas en una sola generación a partir de muy pocos puntos y enseguida desaparecer (por ejemplo, una noticia de última hora sin mayor recorrido). Lo viral en cambio nace en varios lugares con audiencias más pequeñas, pero puede alcanzar a decenas de generaciones a lo largo de mucho más tiempo (por ejemplo, una leyenda urbana que ningún medio ni famoso reproduciría)” (Rodríguez Marin, 2014, pág. 92).

En este sentido, se observa la diferencia en los niveles de penetración y de anclaje que poseen los contenidos que son difundidos, por ejemplo, por los medios tradicionales de comunicación a diferencia del nuevo ecosistema digital. Bajo este último, no solo hay una reapropiación de los contenidos sino que también, se presentan redes de confianza dadas por la cercanía y el contacto entre los mismos usuarios. A decir de los investigadores, Dafonte-Gómez y A. Martínez-Rolán (2016):

“A pesar de las diversas perspectivas posibles en torno al papel de los usuarios en la transmisión viral de los contenidos, hablamos, en general, de individuos que tienen en sus manos la potencialidad de hacer circular la información entre sus redes de contactos con un nivel de proximidad, credibilidad y autoridad, que un medio de comunicación a través de sus canales habituales no puede igualar. Los prescriptores ya no son solo reconocidos especialistas en una materia concreta avalados por su trayectoria profesional, son también nuestros círculos de

amigos y familiares que comparten con nosotros sus experiencias y pasiones”. (Dafonte-Gómez, A. Martínez-Rolán, X., 2016)

En este sentido, se puede observar que el espacio metamediático que cuenta con mejores disposiciones para potenciar la difusión de los mensajes entre conocidos son las redes sociales a las que deben adicionarse otras formas de alternancia entre producción y consumo, como los blogs con comentarios y los sitios de periodismo profesional, ya sean nativos digitales o con versiones off line. En el estado actual, este espacio metasistémico integra la web tradicional accesible mediante algún navegador y las aplicaciones accesibles desarrolladas para experiencias en entornos móviles. Gracias a ello, los memes viven en un ambiente ideal para diseminarse.

Como se comentó anteriormente, los memes tienen por objetivo sobrevivir en el tiempo. En otros términos, disminuir la carga de información efímera que conlleva la difusión a través de los medios tradicionales de cualquier noticia que no sea socialmente conmovedora. Para lograr ese objetivo, los memes requieren expandirse y dispersarse a través de la participación de las personas. Así, su éxito depende de su capacidad de viralizarse.

¿Pero cómo lograrlo de forma eficiente? La clave será la conexión que realicen los memes con el sistema de ideas de los individuos ya que, si carecen de pertinencia o su carga de empatía es insuficiente, serán rechazados. Como explica la periodista en *Memecracia*: “El meme que conecte con un sistema de creencias que ya exista en nuestro cerebro entrará con un puente de plata en nuestras mentes; el que sea totalmente nuevo o contradictorio lo tendrá difícil”.

(Rodríguez Marin, 2014, pág. 37)

Este punto está estrechamente relacionado a los sesgos que tenemos los seres humanos a la hora de prestar atención a algo nuevo. Así, la autora afirma que:

“El sesgo de confirmación, por ejemplo, explica nuestra tendencia a buscar la información que confirma nuestras creencias e ignora el resto (por ejemplo, oír solo la cadena de radio que te dice lo que quieres escuchar). El anclaje describe la predisposición a agarrarnos a solo un rasgo de toda la información, normalmente la primera que recibimos (hay diferencias entre decir «brillante y corrupta política» que «corrupta y brillante política»)” (Rodríguez Marin, 2014, pág. 37).

En su libro *Big Data y política*, Luciano Galup (2019) refuerza esta idea explicando que los seres humanos:

“Construimos nuestro mundo a partir del vínculo que establecemos con la información. Desde este punto de vista es que esa relación es emocional. Nuestros sentimientos operan en el marco de sistemas de creencias y de conocimientos, y negociamos con ellos cada vez que alguien intenta alterar esos contornos sentimentales e interpretativos”. (Galup, 2019, pág. 128)

Es en este sentido también que las personas deciden participar de causas y apropiárselas ya que sienten que las mismas los afectan, los conmueven o tocan su sistema de valores y emociones. Galup (2019) , también asegura que “el humor y la ironía son vectores poderosos de viralización”. (Galup, 2019, pág. 127)

Estas ideas ayudan a explicar por qué ciertos memes están más diseminados que otros ya que se corresponden con la estructura mental de las personas y en base a eso, tienen más probabilidad de ser aceptados y difundidos que aquellos que van en contra del sistema de creencias del individuo y que terminan siendo rechazados por él.

Otro de los puntos clave para que un meme logre ser viral es tener en cuenta la pirámide de Maslow. Hace varios años, el investigador estadounidense, Abraham Maslow, descubrió que existen distintos niveles de necesidad que poseen los hombres. Así, una vez cubiertas las

necesidades más básicas del ser humano, sus deseos se van jerarquizando y complejizando hasta alcanzar la cima. Maslow enumeró cinco etapas. La primera, que es la más básica y sencilla, es la de las necesidades fisiológicas las cuales engloba, entre otras acciones, las de respirar, alimentarse y descansar. Sobre esta fase, se encuentra la necesidad de seguridad que engloba los aspectos laborales, familiares, de salud, de recursos y de integridad física. Por sobre esta etapa, se ubica la necesidad de seguridad social que involucra los afectos y los amigos. Por sobre ella, se aparece la necesidad de reconocimiento de los demás que se traduce en éxito, respeto y confianza. Y, finalmente en la cima de la pirámide, se encuentra la necesidad de autorrealización; es decir, el estar bien espiritualmente y con uno mismo. (Maslow, *A Theory of Human Motivation*, 1943).

Ilustración 17: Pirámide de Maslow



(Sevilla Arias, 2017)

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede observar que nuestra atención estará relacionada a las necesidades descritas en la pirámide de Maslow y por ello, daremos más relevancia a ciertos temas que a otros. Internet podría estar contribuyendo a amplificar el vínculo ya que existen determinados contenidos y redes sociales que retornan una percepción de “saciedad” de algunas de las necesidades de la pirámide. Podría ser el caso del fenómeno de “reconocimiento

social” provocado por los “me gustas” y otras formas de adhesión en Instagram, Facebook o Twitter, como los comentarios y las remisiones. En este sentido, Delia Rodríguez Marín (2014) comenta:

“Para sembrar un meme hay que dirigirse a la pirámide, apuntar a las necesidades humanas. Pulsar los botones más básicos funciona porque estamos programados para ello, pero también es efectivo apelar a las metas más elevadas de la vida porque está en nuestra naturaleza. ¿Por qué votantes que pasan apuros económicos toman la decisión aparentemente ilógica de votar a partidos que van a subir impuestos? Porque la moral (el bien común) está por encima del interés individual en su escala de valores. Acertar justo en el punto débil, en esa necesidad que una persona o un grupo social no tiene cubierta, es lo mejor que le puede ocurrir a un meme. No hay que apelar sólo al egoísmo, también a sus identidades. No solo a las personas que son ahora sino a las personas que querrían ser.” (Rodríguez Marín, 2014, pág. 41)

Existen otras teorías que aseguran que un contenido tendrá anclaje en nosotros siempre y cuando logren una reacción en ciertos neurotransmisores. En este sentido, cabe decir que existen “moléculas emocionales” que, luego de que se interprete el entorno en donde se encuentra el individuo, generan una reacción física en él impulsándolo hacia la acción. Una de estas “moléculas emocionales” más conocidas es la oxitocina. Como expone Delia Rodríguez Marín (2014):

“La oxitocina es el neurotransmisor que nos da el sentido de conexión e intimidad y apego. Se segrega con una mirada, un abrazo, un orgasmo: cualquier gesto que indique conexión afectiva. Como reguladora de los procesos químicos que modulan nuestra relación con los demás, la oxitocina es la gran responsable de la transmisión y contagio de memes. Donde un meme esté en auge, allí está ella. La oxitocina nos hace más sociales, más altruistas, más

dispuestos a donar dinero, incluso fieles y monógamos si se asocia con altos niveles de vasopresina. Cualquiera de las interacciones sociales que realizamos a diario en internet (chatear por What'sApp, usar Twitter, recibir un «me gusta» en Facebook, etc.) sube la oxitocina. Cuando navegamos y nos encontramos con un vídeo de alguien en una situación vulnerable, un bebé adorable o una cría de animal irresistible, la oxitocina se desata y con ella nuestra necesidad de amarlos y protegerlos. Es justo eso lo que hace virales vídeos como el de Ben o lo que potencia el auge de los contenidos de animalitos.” (Rodríguez Marin, 2014, pág. 51)

Así, mientras que los memes tengan contenidos que eleven la segregación de este neurotransmisor, serán más exitosos a la hora de sobrevivir en el tiempo y de ser difundidos y recordados por nosotros.

En este sentido, se puede relacionar lo dicho anteriormente con los postulados realizados por el filósofo y sociólogo alemán Georg Simmel quien aseguró que “las comunicaciones modernas hacen que la mayor parte de las relaciones sensibles entabladas entre los hombres queden confinadas, cada vez en mayor escala, exclusivamente al sentido de la vista” (Simmel, 2014, pág. 626). Si bien Simmel hacía referencia a las nuevas formas de relación que él observaba en las urbes, sus postulados sobre la socialización pueden extrapolarse a la actualidad en donde las relaciones de reciprocidad, confianza y cooperación entre los usuarios-ciudadanos resultan claves para compartir no solo contenidos sino también, ideas, pensamientos, valores y actitudes. La doctora en Ciencia Política, Olga Sabido Ramos (2017), refuerza esta idea explicando que:

“Visto de esta manera, el capital social es un fenómeno que se refiere a las actitudes colectivas de las personas que tienen con las otras y de la forma en cómo se relacionan. Este es un asunto presente en Simmel y en sus formas de socialización, al señalar que la confianza es

una de las fuerzas sintéticas de la sociedad, algo que las personas tienen en sí y que permite la socialización. Ante las preguntas: ¿qué hace que un grupo de personas tenga capacidad para vivir y actuar en conjunto, para ponerse de acuerdo sobre una orientación común, un proyecto común o un destino común? O ¿Cómo, mediante normas de coordinación o cooperación, las personas logran objetivos en común? El abordaje del pensador berlinés sobre la confianza permite explicar -en parte- la cohesión social y la permanencia y duración de las distintas relaciones sociales”. (Sabido Ramos, 2017)

Así, compartir y difundir contenidos no sólo se basa en una actitud altruista tomando como base los postulados de Maslow, sino que también, ayuda a crear y/ o reforzar identidades de grupo en donde se afianzan los lazos de unidad basados en, por ejemplo, proyectos comunes. Tal es el caso de lo que sucedió en las luchas por la (no) aprobación del proyecto de ley de la IVE, en donde dos grupos distintos reforzaron sus identidades a través de creencias, pensamientos e ideologías diferenciándose del “otro”. En este sentido, Raúl A. Rodríguez (1995) explica qué entienden los académicos, Claude Grignon y Jean-Claude Passeron sobre el tema:

“A nuestro entender, detrás del debate que realizan Grignon y Passeron, subyace el problema de la alteridad. Lo otro es lo distinto y la distinción requiere como condición previa el reconocimiento de una unidad. Lo otro como alteridad se singulariza a partir de una determinada identidad en tanto sea posible describir aspectos que diferencian a lo sí mismo y lo otro. Ambos se recortan sobre la base de la diferenciación que podrá tomar el carácter de conflicto o contradicción”. (Rodríguez, 1995, pág. 5)

De esta forma, vemos que los memes y su difusión funcionaron y sirvieron como canal aglutinante de grupos que no sólo compartían una identidad en común sino que también

necesitaban diferenciarse de un “otro” que respondía a lógicas de pensamiento, creencias y valores disímiles.

4.2 Rol de las plataformas sociales

4.2.1 Caracterización y modelos de difusión y refuerzo informativo

Las redes sociales son vínculos entre personas que están relacionadas entre sí. Lo esencial de la red es que no solo importan los nodos que la componen sino también las relaciones entre dichos puntos. La red es el conjunto, el “todo” y no simplemente las partes que la componen. En palabras de Manuel Castells (2006): “Una red es un conjunto de nodos interconectados. Una red no posee ningún centro, sólo nodos. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red (...) La red es la unidad, no el nodo.” (Castells, 2006, pág. 27)

Así, la posición de los actores dentro de la red resulta esencial para definir su poder de acción dentro de la misma. Un individuo que esté ubicado cerca del centro tendrá más poder e influencia sobre el resto que un actor que se encuentre cerca de la periferia. La localización dentro de la red simboliza el poder y las relaciones que posee el individuo. Ahora bien, ¿hasta qué punto una persona puede llegar a influir sobre otra dentro de la red? En el texto *Predicción electoral mediante análisis de redes sociales*, Fernández Crespo (2013) explica que existe una regla que responde a los tres grados de influencia:

“Todo lo que hacemos o decimos tiende a difundirse –como las olas- por nuestra red y tiene cierto impacto en nuestros amigos (un grado), en los amigos de nuestros amigos (dos grados) e incluso en los amigos de los amigos de nuestros amigos (tres grados). Nuestra influencia se disipa gradualmente y deja de tener un efecto perceptible en las personas que se encuentran más allá de tres grados de separación” (Fernández Crespo, 2013, pág. 50).

A diferencia de lo que suele suceder en la cotidianidad, las redes sociales de internet nos permiten “acumular” conocidos más allá de que hayamos perdido contacto con ellos. Esto lleva a que el usuario sea parte de una gran red que va creciendo día tras día y en donde se transmite una gran cantidad de información y de contenidos. Como explica Monserrat Fernández Crespo (2013):

“Así, los ‘amigos’ que se producen en las redes sociales se distinguen de nuestras amistades reales porque tienden a ser acumulativas (en el mundo virtual la gente tiende a añadir conexiones y no cortarlas) y la naturaleza de la interacción se ve fuertemente influida por el medio (pequeñas llamaradas de actividad en lugar de conversaciones sostenidas, por ejemplo). El resultado es que al ampliar nuestra red hasta desconocidos que antes no existían se produce un incremento en la cantidad de información compartida. En lo que se refiere al modelo de difusión en las redes sociales (a partir de aquí nos referiremos a los servicios de Internet como “redes sociales”), podemos avanzar que en Internet la difusión de información en cascada no se produce en largas y ramificadas cadenas, sino que obedece a un patrón de difusión caracterizado por una larga escala de colisiones de cadenas cortas” (Fernández Crespo, 2013, pág. 68).

En este sentido, resulta interesante ver que en el mundo 2.0 importa más la cantidad de contextos en los que un individuo participa y ya no tanto la cantidad de personas que conforman su red de contactos. Así la cantidad de contextos en donde un individuo se encuentra involucrado es una variable esencial para legitimar los discursos ya que si ve que una misma situación se comparte por distintas personas que se relacionan con él a través de distintos contextos, estos discursos van a comenzar a tener mayor valor para él ya que vio lo mismo a través de distintas personas que no se conocen entre sí y que poseen el mismo tipo de información, lo que indicaría

que la misma es verídica y real. Las plataformas de redes sociales de internet ayudan a potenciar esta lógica.

Otro punto importante es que las redes sociales, a través de sus algoritmos, refuerzan lógicas de consumos emocionales con los contenidos para que los usuarios no sólo naveguen más tiempo sino que también aumenten la difusión de las publicaciones. En este sentido, Luciano Galup explica:

“De eso se trata: Facebook, Twitter e Instagram promueven contenidos que nos generan ganas de interactuar. Para generarlos “aprenden” de nuestras interacciones previas y nos muestran aquello que saben nos va a provocar esas ganas en el futuro. Así, refuerzan la pertenencia a grupos que generan identificaciones primarias poderosas. Ser parte de un sentimiento grupal es uno de los motivos centrales para que un contenido se viralice” (Galup, 2019, pág. 131).

4.2.2 Instagram: protagonistas y espectadores de una fototeca instantánea

Hace tan solo ocho años⁹, en octubre del 2010, una nueva red social hizo su aparición. De la mano de los creadores Kevin Systrom y Mike Krieger se lanzó Instagram, una nueva plataforma pensada para explotar al máximo contenidos visuales.

Entre otras cuestiones, su valor agregado fue el de estar diseñada para ser utilizada solamente a través de teléfonos inteligentes ya que Instagram se relacionaba con captar y compartir cualquier momento al instante. En este sentido, desde su origen fue pensada para utilizarse a través de celulares ya que es el dispositivo por excelencia que se encuentra al alcance

⁹ El análisis y la descripción de ambas redes sociales aquí estudiadas se llevó a cabo a fines del año 2018. Es por dicha razón que, quizás, algunos puntos explicados aquí con respecto a las plataformas hayan quedado obsoletos en pos de los cambios y avances tecnológicos aplicados en la actualidad en ambas redes sociales.

de la mano de cualquiera. Así, a diferencia del origen de otras aplicaciones, Instagram no requería ni requiere que el individuo respete rituales como ir hasta una computadora, encenderla, conectarla con su memoria y exportar las imágenes para luego subirlas a la red social. Con Instagram, segundos después de capturar en una imagen el momento vivido, se puede compartir con los seguidores dicha experiencia ganando así, inmediatez, instantaneidad y actualidad. Al entender esta nueva lógica de consumo, esta nueva plataforma pudo posicionarse y diferenciarse de sus competidores como, por ejemplo, de la red social Flickr.

El nombre y el ícono de esta plataforma recuerdan a la clásica cámara fotográfica Polaroid, la cual se destacó por permitir a sus usuarios tener al instante las imágenes que habían capturado con su lente. Así el término “Instagram”, conjunción entre las palabras “instantánea” y “telegrama”, resume a la perfección el objetivo de esta red social: que los usuarios capturen en cada momento sus emociones, sentimientos y experiencias y que puedan compartirlas al instante con sus amigos.

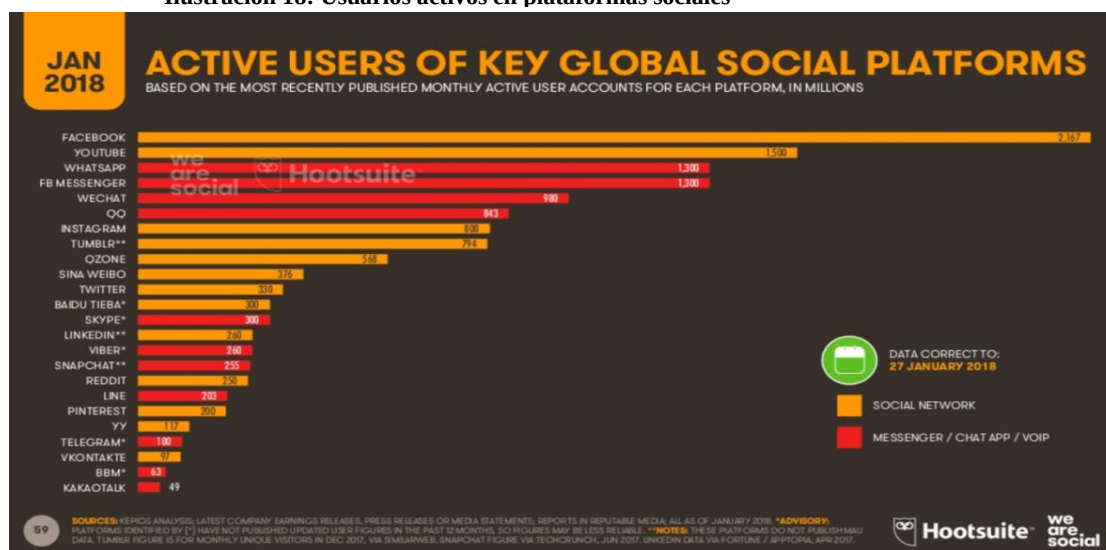
Pensada originariamente para ser utilizada solamente por el sistema operativo iOS, esta red social debió adaptarse a la creciente demanda y comenzar a desarrollarse para Android. Instagram logró crecer tanto en tan poco tiempo que otra red social líder en el mercado decidió adquirirla. En abril del 2012 y tras una suma millonaria, Facebook compró Instagram.

Instagram es una red social gratuita que se basa en compartir con nuestros amigos contenidos visuales permitiéndoles, a la vez, interactuar con ellos. Recordando el estilo de viejas cámaras fotográficas, posee distintos filtros para darle mayor estética a la imagen. Así, los retratos pueden tomarse en blanco y negro; en colores sepias o ir modificando, por ejemplo, su contraste y su brillo una vez tomadas.

En cuanto a la lógica de la red, se puede observar que presenta una importante similitud a Twitter ya que tiene también la figura de seguidores. Aquí, un usuario se crea un perfil y luego va siguiendo a aquellas personas o cuentas que le interesa. Si bien existen muchas cuentas que son abiertas, hay una gran cantidad que son privadas. En ese caso, el usuario debe permitir que lo sigan para habilitar ver su contenido. Este último punto permite caracterizar a esta red social como asimétrica ya que no sólo se depende de que el dueño de la cuenta permita seguirlo, sino que también, no necesariamente esa persona seguirá recíprocamente a sus seguidores.

En el Global Digital Report 2018 (We are social & Hootsuite, 2018), aparece Instagram como la séptima plataforma social que, a nivel mundial, posee la mayor cantidad de usuarios activos. Sin embargo, si se deja de lado los sistemas de mensajería instantánea, esta red social aparece en el tercer lugar luego de Facebook y de Youtube. En enero del 2018, fecha del informe, Instagram contaba con 800 millones de usuarios activos por mes, es decir aproximadamente un 11% de la población mundial. A septiembre del mismo año, la página oficial de la empresa informaba que más de 1 billón de cuentas están activas por mes, más de 500 millones por día y más de 400 millones de historias se suben a diario (Instagram, 2018).

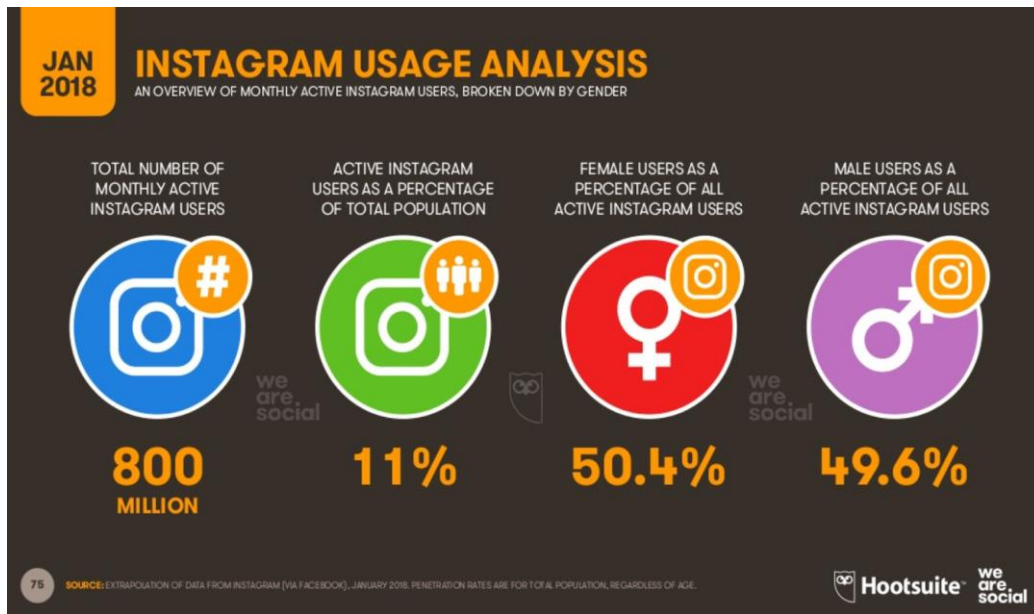
Ilustración 18: Usuarios activos en plataformas sociales



(We are social & Hootsuite, 2018)

En cuanto a los usuarios que utilizan esta red social, el informe de Global Digital Report de 2018 (We are social & Hootsuite, 2018) muestra que según el tipo de género¹⁰, la utilización de esta red es compartida ya que del total de usuarios activos, el 50.4% corresponde a mujeres mientras que el 49.6% a hombres. Por su parte, si se habla de nivel de penetración de esta red social, se observa que Argentina ocupa el sexto lugar a nivel mundial y el primero de América Latina ya que cuenta con un 76% de grado de penetración de esta plataforma en comparación con la totalidad de su población.

Ilustración 19: Análisis del uso de Instagram



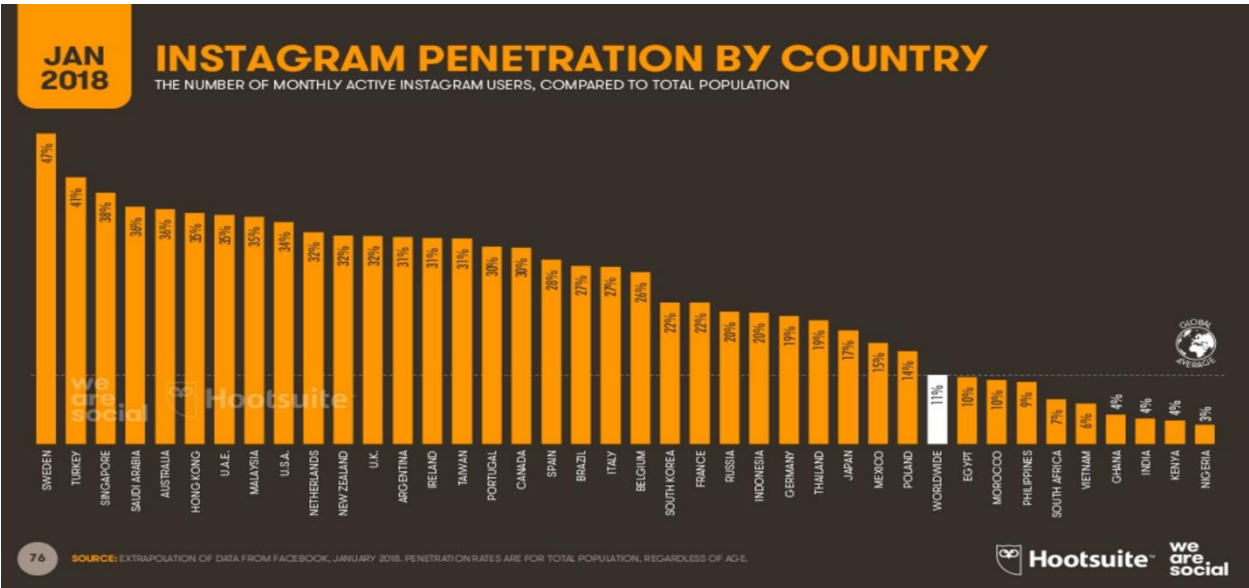
(We are social & Hootsuite, 2018)

A nivel etario, también se observa que esta red social es principalmente de los jóvenes. Las franjas de 18 a 24 años y la de 25 a 34 años muestran los mayores usos de esta plataforma.

¹⁰ Se adopta a los fines prácticos una caracterización binaria mujer- varón siguiendo la apertura de información disponible.

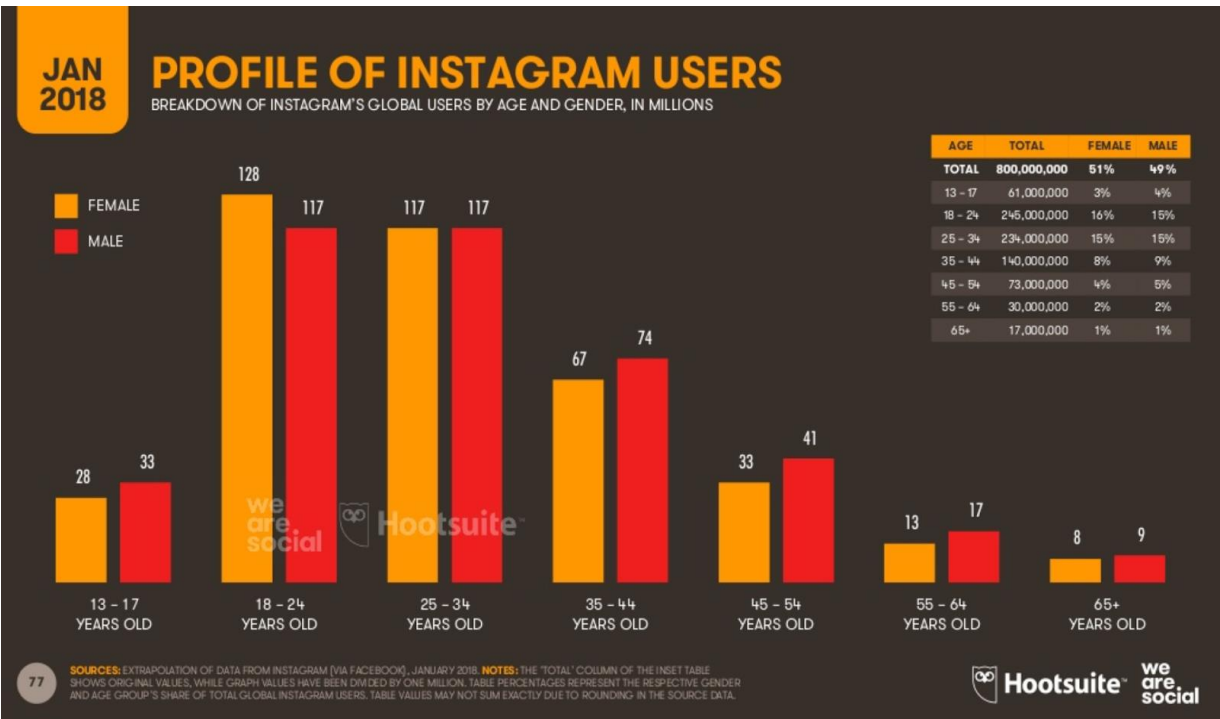
En este caso, también se observa que las mujeres jóvenes utilizan Instagram un poco más que los hombres.

Ilustración 20: Penetración por país



(We are social & Hootsuite, 2018)

Ilustración 21: Perfil de usuarios de Instagram



(We are social & Hootsuite, 2018)

Pero ¿Por qué razón los jóvenes son los que más utilizan esta red social? Para Marcelino Mercedes, Doctora en publicidad y relaciones públicas especializada en redes sociales y nuevos medios, (2015):

“La creación de un perfil en las redes sociales supone para los jóvenes un rito de creación de una identidad propia y la construcción de un espacio personal. En realidad, consideramos que la visión del joven de las redes sociales es distinta a la de una persona de mayor edad, porque en el caso de los jóvenes, las redes vienen a ser símbolo de vigencia y confirmación de su existencia; “quien no esté ni use redes sociales quedará abocado al olvido de un grupo de pares que se auto-gestiona y organiza a partir de las posibilidades y facilidades que ofrece la tecnología”. (Megías y Rodríguez, 2014, p.160 citado en Marcelino Mercedes; 2015; pág.51).

En particular, Instagram es considerada una red de jóvenes y esto lo demuestra el hecho de que muchos de sus usuarios adolescentes decidieran migrar desde Facebook hacia ella ya que veían que muchos adultos comenzaban a utilizar Facebook y eso hizo que sus contenidos perdieran privacidad ante los ojos de los mayores. En palabras de Marcelino Mercedes (2015):

“Algo está sucediendo con Facebook: desde hace algunos años deja de ser espacio casi exclusivo de los jóvenes y presenta una amplia integración de público adulto, con una presencia significativamente superior a la de años anteriores. Los usuarios de 35 a 45 llegaron a Facebook en 2013 y los jóvenes sintieron invadido su espacio. Actualmente, los jóvenes de diversas partes del mundo parecen estar perdiendo interés en Facebook y, aunque mantienen sus perfiles en esta plataforma, aumentan simultáneamente la participación en otras redes. Para Sánchez (2014) esas redes son: Snapchat, Ask, Tinder y por supuesto Instagram.” (Sánchez, 2014 citado en Marcelino Mercedes, 2015, pág.58).

Por otra parte, Marcelino Mercedes (2015) asegura que esta generación es definida como narcisista y exhibicionista y, en ese sentido, busca constantemente encontrar nuevas experiencias y no simplemente contenidos. Así, Instagram:

“También es una red donde encuentran muchos de sus intereses: los ídolos juveniles, las marcas afines, la moda, la música o el cine son un nexo de unión relevante entre los jóvenes, y tienen un mayor alcance a través de la imagen”. (Marcelino Mercedes, 2015, pág. 59).

De esta forma, quienes quieran tener llegada a esta audiencia deberá adaptarse a sus formas de consumo. En este sentido, Instagram cuenta con numerosas herramientas que la hacen más que atractiva. Si bien comparte con otras plataformas las típicas formas de interacción social como los “likes” y los comentarios, posee además otros recursos que resultan novedosos y llamativos y que suelen generar un alto impacto dentro de los jóvenes.

La primera herramienta que se puede mencionar es el Instagram TV (IGTV), es decir, la creación de canales. Aquí, Instagram da la posibilidad de, si el usuario desea, crear su propio canal como si estuviera transmitiendo desde la televisión y subir contenido en tiempo real. Son vídeos realizados en formato vertical que responden a la lógica del Smartphone y que pueden durar desde quince segundos hasta una hora. A diferencia de las “Stories”, este material audiovisual queda registrado de forma permanente. Este nuevo instrumento dentro de la plataforma busca competir con Youtube buscando integrar en solo lugar todo tipo de contenidos generados por un mismo usuario y que a la vez, respondan a las lógicas propias de los dispositivos móviles.

Al igual que el resto de los contenidos subidos a Instagram, IGTV puede recibir también Likes, comentarios y ser compartido con amigos a través de la mensajería directa de la plataforma. Sin embargo, si se presenta un usuario que no desea crear contenido sino ser

simplemente un observador, Instagram organiza los contenidos en secciones donde se pueden ver las publicaciones que generan los perfiles que el usuario sigue; los videos más populares y una selección realizada por la misma red social según las preferencias del usuario. También, cuenta con un buscador para acceder de forma directa al canal del instagrammer elegido en IGTV (Tomoyose, 2018).

Otra herramienta que es muy utilizada hoy en día dentro de la plataforma son las “Stories”. Similares a la propuesta hecha por Snapchat, este instrumento permite que los usuarios suban contenidos (ya sea imágenes, texto o videos) y que queden guardados solamente por veinticuatro horas. Este tipo de material suele aparecer solapado y para encontrarlo, el usuario debe “clickear” en la foto del perfil de la cuenta para visualizarlo (a menos de que la cuenta los haya “anclarlo” allí). En el caso, de la “home” de la plataforma, figurarán dentro de una pasarela ubicada en la pantalla principal de Instagram.

Otro de los elementos propios de estas historias son los filtros animados como “Boomerang”, “Superzoom”, “Enfoque”, “Rewind” y “Manos libres”. Todas ellas buscan generar que el contenido que suba el usuario sea atractivo, llamativo y que genere cierta interacción con sus seguidores. También a ellos se puede dar likes, ponerles comentarios o emojis o escribirle al autor un mensaje directo para expresar opiniones sobre los contenidos.

Otra opción que brinda Instagram es la posibilidad de guardar publicaciones que generó un usuario al cual se sigue para archivarlas y no perderlas. Así, se puede volver al contenido la cantidad de veces que se desee y revivirlo una y otra vez.

A nivel de edición, Instagram permite agregar textos cortos, al estilo de un “tweet” a las imágenes y/o videos que se suben. También, armar encuestas o conocer la opinión de los seguidores en cada uno de los materiales que se vayan subiendo. Con respecto a los videos

subidos, Instagram los reproduce automáticamente en bucle y no permite a los seguidores elegir un determinado momento de la reproducción para visualizar. Sí o sí deben ver el contenido desde el comienzo.

Como otras redes sociales, Instagram incorporó el buscador para que los usuarios puedan encontrar en esta plataforma todos los contenidos deseados que están asociados a un determinado hashtag. Así, suele suceder que los creadores de contenidos publican sus materiales asociados a alguna etiqueta en particular para que sean fácilmente hallados y posicionados dentro del buscador interno de la plataforma.

De esta manera se puede ver cómo Instagram promueve que los usuarios generen nuevas experiencias y compartan su vida, sus sentimientos y su “historia” con sus seguidores de forma no sólo creativa e innovadora sino también, original ya que les pone al alcance de sus manos todo tipo de herramientas que les permite interactuar con sus audiencias generando contenidos interesantes y pertinentes para ellas. Así, como asegura Tatiana Costas (2017):

“Lo que empezó como una nueva red social logró convertirse en un fenómeno mundial transformándose no solo en una agenda visual, sino en la mayor fototeca del planeta con cientos de millones de fotos compartidas diariamente desde todo tipo de dispositivos móviles, demostrando la facilidad inherente del ser humano de comunicar a través de imágenes y empoderando, de alguna manera, la fotografía social. De esta forma, Instagram se proclamaría, tarde o temprano, como un punto de referencia, una experiencia creativa única en nuestras vidas. Una necesidad de fotografiar, crear y compartir sin barreras de educación, idiomas, religiones, fronteras o culturas” (Costas, 2017, pág. 42).

4.2.3 Twitter: caracterización del canal informativo de 280 espacios

Twitter es una red social basada en el microblogging. Principalmente, es utilizada como medio informativo ya que conjuga a tiempo real toda la información subida y compartida por distintos usuarios en diversas partes del globo sobre lo que está aconteciendo en ese momento. Así, se presenta también como un nuevo competidor de los medios tradicionales de comunicación. Esto es en gran parte gracias a su celeridad, instantaneidad, capilaridad e inteligencia colectiva.

En 2018, Twitter poseía 330 millones de usuarios activos por mes que generaban 500 millones de tuits por día. El 80% de sus usuarios suele ingresar a la plataforma a través de un dispositivo móvil. Esto también permite comprender el tipo de usuarios que posee esta red social ya que el 37% de ellos tienen entre 18 y 29 años y un 25% está dentro de la franja etaria de 30 a 49 años. Además del total de hombres que ingresan a internet, el 24% usan Twitter. En el caso de las mujeres, de todas las que ingresan a la web, el 21% son usuarias de esta red social. (Flimper Blog, 2018).

Creada en el año 2006 por Jack Dorsey, Twitter fue diseñada originariamente para que en tan sólo 140 caracteres (actualmente, el límite ascendió a 280) un usuario pudiera contar a su círculo de conocidos qué era lo que estaba haciendo y cómo se sentía. La idea era que sus seguidores pudieran interactuar con ese “tuit” a través de conversaciones (“reply”) o menciones.

Sin embargo, la dinámica de esta plataforma fue virando a partir de los “usos y costumbres” que los usuarios hicieron de ella. Los “twitteros” se habían dado cuenta de que resultaba más interesante comentar qué era lo que estaba pasando a su alrededor siendo una especie de “observador-periodista”, antes que hablar de sí mismos. La nueva lógica de uso fue tan importante que la misma empresa decidió, tres años más tarde de su creación, cambiar uno de

los títulos principales de la plataforma. Así, la pregunta “¿Qué estás haciendo?” se transformó en ¿Qué está pasando? En palabras de Mariluz Congosto Martínez (2016):

“A las personas les gusta saber qué está ocurriendo y contarlo a sus conocidos, por lo que encontraron en Twitter algo similar a un patio virtual de vecinos en el que se podía escuchar, comentar y repetir lo que por allí circulaba. Pero este patio virtual no es global, cada usuario está encerrado en su red, escucha las conversaciones de los que sigue y puede hacerse escuchar por los que le están siguiendo. En realidad, Twitter es un conjunto de patios virtuales, donde los contactos son muchas veces de la misma localidad (Gonzalez, Cuevas, & Cuevas, 2011 citado en Congosto Martínez 2016) o tienen similares intereses (Conover et al., 2011 en Congosto Martínez 2016). Por tanto, los mensajes circulan en entornos cerrados, teniendo que levantar mucho la voz para que un mensaje pase de un patio a otro. Los usuarios, tomando de nuevo la delantera, crearon dos mecanismos para que la información pudiera propagarse más allá de la red de contactos directa. El primero de ellos fue la retransmisión de mensajes que consistía en repetir el mensaje, indicando la fuente. Se realizaba anteponiendo al texto de un tuit la sigla RT (retweet) y el autor del mismo (Boyd, Golder, & Lotan, 2010 en Congosto Martínez 2016). La segunda consistió en el etiquetado de mensajes, comúnmente llamado hashtag, para facilitar la agrupación de mensajes por temática. Las etiquetas comenzaban con el símbolo #. La retransmisión facilitaba que un tuit originado en una red de contactos pudiera llegar a otras redes al ser duplicado por otro usuario que potencialmente podría tener nuevas. El etiquetado facilitaba la búsqueda de tuits por temas. Ambos mecanismos ampliaban el alcance de los mensajes, haciéndolos visibles más allá de los contactos de primer nivel, difundiéndose entre distintas subredes conectadas. Dada la gran aceptación de la retransmisión, Twitter creó en el año 2009 un

botón RT para difundir mensajes automáticamente (Stone, 2009^a en Congosto Martínez 2016)” (Congosto Martínez, 2016, pág. 12).

Twitter funciona como una red asimétrica. A diferencia de otras plataformas sociales en donde existe una reciprocidad de elección, acá aparece la idea de “seguidores” o “followers” en donde un usuario decide de forma personal si seguir una cuenta o no, sin necesidad de tener la aprobación o el visto bueno del dueño de ella. De esta forma, aparece un desequilibrio ya que una persona puede seguir a un usuario, pero no necesariamente ese usuario lo siga a él de forma recíproca. Así:

“Los usuarios deciden a quién seguir, es decir, en quién están interesados. Un usuario puede seguir a otro sin tener que ser correspondido, esto da lugar a relaciones asimétricas y a que todos los tuits sean públicos. Existe la opción de que los tuits sean privados, pero se usa minoritariamente. Cada usuario puede ver ordenados de forma secuencial los tuits que emiten los usuarios que sigue (timeline)” (Congosto Martínez, 2016, pág. 14).

La breve extensión de los tuits obligó a los usuarios a repensar las formas de escritura para lograr transmitir un mensaje de forma eficaz y corta. Así, por ejemplo, aparecieron nuevos pactos implícitos sobre la ortografía. Ejemplo de ello es la reducción de la palabra “que” por “q”; risas por “LOL” o asombro por “WTF”. Es interesante remarcar acá que Twitter presenta ciertos desafíos ante los usuarios ya que con poca o nula información del contexto (a causa de la brevedad de los tuits), el usuario debe comprender la referencia del mensaje que está leyendo. Es decir, presupone que el lector posee cierto conocimiento implícito para comprender gran parte de los mensajes que recibe.

Por otro lado, nuevas herramientas comenzaron a aparecer para dar soporte a esta reducción del mensaje. Ejemplo de ello es el retweet (RT) que:

“Representa una manera de distribuir algo publicado por otra persona, pero también de evitar la redundancia y la repetición. Por consiguiente, el usuario no tiene que explicar lo que ha visto o leído en un material, sino que puede compartirlo directamente y añadirle un mensaje personal. De la misma forma, el retweet es una manera de expresar el aprecio hacia una publicación, aunque no se haga a través de un comentario” (Candale, 2017, pág. 13).

También, existe la posibilidad de mencionar a una persona llamando su atención o respondiendo directamente a un comentario que ha realizado. Así, poniendo el símbolo “@” más el nombre de la cuenta, se está interpelando a la persona o a la institución y llamando su atención para que observe nuestro mensaje.

Como se ha dicho antes, Twitter tiene un espacio llamado “¿Qué está pasando?” en donde los usuarios pueden redactar sus mensajes y contar lo que ven a su alrededor. Luego, poseen un “feed” en donde pueden observar qué han posteoado aquellas cuentas a las que sigue. Como en el caso de Instagram, Twitter también posee un buscador para encontrar en la plataforma todos los contenidos subidos que estén relacionados a nuestra temática de interés. También, se encuentran los “Trending Topics” que son aquellos temas que, por estar siendo tan comentados y tan mencionados por la mayoría de los usuarios, se convierten en tendencia.

Por su parte, la plataforma también recomienda a los usuarios qué otras cuentas pueden seguir en base al análisis de sus intereses, gustos y movimientos. Además, la red social presenta los clásicos botones de “me gusta” y de “comentar” que también suelen estar presentes en otras plataformas sociales.

El hashtag es otra de las herramientas más utilizadas en Twitter. Es una etiqueta que se agrega al discurso para organizarlo dentro de una cierta temática y para que, en el futuro, se pueda hallar cuando se realice una determinada búsqueda sobre dicho contenido. Se conforma

poniendo el símbolo numeral (#) y agregando el título sobre la temática que se está hablando. De esta forma, las conversaciones y los temas específicos se van ordenando para que cualquier persona interesada en ellos pueda buscarlos y sumarse a la conversación.

Así, se puede ver que en Twitter circulan diversas conversaciones, muchas de las cuales poseen el carácter de interés público. De esta forma, importantes debates que se dan en la sociedad tienen su correlato en Twitter siendo una clara muestra de ello la discusión sobre la legalización del aborto en la Argentina. Como explican Conci, Urbina Paliza, y Vanini (2018):

“Mediante el uso de hashtags, pueden participar de la conversación colectiva en una nueva modalidad de foro virtual, con palabras o frases precedidas por el signo numeral (#) a modo de etiqueta. El hashtag identifica, de esta manera, a un tema en particular del cual se está conversando en las redes. Twitter fue la primera red social que introdujo los hashtags y tuvo tanto éxito que, en un período corto de tiempo, se convirtió en uno de los componentes más importantes de un tweet. Además, otras redes sociales como Facebook, Instagram, Pinterest, Google+ y Tumblr han incorporado también esta opción. Su función es organizar y facilitar su revisión para quien esté interesado. Los temas son automáticamente indexados y agrupados en la plataforma y el usuario puede rastrearlos. Los hashtags más repetidos por mayor cantidad de usuarios/as son colocados en la barra lateral izquierda bajo la consigna tendencias para ti. Se enumeran, así, los tópicos más hablados del momento. Al clickear en cada uno de ellos, aparecen todos los tweets agrupados” (Conci, Urbina Paliza, & y Vanini, 2018, pág. 47).

Todo esto permite ver que la Web 2.0 y las distintas redes sociales introdujeron un nuevo ecosistema de comunicación donde las plataformas digitales no sólo sirven a nivel informativo, sino que también llevan a los usuarios a mostrar nuevas prácticas comunicativas e interactivas al participar y apropiarse de los diversos contenidos que circulan en internet.

4.3 Influenciadores de discursos en la era de internet

4.3.1 Revisión sobre las principales teorías de la comunicación e influencia

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información (Tics), los canales tradicionales de la comunicación de masas se fueron modificando para dar lugar a nuevas conversaciones enmarcadas dentro del mundo 2.0. En este sentido, la lógica de acción y de influencia que tenían los tradicionales medios de comunicación sobre sus audiencias viró hacia una comunicación más democratizada y participativa.

Así, a lo largo de los años, varias teorías trataron de explicar cómo los medios actuaban sobre el comportamiento de las masas a través de sus mensajes. En un primer momento, se creyó que el modelo “estímulo-respuesta” era el adecuado para explicar el fenómeno de la comunicación. Harold D. Lasswell fue uno de los primeros en estudiar la comunicación política y el concepto de propaganda bajo el paraguas de la *Mass Communication Research*. En su texto *The Theory of Political Propaganda* (1927), él explicaba:

“The strategy of propaganda, which has been phrased in cultural terms, can readily be described in the language of stimulus-response. Translated into this vocabulary, which is especially intelligible to some, the propagandist may be said to be concerned with the multiplication of those stimuli which are best calculated to evoke the desired responses, and with the nullification of those stimuli which are likely to instigate the undesired responses.”

(Lasswell, 1927, pág. 630)

En este sentido, la llamada teoría de la “aguja hipodérmica” consideraba a los individuos como seres pasivos, indefensos y maleables gracias a que no poseían ningún tipo de filtro para tamizar la información que recibían. De esta forma, los medios considerados aquí como

todopoderosos enviaban información a sus audiencias como un estímulo provocando en ellas una respuesta buscada o deseada. Así, los medios eran capaces de cambiar opiniones y moldear las conductas y comportamientos de los sujetos. Esto sucedía ya que se presuponía que los individuos eran seres aislados que estaban “en el blanco” para ser fácilmente influenciados de forma homogénea e instantánea gracias a la propaganda realizada por los medios. Aquí, se distinguía una relación de poder asimétrica en donde los medios tenían la absoluta potestad de influir y de decidir sobre las actitudes, pensamientos y conductas de su público. El emisor estaba por sobre el receptor.

Con el correr de los años, distintos estudios demostraron que esta imagen no era real criticando sus postulados. A través de la investigación, se observó que la sociedad no era homogénea y que los individuos decidían qué información recibían y cuáles creían. Inclusive, se observó que no todos los miembros se exponían de igual manera ante una misma información. Conceptos como la voluntad, el interés y la actitud influían en la persona a la hora de recibir los datos. De esta forma, una nueva hipótesis tuvo lugar: la del doble flujo de comunicación. Paul Lazarsfeld fue uno de los primeros investigadores en notar que las relaciones interpersonales ocupaban un rol protagónico a la hora de ver cómo influían los medios de comunicación en las audiencias. En su libro, *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*, Lazarsfeld (1962) afirmó:

“Uno de los hechos descubiertos a través de nuestro estudio de los líderes de opinión es el de que éstos cumplen la función de intermediarios entre los medios de comunicación de masas y los otros integrantes del grupo. Se supone en general que los individuos obtienen las informaciones directamente de los periódicos, la radiotelefonía y otros medios. Nuestros hallazgos demostraron, sin embargo, que no siempre sucede así. La mayoría de los individuos

recibían buen aporte de sus informaciones y muchos de sus ideas a través del trato con los líderes de opinión de sus grupos. Dichos líderes, a su vez, mostraban una receptividad relativamente mayor que los demás a los medios de comunicación de masa. Este proceso de información en dos etapas reviste indudable importancia práctica para los estudios de la propaganda”.

(Lazarsfeld, P. ; Berelson, B. ; Audet, H. , 1962, pág. 10)

En este sentido se observa que empezaron a aparecer personajes con roles claves para que la comunicación pudiera influir en el individuo. Estos nuevos actores eran los *líderes de opinión* quienes, siendo cuasi mediadores entre los medios de comunicación y la sociedad, podían ayudar a formar opiniones gracias a su interés y su posición social dentro de su grupo de influencia. Aquí se pudo ver que la comunicación seguía siendo asimétrica en donde el medio era poderoso frente a su audiencia, débil y maleable. Lo único diferente con las teorías anteriores fue que se agregó un “eslabón” más a la cadena: los líderes de opinión que influían en los comportamientos de los individuos por la posición social que tenían dentro del grupo. Como se reconocía que el líder de opinión era un especialista y conocedor de dicho tema entonces, el resto de sus pares lo escuchaba y respetaba su postura por sus saberes en la temática.

Sin embargo, esta teoría con el tiempo también se dejó de lado. En su lugar, apareció el paradigma de los “efectos mínimos o limitados” el cual establecía que los medios de comunicación tenían un poder ínfimo o nulo a la hora de influir en el comportamiento de las personas. En vez de manipular pensamientos, los medios reforzaban ideas. La base de este postulado fueron las teorías cognitivas y psicológicas las cuales explicaban que cuando un sujeto recibía algún tipo de información, iba a tratar de organizarla dentro de sus esquemas previos, resultados éstos de sus experiencias, mandatos y aprendizajes. Si ese nuevo estímulo o información no se adecuaba a esos esquemas previos entonces, el individuo reduciría esa

incoherencia al evitarla por ir en contra de sus esquemas y producirle así, sensaciones incómodas¹¹. En este sentido, si bien seguía habiendo una comunicación asimétrica, aquí el receptor se posicionaba de forma más empoderada ya que, dependiendo de su contexto, pensamientos y creencias consumiría o no la información que el medio, como emisor, le brindaba. El receptor poseía poder de elección sobre los contenidos a los cuales se exponía.

En la década de 1970, apareció una nueva teoría que retomaba las ideas de los efectos “todo poderosos” de los medios. Varias investigaciones afirmaban que, si bien los medios no accionaban de forma directa para dominar a sus audiencias, la creación de una agenda de contenidos repetitiva, a través de los distintos formatos y canales, terminaba creando una “pseudo realidad” en donde se moldeaban los pensamientos y opiniones de los receptores.

Dentro de este paradigma, surgió la teoría del “espiral del silencio” producida por la investigadora Elizabeth Noelle Neumann. La misma afirmaba que los medios, a través de su acumulación y repetición, iban generando discursos que resultaban ser legitimados para la sociedad. De esta forma, cualquier opinión, conducta o crítica que estuviera por fuera de estos contenidos aceptados socialmente, serían rechazados y mal vistos por toda la sociedad. Esta situación provocaba en los individuos el miedo de quedar solos o aislados del conjunto y por ello, sus opiniones se moldeaban a lo “socialmente aceptado” o, por el contrario, se silenciaban para evitar ser rechazados ya que estaban en contra de la opinión pública ya consolidada. En palabras de Noelle Neumann:

“Parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio. Correr en pelotón constituye un estado de relativa felicidad; pero si no es posible,

¹¹ Con relación a este tema, sugerimos consultar la teoría de la disonancia cognitiva de León Festinger la cual explica que los individuos tratarán de mantener su coherencia interna de pensamientos, creencias e ideas evitando entrar en contacto con cualquier tipo de información que vaya en contra de ellos.

porque no se quiere compartir públicamente una convicción aceptada aparentemente de modo universal, al menos se puede permanecer en silencio como segunda mejor opción, para seguir siendo tolerado por los demás”. (Noelle-Neumann, 1995, pág. 12)

Así, para el individuo, conocer la opinión del entorno resultaba ser esencial para saber qué decir o qué callar sin sufrir el rechazo del resto. En este sentido, para el asesor en comunicación política Luciano Galup (2019), esta “autocensura” y disciplinamiento de la opinión pública se observa aún más en la actualidad a través de la tecnología y de las redes sociales a causa de la aparición de las “cibertropas”¹² quienes, con su intimidación, “buscan establecer controles del ámbito del debate, del espacio público, fijando límites, inhibiendo la aparición de cuestiones percibidas como inconvenientes o susceptibles de provocar ataques”. (Galup, 2019, pág. 159).

4.3.2 Descripción del rol de los influenciadores como líderes de opinión a través de la empatía y la identificación con sus audiencias

Los influenciadores son los actuales líderes de opinión cuyo discurso es escuchado y respetado por una audiencia que los sigue y los respalda. A diferencia de los tradicionales medios de comunicación y de los referentes sociales del ecosistema tradicional, los influenciadores utilizan las plataformas digitales en donde su presencia tiende a ser ampliamente difundida. Su perfil se vuelve atractivo y acumula seguidores o fans convirtiéndose en la referencia a partir de su conocimiento en un tema, su liderazgo en una actividad o por su opinión ante hechos que, al

¹² El término hace referencia al actuar organizado de “trolls”, “bots” y cuentas falsas o “fakes” que buscan “disciplinar y empujar al atacado a la autocensura; bombardear un debate democrático y ‘romper’ la discusión; motivar y modelar la línea discursiva que se busca imponer (...) e instar agenda”. (Galup, 2019, pág. 158)

menos para su público, resultan de interés peculiar. La notoriedad ante un público objetivo es una construcción social. Toda referencia “es correferencia”: se construye con los otros, nos representamos en el lenguaje del intercambio¹³. Esta construcción depende de múltiples factores, entre otros, de la forma en que se dirige a sus fans, las expresiones que emplean éstos para dirigirse al “referente” así como las referencias circulares y planas entre los propios fans.

De esta forma, más allá de la posibilidad de que no sean reconocidos públicamente, su presencia y su voz es más que importante ya que son formadores de opinión. Para Santamaría de la Piedra y Rufino (2017), la clave para que un influenciador sea reconocido:

“Reside en algo imprescindible: el modo en el que se transmite el mensaje. El discurso de los influenciadores carece de un lenguaje excesivamente formal, adaptándolo a su público, y persiguen enfatizar las ideas que consideran más importantes para poder establecer un vínculo basado en la empatía (Randstad, 2015 citado en Santamaría de la Piedra y Rufino, 2017). Cuando la gente advierte que es tenida en cuenta y que alguien se preocupa por su bienestar, suele mostrarse más receptiva a escuchar lo que se les tiene que decir; es aquí donde los influenciadores parecen haber dado con la horma del zapato: en todos los vídeos, fotografías y posts que realizan suele percibirse una actitud altruista para con su público. Así, no es de extrañar que la gran mayoría no solamente den las gracias a sus seguidores por el apoyo que reciben, sino que destaquen la importancia que tiene para ellos hablar de temas que preocupen o interesen a las personas que visualizan su contenido” (Santamaría de la Piedra, 2017, pág. 458).

Así, la clave de todo influenciador es la empatía y la identificación con su audiencia. Es decir, la percepción de autenticidad y horizontalidad, un par entre pares que establece un vínculo

¹³ Para profundizar la interpretación sobre la incidencia del uso del lenguaje en este fenómeno actual, consultarse Ricoeur, Paul (2003) *Tiempo y narración: Configuración del tiempo en el relato histórico*. [*Lingüística y teoría literaria*](#). Ed. Siglo XXI.

dialógico o dialogal con la comunidad. En general, la autenticidad, es decir, la percepción de que es realmente lo que parece o lo que se dice de él, es una condición necesaria, aunque no suficiente para crear un vínculo de credibilidad. La espiral se vuelve virtuosa si existe alineamiento entre lo esperable y el comportamiento constatable del referente. La construcción tiene mucho que ver con la forma en que el referente se expresa, comparte las experiencias que vive, lo que siente frente a los hechos de la vida (un modo de pensar práctico), sobre todo, de una cotidianeidad común, y lo que hace frente a esos hechos (compromiso verificable mediante imágenes, relatos de terceros). A la vez, como sus seguidores se autoperciben como pares de él, sus recomendaciones y consejos serán escuchados atentamente ya que lo consideran un referente en el ambiente casi familiar que se construye. Así, una vez más, se constata la horizontalidad en la comunicación como un factor determinante.

Los influenciadores se comunican de forma directa con sus audiencias a través de sus redes sociales. Ellos, especialistas en alguna temática y con un carisma especial, llegarán a su público, que logra ser cada vez más masivo, solamente por internet. Así, la clave de su éxito radicará en ser consideradas figuras admiradas y escuchadas. Y, como asegura Alejandro Marticorena (2013): “Es que, precisamente, la influencia del influenciador (valga el juego de palabras) se basa en su poder para potenciar comunicacionalmente un tema entre sus seguidores. Y, claro, hacer que éstos, a su vez, viralicen ese tema entre sus respectivas audiencias” (Marticorena, 2013).

Es por esta razón que la figura de los “influenciadores” está tomando cada vez mayor fuerza dentro del mundo de la comunicación y el marketing. Tanto es así, que muchas organizaciones hoy en día deciden desplazar sus campañas en los tradicionales medios de

comunicación en pos de contratar a un influenciador para que su mensaje tenga mejor llegada y se genere un vínculo más fuerte y creíble con sus consumidores.

Sin embargo, aunque los influenciadores tengan cada vez mayor relevancia, aún no se ha realizado ninguna conceptualización ni definición abarcativa de las diferentes dimensiones que caracterizan este nuevo grupo de líderes de opinión. Por su parte, David Sandoval (2014) ha propuesto una definición plural observando que existen diez tipos de perfiles distintos.

El primero de ellos es el *especialista de un sector* aquel que, basándose en su intuición sabe identificar los movimientos y desarrollos del sector y distingue las nuevas tendencias. Ellos suelen trabajar junto a empresas de comunicación e instituciones de distintos rubros. Poseen un perfil de consultor técnico y se lo asocia a la imagen de “gurú”.

El segundo caso es el de los *especialistas de un producto*. A diferencia del caso anterior, ellos se anclan en su formación técnica con la cual pueden analizar de forma aguda los distintos productos basados en su conocimiento profesional. Generalmente, también suelen ser *bloggeros* y además participan activamente dentro de foros de nicho y redes sociales.

En tercer lugar, se encuentran los *influenciadores de nicho* quienes poseen conocimientos técnicos y específicos sobre un determinado producto o mercado. Gracias a su saber e independencia, resultan creíbles ante la audiencia. A nivel privado, suelen hacer consultoría a empresas. Poseen blogs que no suelen tener gran alcance, pero sí mucho *engagement*. Luego, se encuentran los *influenciadores generalistas* quienes suelen ser periodistas o trabajadores de los medios de comunicación y que ya poseen seguidores que le son fieles. Ellos escriben sobre diversos temas con una mirada crítica y por sus reflexiones, son respetados en el medio.

Los *influenciadores de tendencia* son aquellos especializados en un sector o producto que poseen la notoriedad y la capacidad de innovar en el ambiente. Son creativos y establecen nuevas

reglas de juego que suelen plasmarlas en sus distintas plataformas. El *influenciador ocasional* es aquel que ocupa puestos claves dentro de la política, el periodismo o en la dirección de empresas. No suele escribir de forma continua en foros o blogs pero cuando realiza una declaración, sus dichos tienen relevancia gracias a su figura. El *influenciador de referencia* es aquel contratado por las marcas B2B para influir de forma indirecta en la audiencia. Suelen figurar dentro de los canales comunicativos de las organizaciones como “casos de éxito”. Los *influenciadores cautivos* son los propios empleados de la organización quienes participan en foros o redes sociales haciendo referencia al lugar donde trabajan.

El *influenciador por imitación* es uno de los perfiles que más se ha desarrollado en internet. Son personas que suelen investigar distintos contenidos que circulan en la web, se los apropian y los remixan para luego, subirlos a sus propias plataformas. Suelen dedicarse al marketing online y al posicionamiento en buscadores. Sus plataformas suelen tener un gran alcance de seguidores.

Finalmente, se encuentra el *influenciador anónimo* que es el propio consumidor de una marca quien la recomienda o la critica en la web. Al ser pares de otros posibles clientes, sus opiniones son más que escuchadas y respetadas ya que conllevan un gran altruismo y credibilidad.

4.4 Cultura participativa de los usuarios digitales

4.4.1 *Democratización de la palabra y desafíos para la visibilidad de los mensajes*

La aparición de internet abrió una posibilidad única en el mundo: cualquier individuo puede expresarse y puede estar al tanto de comentarios y opiniones de otras personas (tanto actuales como antiguas) en cuestión de segundos. Sin embargo, en este océano de información, resulta cada vez más difícil poder diferenciarse del resto y hacerse visible.

El ser humano presta cada vez menos atención al bombardeo constante de datos que proviene del exterior. En general, suele detenerse en contenidos recomendados por amigos, familia o en personas simples como él que comparten sus mismos gustos e intereses.

En el año 2004, salió publicado en la revista *Wired* un artículo escrito por Chris Anderson que cambió la forma de ver la economía. Este periodista explicó que estábamos ante una nueva situación que denominó “la larga cola” (Anderson, 2004). Los productos apuntados a las masas empezaban a perder lugar frente al consumo de nichos. Es decir, los bienes y servicios comenzaban a dejar los mercados ubicados en la curva de la demanda, que resultaban ser los más populares, para situarse en esa larga cola que apuntaba a consumidores específicos y especializados. Así, en vez de vender un mismo producto a muchas personas se buscaba vender determinados productos a distintos individuos que estuvieran interesados en ellos.

Esta lógica también se aplicó a los comentarios y opiniones. Internet permitió que ya no se deba leer sólo los diarios más conocidos y renombrados, sino que se tenga la posibilidad de buscar blogs, portales, comentarios, etc. escritos por personas especializadas, amateurs o amantes en aquellos temas que al individuo le interesaran y que quisiera estar informado constantemente.

De esta manera, se puede ver cómo la web democratizó la palabra ya que ahora todos pueden escribir sobre lo que desean y poner a disposición de la gente sus comentarios, opiniones y conocimientos. En este sentido, se puede ver como ya no es necesario pasar por intermediarios, entendidos como los tradicionales medios de comunicación, para que el mensaje llegue al público deseado. Ahora ya se puede evitar la toma de decisión por parte de algún medio que determina qué es importante para publicar/leer y qué no.

De esta forma y gracias al entorno digital, se observa la aparición de una horizontalidad. La aparición del “peer” dio origen a la democratización de la palabra ya que se ve por primera vez una igualdad de relevancia entre todos los elementos que integran el diálogo. Hay una descentralización del mensaje y un intercambio constante de contenidos y herramientas. La Web 2.0 profundizó la participación de distintos grupos en la elaboración, producción, apropiación, modificación y circulación de contenidos digitales. Por primera vez en la historia, internet permitió que los receptores de los mensajes sean al mismo tiempo emisores. Es decir, el contenido ya no es enviado de forma unidireccional por el medio de comunicación, sino que ahora, la misma audiencia tiene la posibilidad de actuar con el mensaje, apropiárselo, modificarlo y volverlo a transmitir a otras audiencias que tendrán la misma oportunidad de accionar sobre el contenido como lo hizo la primera.

Así, el antiguo modelo de producción se resquebrajó dando lugar a una producción entre iguales que es de dominio público. Cada vez aparecen más “grupos de individuos que colaboran con éxito en proyectos de gran escala, persiguiendo un conglomerado variado de impulsos motivacionales y de señales sociales, antes que los precios de mercado” (Piscitelli, 2009, pág. 243).

Este nuevo accionar es una creación común, una creatividad conjunta en donde hay innovación y sobre todo democracia y libertad de acción ya que se escapa de las reglas impuestas. En palabras de Alejandro Piscitelli:

“El procomún hace posible un entorno en el cual los individuos y los grupos pueden producir información y cultura según sus propios intereses. Favorece un desarrollo expansivo tanto para la producción no orientada al mercado, como para la producción radicalmente descentralizada” (Piscitelli, 2009, pág. 251).

Así aparece la figura del “prosumidor”, conjunción de los términos “productor” y “consumidor”, que hace referencia a los individuos que participan dentro del “procomún” y tienen un trabajo activo dentro de este entorno. Es importante aclarar que este sujeto no elabora y participa de estos contextos con fines lucrativos sino por mero el placer de intercambiar y compartir información con otros pares e integrar comunidades colaborativas. Así, suelen ser “Djs o programadores” (Piscitelli, 2009, pág. 259) ya que usan obras o trabajos realizados por otros y les hacen un remix: accionan sobre una información que ya circula y le agregan un valor extra. Pero hay que tener cuidado al pensar este punto ya que ellos no pretender dar así por concluida su obra sino más bien buscan que su creación siga girando y sea (re)modificada por todo aquel que quiera contribuir en esta cadena de creación.

Pero, ahora bien: si todos escriben y existe una gran variedad de información circulando, ¿Cómo sabemos qué rescatar de allí y qué no? *En Revolución Horizontal*, Alonso y Arébalos (2009) explican que, en este nuevo mundo digital, surgió un nuevo tipo de consumidor 2.0 que se caracteriza por “buscar información innovadora y experiencias diferentes. Los nuevos consumidores están siempre conectados, tienen mayor poder de decisión, más posibilidad de elección y son muy demandantes de información” (Alonso, G., & Arébalos, A, 2009, pág. 26).

En este sentido, el “peer” desea nuevas emociones y experiencias y no simplemente un mero bien o servicio. Él va a confiar en su grupo cercano de amigos y familia y en las personas que son iguales a él en el mundo digital.

Así si se quiere llegar a este nuevo tipo de consumidor, se debe tocar su corazón y lograr movilizar sus sentimientos. De esta manera, se debe dejar la comunicación unidireccional que respondía a una imposición por parte del emisor por un diálogo con el receptor. Hoy en día la comunicación es bidireccional y hasta inclusive, multidireccional ya que actualmente el receptor no sólo le responde al emisor del mensaje sino que también, se comunica con otros receptores y emisores. Esto se ve por ejemplo, en el manejo de las redes sociales.

4.4.2 Caracterización de las audiencias y su relación de pertenencia con las comunidades digitales

Los Millennials¹⁴ son jóvenes expertos en el uso de la tecnología. Están hiperconectados y a través de sus diversos dispositivos no sólo se relacionan con otros pares, sino que también buscan información, comentan y comparten. La posibilidad de vivir distintas experiencias es uno de los motores que muchas veces impulsa su acción. Ellos la buscan de forma constante ya que creen que allí está el valor agregado. La colaboración es una de las claves del éxito: ya no importa quién es el autor del mensaje sino la riqueza que entre todos los individuos puede agregarse a ese contenido primario. “El contenido es rey” y si bien la participación de los internautas está a un click de distancia, lo que sigue primando en la comunicación es el qué por

¹⁴ Según el Pew Research Center, “*Approach to generational analysis involves tracking the same groups of people on a range of issues, behaviors and characteristics. The bounds of the Millennial generation, sometimes characterized as the “echo boom,” are also informed by demographics. This generation is largely made up of the children of the Baby Boom generation. The name for this cohort refers to those born after 1980 – the first generation to come of age in the new millennium*”. Para más información, ver: <https://www.people-press.org/2015/09/03/the-whys-and-hows-of-generations-research/#fn-20058600-1>

sobre el quién. Las audiencias podrán el foco en la producción del mensaje y en el interés que éste genera más allá de quién haya sido el autor del mismo. El contenido circulará y se reelaborará mientras que el creador original seguramente quede olvidado o sea desconocido por la mayoría de la audiencia.

Por esta razón, descreen de la típica comunicación o publicidad que hacen las empresas y por ello, forzaron a éstas a dar un giro de 180 grados en la forma que interpelaban a estos usuarios. Así al estar frente a un usuario mucho más activo y preparado, las organizaciones deben construir una historia en donde la marca tendrá su anclaje. Esta nueva técnica se conoce como “Branding narrativo” o “Branding 2.0” y se basa en la construcción de comunidades mediante el discurso, el relato y la narración.

De esta forma, las organizaciones tratan de generar una empatía con el usuario a través de sus estrategias de marketing. Por ello, es posible ver que el contenido online que las empresas publican hoy está mayormente ligado a los sentimientos, a las emociones y a las experiencias personalizadas. A la vez, dan mayor importancia a la interacción y al diálogo con sus clientes.

Así, la generación de comunidades específicas en donde sus miembros tengan plena participación y libertad de expresión será una de las claves para trabajar de forma conjunta con este nuevo tipo de usuario. A la vez, esas comunidades deberán brindar contenidos que sean pertinentes y necesarios para sus miembros. Así, Ontalba y Ruipérez (2002) explican que:

“Una comunidad virtual es un grupo de personas congregada en función de un mismo interés que pretenden desarrollar relacionándose a través de medios interactivos localizados en Internet. Esto permite a los miembros de una comunidad cualquiera generar una serie de experiencias, relaciones o espacios con él intercambiando ideas, información y pensamientos. He aquí un punto fundamental: el elemento capital en las relaciones sociales ciberespaciales, el que

les llama a reunirse bajo una comunidad virtual, es la compartición de información: si se comparte información y se intercambia, se puede decir que existe comunidad, ya que lo que la hace vital para sus miembros es su tratamiento de las comunicaciones como algo significativo e importante” (Ontalba y Ruipérez, 2002, pág. 3).

Muchas comunidades de la red han surgido gracias a la participación activa y continua de sus miembros y no porque una empresa u organización la haya creado. Es decir, su origen es de “abajo hacia arriba”. Ejemplos de este tipo de comunidades son Taringa!, Reddit, 4Chan o 9gag. Estas comunidades han tenido tal desarrollo y evolución que es posible vislumbrar cómo distintos usuarios comenzaron a tomar roles dentro de dichas comunidades. Así, algunos de esos roles son los de “early adopters” quienes toman la iniciativa de probar cierto producto o servicio que resulta innovador; los “influenciadores” quienes dan a conocer un producto y promueven su compra o uso dentro de sus largas filas de seguidores o, los “trolls” quienes de forma consciente promueven un conflicto contra algún usuario dentro de la comunidad. En su artículo sobre “Marketing y movimientos políticos en las redes sociales en Colombia”, Andrea Olaya Martínez (2014) explica:

“La palabra troll es usada para referirse a un monstruo maligno y es adaptada desde la mitología escandinava (Real Academia Española, 2014 en Olaya Martínez 2014). Sin embargo, en las redes se usa para etiquetar a aquellas personas que deliberadamente provocan o indisponen a otros usuarios en una discusión, de temas generalmente dignos de tomar con pinzas, o en debates que usualmente generan posiciones encontradas y dejan poco margen para el cambio de opinión. De igual manera, el troll puede publicar constantemente contenido falaz, solo con la intención de polemizar, conducta muy similar a la del agitador. Este usuario, denominado como “agit pop”, se diferencia del troll debido a su importancia, capacidad de influencia y visibilidad

en las redes. El agitador suele ser una persona conocida –como un político, o alguien del mundo del espectáculo- con un gran número de seguidores o amigos en sus redes sociales. Este ha sido motivo de preocupación para las empresas y su marketing virtual, debido a que se caracteriza por publicar sus opiniones de manera mordaz, tener una gran habilidad para conseguir apoyo a sus declaraciones y mover emociones fácilmente. Otro término para nombrar a cierto tipo de cibernautas es influenciadores, derivado del término inglés influencers, con el cual se conoce a aquellas personas con una alta capacidad de persuasión en un ambiente social” (Olaya Martínez, 2014, pág. 28).

4.4.3 Cultura participativa: nuevas lógicas de interacción y de apropiación de los contenidos

En la actualidad, los contenidos están al alcance de la mano. No importa la hora que sea ni el lugar donde nos encontremos porque con cualquier dispositivo (y hoy mayormente gracias a los teléfonos inteligentes), podemos bucear y pasar horas enteras entre vídeos, fotos, redes sociales, etc. La ubicuidad es uno de los rasgos esenciales de la posmodernidad y con ella, la posibilidad de interactuar en cualquier momento y espacio con lo que visualizamos cambiando así, las clásicas formas de consumo y de participación que tenían los receptores hasta hace algunos años atrás. En el artículo “Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias”, Roberto Igarza (2010) explica:

“La participación ciudadana de épocas anteriores implicaba formas de movilización que hoy ya no se encuentran en la vida social o no tienen el vigor de antes y que, en todos los casos, se traducen en nuevas formas menos presenciales. La movilización social no carece de invisibilidad, simplemente es que los ciudadanos recurren con más asiduidad a espacios

participativos virtuales para hacer saber su adhesión, su amor u repulsión ante una situación, una persona, un gobierno o una empresa” (Igarza, 2010, pág. 63).

De esta forma y más allá de los distintos roles que los usuarios puedan cumplir a la hora de participar en las redes sociales, existen diversas dinámicas y lógicas de interacción que muestran el nivel de participación e involucramiento que las audiencias poseen con los contenidos que están viendo. Así, Igarza (2010) expresa:

“La participación que está teniendo el usuario en Internet deja entrever el perfil de un consumidor que alterna con más facilidad que antes entre el rol pasivo y un rol más activo como productor, como fuente de información, como nodo de un sistema plural en el que la información que surge de la conversación con los pares resulta más confiable que la proveniente de las fuentes tradicionales embarcadas en un largo conflicto en defensa de la credibilidad de sus fuentes y discursos. En la parte de la vida que las personas pasan cada vez más en los espacios virtuales de intercambio simbólico se percibe una tendencia a decir y hacer cosas que el ciudadano no osa en la vida real.” (Igarza, 2010, pág. 63).

Uno de los primeros autores en vislumbrar las nuevas formas de participación de las audiencias fue Henry Jenkins, académico estadounidense especializado en medios de comunicación, quien estudió en profundidad la “cultura fan”. Él observó que diversos individuos aficionados y amantes de ciertas temáticas y /o contenidos (como es el caso de la ciencia ficción y de la serie “Star Trek”) comenzaron a conformar una red de intercambio de información y de opinión, mucho antes inclusive, de la aparición de internet que estaba basada en ese interés común. Así, según Jenkins (2009) se comenzaron a conformar:

“Extensos grupos autoorganizados centrados en torno a la producción y el debate colectivos, así como a la propagación de significados, interpretaciones y fantasías en respuesta a

varios artefactos de la cultura popular contemporánea. Las comunidades de fans definen desde hace tiempo su pertenencia mediante afinidades más que ubicaciones” (Jenkins, 2009, pág. 165).

Asimismo, la irrupción de las nuevas tecnologías de información y de comunicación permitieron extender, acentuar e incrementar hasta límites inimaginados la relación que los miembros de la comunidad de fan mantenían entre sí y también con el contenido al cual tenían afinidad. En este sentido y, como asegura Jenkins (2009) en su libro, al recordar las palabras de la investigadora Nancy Baym:

“Un grupo grande de fans puede hacer lo que no puede hacer por sí solo ni siquiera el más comprometido de los fans: acumular, retener y volver a poner en circulación continuamente ingentes cantidades de información relevante. Los participantes [en las listas de Internet] ponen a disposición de todos los recursos para sacar más historia de los materiales, estimulando las interpretaciones de la telenovela y los placeres de muchos miembros.” (Jenkins, 2009, pág. 167)

A través de lo expuesto, se observa entonces que para analizar el comportamiento que tienen las audiencias en las redes sociales es necesario tener en cuenta al menos dos variables: la frecuencia de uso de éstas y la frecuencia de actividad en ellas. La primera dimensión permite entrever el contacto que el usuario posee con los contenidos que allí circulan mientras que la segunda pone el foco en el nivel de “engagement” o de participación que el usuario tiene con la plataforma social. Bajo este entrecruzamiento, es posible ver si los receptores de los contenidos poseen un papel activo, pasivo o una mezcla de ambos.

Para Igarza (2015), existen cuatro tipos de usuarios teniendo en cuenta su forma de consumo. Los *pasivos* son aquellos sujetos que rara vez se conectan pero que cuando lo hacen, realizan algún posteo. Por esta razón, poseen baja frecuencia de uso y bajo nivel de actividad. Los *voyeurs* son simplemente observadores que suelen tener una alta frecuencia de uso pero que

raramente publican algo sobre ellos mismos. Por esta razón, su nivel de actividad suele ser de los más bajos dentro de esta matriz de participación. A este tipo de usuario le siguen los *ocasionales* quienes se conectan esporádicamente respondiendo a un bajo nivel de frecuencia de uso, pero con un gran nivel de actividad, ya que cada vez que se ingresan a la plataforma, postean algún tipo de contenido. Finalmente, se encuentran los *adictos* quienes se ubican en el cuadrante superior de ambas variables ya que poseen alta frecuencia de uso y alta frecuencia de actividad.

Poniendo el foco en la variable tipo de *engagement*, Berrocal, Campos-Domínguez y Redondo (2014) confeccionaron una escala de participación del prosumidor que puede ser extrapolada y aplicada a otros casos. Basándose en la teoría de Jenkins, ellas estudiaron el Politainment¹⁵ consumido en Youtube relacionado a la participación de la Alcadesa de Madrid frente al Comité de los Juegos Olímpicos durante el año 2013. Así, detallaron que existían cuatro niveles incrementales de tipos de prosumidores.

El primero corresponde al *consumidor* y se determina a partir de que su accionar es observar y/o reproducir el contenido. El nivel siguiente es el del *fan* o *seguidor* y corresponde a aquellos usuarios que interaccionan con lo que están visualizando al darles “(no) me gusta” o compartir el contenido. El tercer tipo es el *comentarista* quien escribe debajo de cada post sus opiniones. Aquí muchas veces sucede que el comentario publicado no hace referencia al posteo original, sino que aparece como respuesta a otros textos escritos por otros usuarios que vieron también el contenido y escribieron al respecto. Así, muchas veces se van generando debates entre los mismos usuarios perdiendo como referencia el puntapié inicial que fue el post original. El

¹⁵Politainment: conjunción de los vocablos ingleses “Politics” y “Entertainment”. Este concepto que refiere a la representación de la realidad como espectáculo a través de los medios de comunicación

cuarto tipo de prosumidor es el *producer*. Se entiende a este último como el autor del posteo original y también, a aquel que publicó el mensaje o que lo produjo.

En este sentido, se puede entender este último tipo de usuario bajo la perspectiva de Lawrence Lessig (2008) en donde aparece como creador a partir de la remezcla o remix de contenidos previos. En palabras del autor:

“They remix, or quote, a wide range of “texts” to produce something new. These quotes, however, happen at different layers. Unlike text, where the quotes follow in a single line—such as here, where the sentence explains, “and then a quote gets added”—remixed media may quote sounds over images, or video over text, or text over sounds. The quotes thus get mixed together. The mix produces the new creative work—the “remix” ” (Lessig, 2008, pág. 69).

Para Lessig (2008), *“Remix is collage; it comes from combining elements of RO culture; it succeeds by leveraging the meaning created by the reference to build something new”* (Lessig, 2008, pág. 76). En este sentido, él explica que la aparición de internet extendió la posibilidad de “remixear” contenidos no solo gracias a los innumerables programas de edición que existen sino también, por el orden y la posibilidad de etiquetar a los mismos. Es decir, dentro del océano de contenidos que es la web, es posible encontrar un orden en él a través de las etiquetas que los mismos usuarios o autores de los contenidos les van agregando. Así, cualquier persona puede buscar determinado tema dentro de la web y encontrar en segundos todos los contenidos que existen relacionados a ese título o bajo esas palabras claves. Por otro lado, la forma en que aparecen ordenados está relacionada a la cantidad de links, recomendaciones y visitas que poseen ya que el buscador presupone que al ser uno de los contenidos más visitados, debería ser el más interesante y pertinente sobre ese tema.

Henry Jenkins (2009) refuerza esta idea y agrega que la posibilidad de generar un remix se logra gracias a la combinación de tres situaciones:

“1-Las nuevas herramientas y tecnologías permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos; 2-Una gama de subculturas promueve la producción mediática del «hazlo tú mismo», un discurso que condiciona el uso de esas tecnologías por parte de los consumidores; 3-Las tendencias económicas que favorecen los conglomerados mediáticos horizontalmente integrados fomentan el flujo de imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos y demandan tipos más activos de espectadores” (Jenkins, 2009, pág. 163).

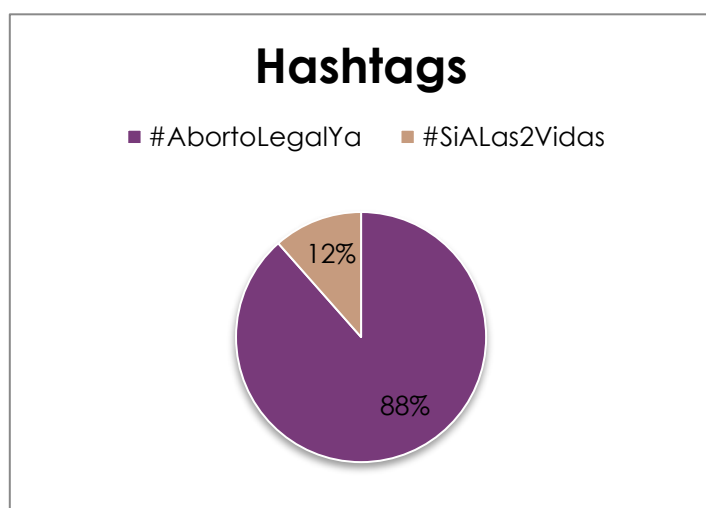
De esta forma y a diferencia de años anteriores, internet le ha otorgado facilidad, gratuidad y comodidad a la búsqueda de contenidos junto a la posibilidad de remezclarlos creando algo nuevo. En este sentido, el nivel de conocimiento que los usuarios deben tener para poder editar los contenidos es relativamente bajo ya que hoy en día existen un sinnúmero de programas de edición, junto a un sinnúmero de tutoriales en distintos formatos, de imagen, sonido, vídeo y texto que son accesibles para cualquier persona sin necesidad de contar con una alfabetización determinada en la temática. Así, hoy en día y gracias a las nuevas tecnologías, el remix y la (re)creación están al alcance de la mano de todos.

5. Desarrollo y análisis del trabajo de campo

El relevamiento permitió obtener un registro de 1077 memes. De ellos, 953 corresponden a #AbortoLegalYa, representando un 88,5%, y 124 a #SiALas2Vidas (un 11,5%). Por su parte, si distinguimos por plataforma social, el total de casos encontrados en Twitter fue de 189 en donde el 74,4% corresponde a #AbortoLegalYa (141 casos) y el 25,6% restante a #SiALas2Vidas (48 posts). En el caso de Instagram, el total fue de 888 publicaciones en donde el 91,4% fue de #AbortoLegalYa (812 publicaciones) y el 8,6% a #SiALas2Vidas (76 casos).

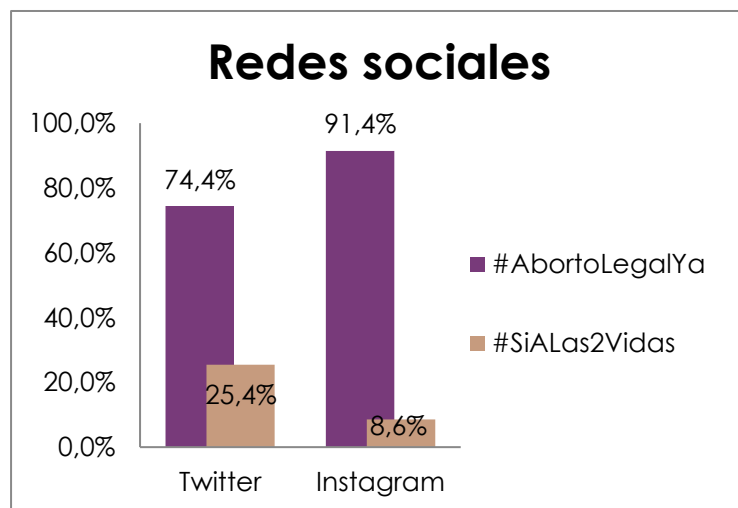
Analizando las cantidades, se puede observar que ambas posiciones enfocaron su comunicación prioritariamente en Instagram donde se registró la mayor cantidad de entradas. Si se analiza por etiquetas, se puede observar que del total de casos de #AbortoLegalYa, 85,2% se hizo a través de Instagram y 15,8% por Twitter. De la postura #SiAlas2Vidas el 61,3% se hizo vía Instagram y el 38,7% faltante por Twitter.

Gráfico 1: Distribución de publicaciones según hashtags



Fuente: elaboración propia

Gráfico 2: Distribución de publicaciones por redes sociales

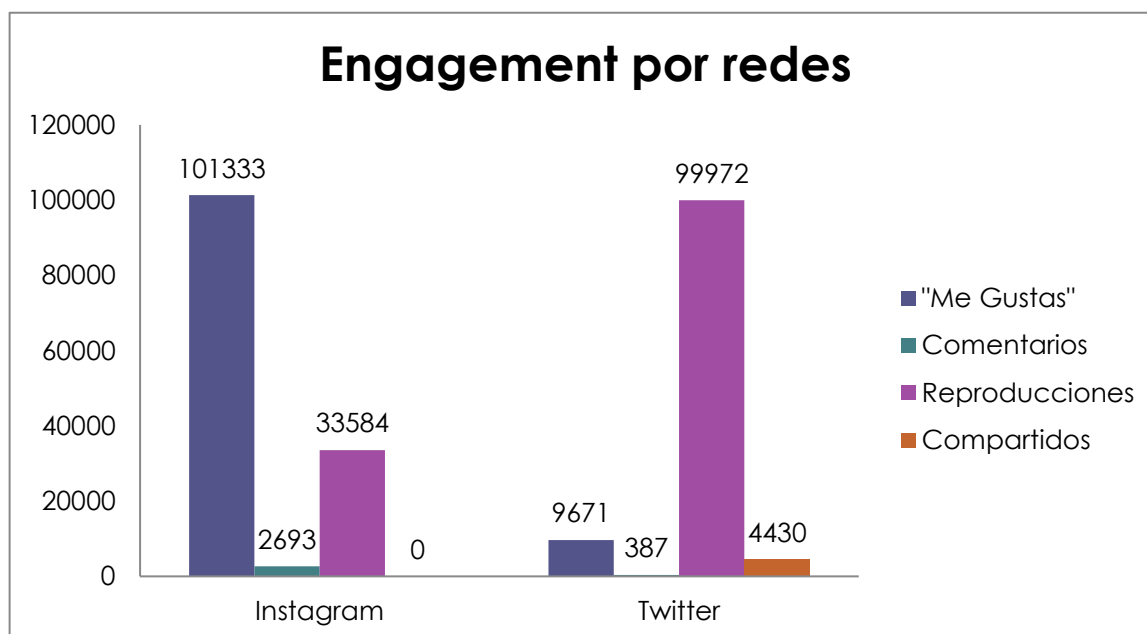


Fuente: elaboración propia

5.1 Plataforma de distribución: tipos de interacción más utilizados en cada red social y según cada hashtag

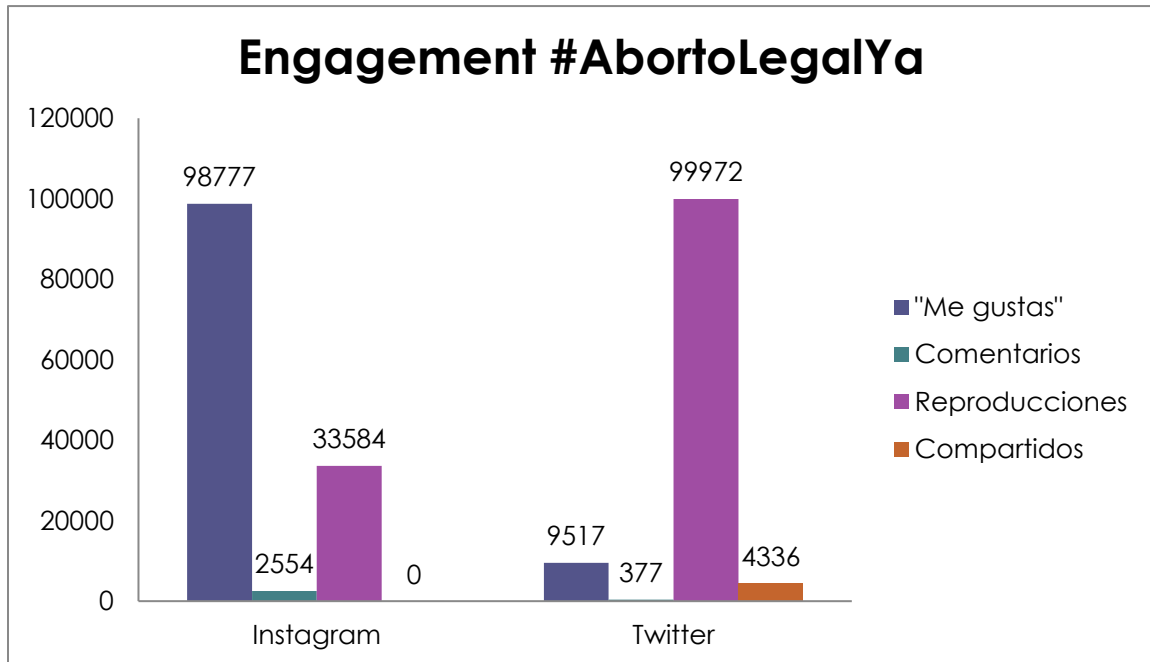
De la cantidad total de “Me gustas” que posee la muestra (111.004), 101.333 corresponde a Instagram (91,3%) y 9671 (8,7%) a Twitter. En cuanto a la cantidad de comentarios, del total de casos (3.080), 2.693 son de Instagram (87,4 %) y 387 de Twitter (12,6 %). Teniendo en cuenta la cantidad de reproducciones, se puede ver que del total 133.557, 33.584 se realizaron a través de Instagram (25,2 %) y 99.973 por Twitter (74,8 %). En cuanto a la cantidad de compartidos, los 4.430, es decir, el 100 % de los casos, se realizaron por Twitter ya que Instagram no posee esta herramienta.

Gráfico 3: Engagement por redes sociales



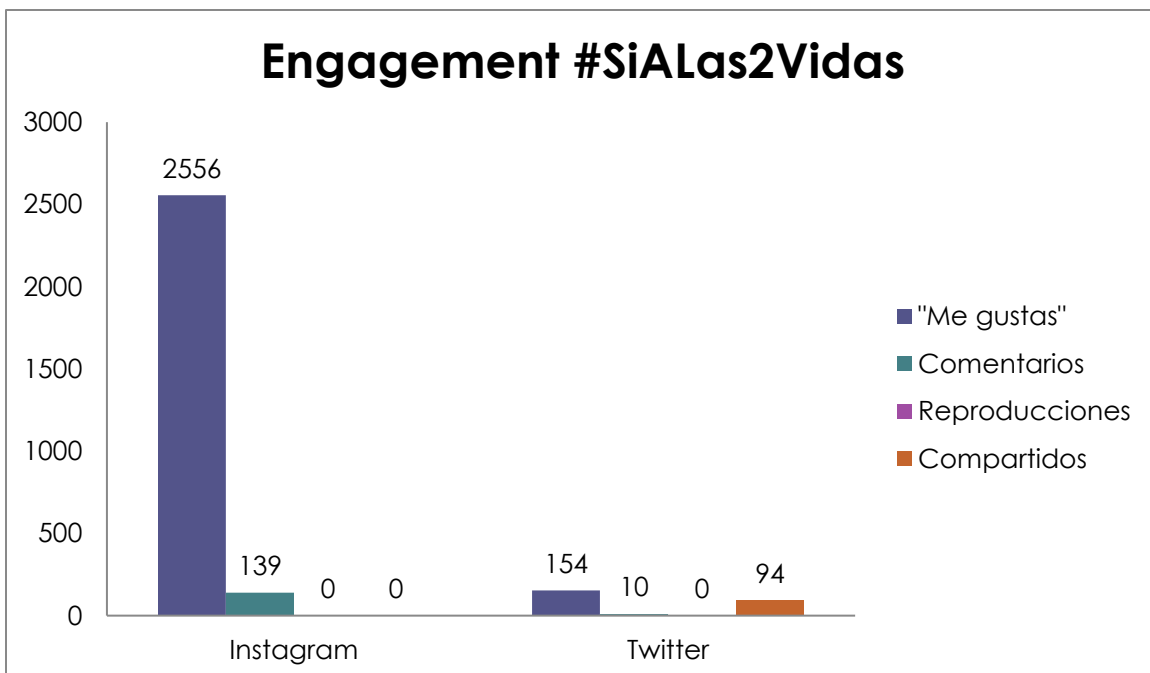
Fuente: elaboración propia

Gráfico 4: Engagement #AbortoLegalYa



Fuente: elaboración propia

Gráfico 5: Engagement #SiALas2Vidas



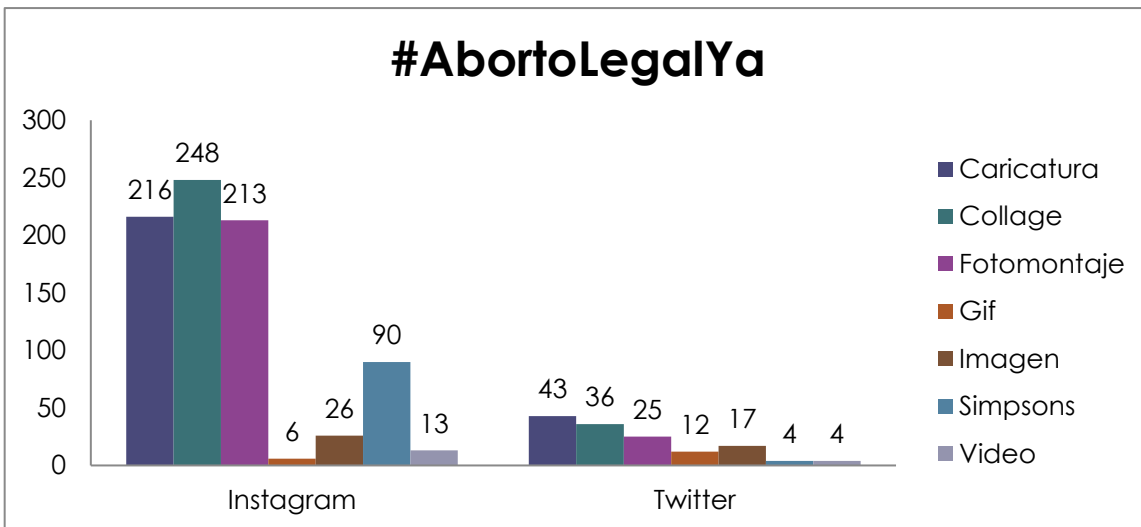
Fuente: elaboración propia

Analizando los gráficos antecedentes, se puede ver que los seguidores muestran mayor *engagement* en Instagram a través de la otorgación de “Likes”. En el caso de Twitter, los usuarios prefieren visualizar videos antes de que dar “me gustas” u otro tipo de acción a la publicación. Si se focaliza la relación con los seguidores teniendo en cuenta las etiquetas, se puede observar que dentro de #AbortoLegalYa, lo que más se vio en Instagram fue la cantidad de “likes” y en Twitter la cantidad de reproducciones que tenía el tweet. En cambio, bajo la órbita de #SiALas2Vidas, tanto en Instagram como en Twitter, la reacción de los seguidores con los contenidos publicados se dio mayormente a través de los “me gustas”.

5.2 Tipos de narración y estéticas: uso de los formatos, contenidos y reacciones según cada etiqueta temática

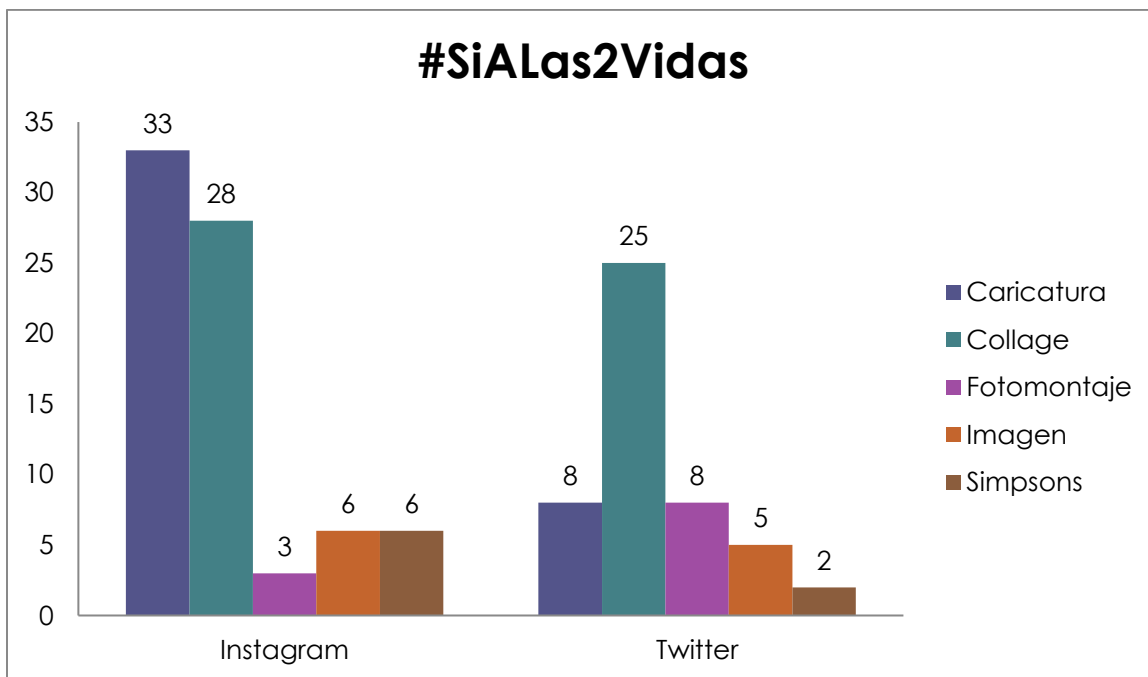
Analizando los contenidos propiamente dichos, se observa que la etiqueta #AbortoLegalYa trabajó los siete formatos: Caricatura, Collage, Fotomontaje, Gif, Imagen, Simpsons y Vídeo. En el caso de #SiAlas2Vidas, sólo se utilizaron cinco categorías de formato (Caricatura, Collage, Fotomontaje, Imagen y Simpson). En este último caso, no se encontró ningún meme que sea dinámico, es decir, un Gif o un vídeo.

Gráfico 6: Formatos #AbortoLegalYa



Fuente: elaboración propia

Gráfico 7: Formatos #SiALas2Vidas

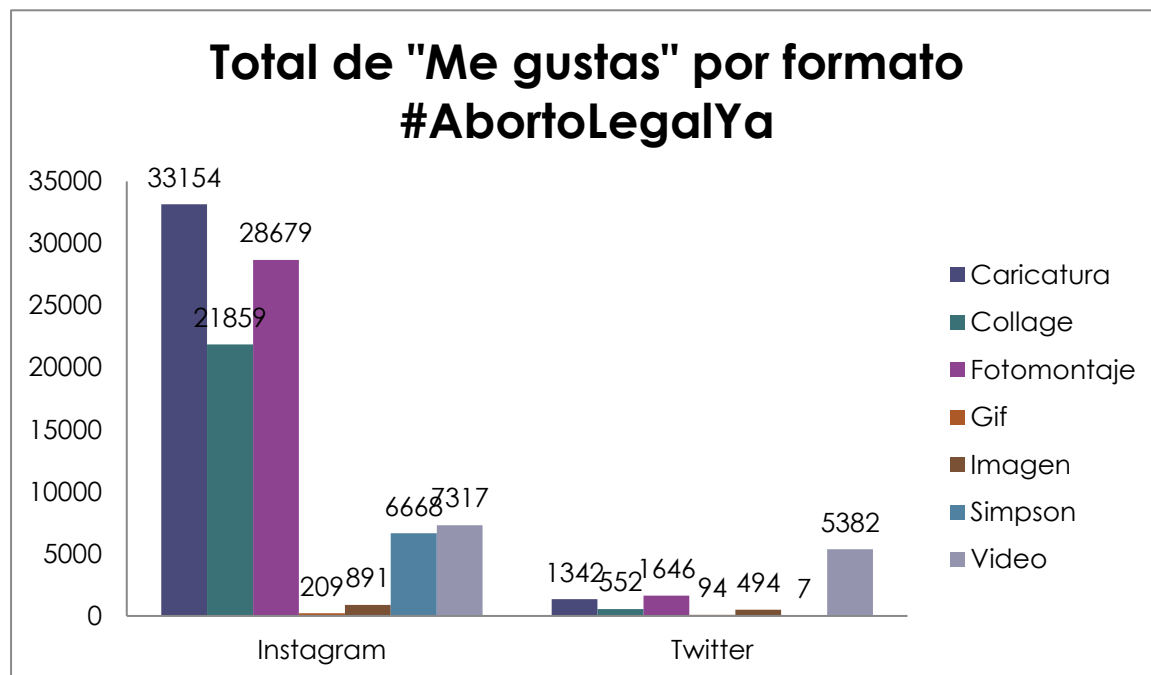


Fuente: elaboración propia

Analizando los gráficos anteriores, se puede observar que el formato más utilizado bajo la categoría #AbortoLegalYa dentro de Instagram fue el Collage y en Twitter, la Caricatura. Bajo la

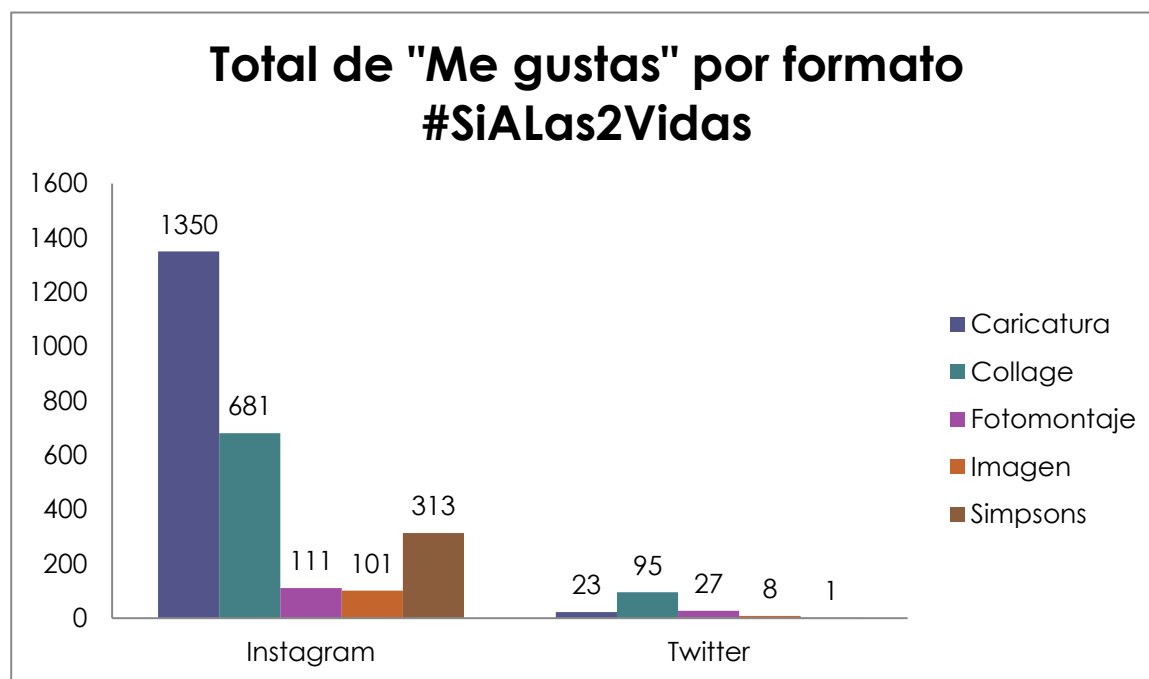
etiqueta #SiALas2Vidas, en Instagram el formato más usado fue la Caricatura y en Twitter, el Collage. De esta forma se puede ver que, durante el debate por la legalización del aborto, se presentó una comunicación invertida entre ambas posturas en relación a qué formato utilizar más en cada red social.

Gráfico 8: “Me gustas” por formato #AbortoLegalYa



Fuente: elaboración propia

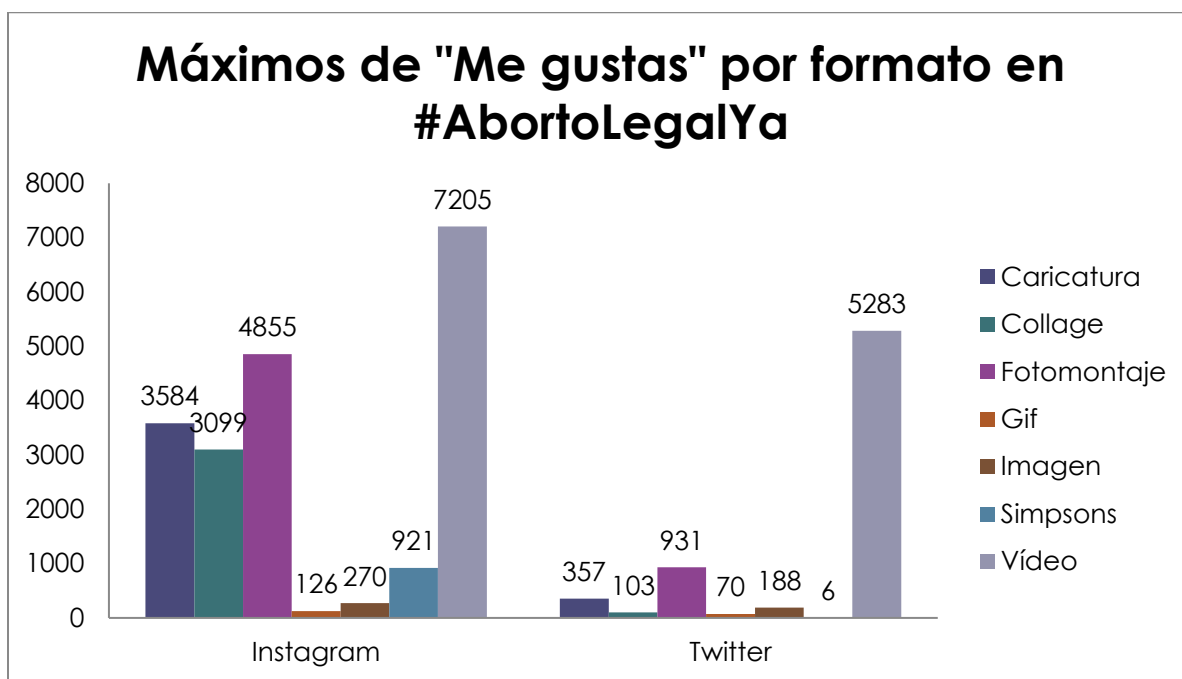
Gráfico 9: “Me gustas” por formato #SiALas2Vidas



Fuente: elaboración propia

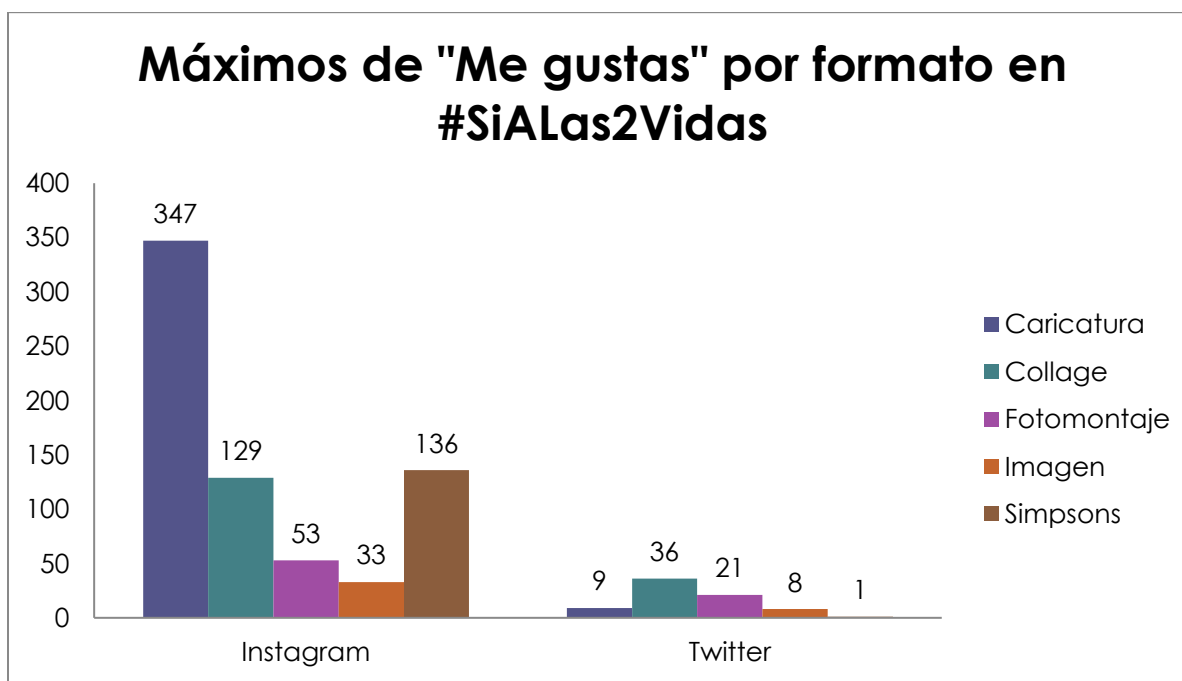
Si sumásemos todos los “me gustas” que hubo por tipo de formato publicado, veríamos que en #AbortoLegalYa el caso que más obtuvo en Instagram fue el de las Caricaturas y en Twitter, el Vídeo. En el caso de #SiALas2Vidas, el formato que más “Likes” consiguió también fue el de las Caricaturas mientras que en Twitter correspondió al Collage. Sin embargo, cuando se analiza cuáles fueron las publicaciones que más “me gustas” obtuvieron se observa que bajo la etiqueta de #AbortoLegalYa, tanto en Instagram como en Twitter la publicación que más rindió corresponde al formato Vídeo obteniendo 7205 “Likes” en Instagram y 5283 “me gustas” en Twitter. En el caso de #SiALas2Vidas, la publicación que más “Likes” tuvo en Instagram fue el de una Caricatura (347) y en Twitter un Collage (36).

Gráfico 10: Máximos de “Me gustas” por formato en #AbortoLegalYa



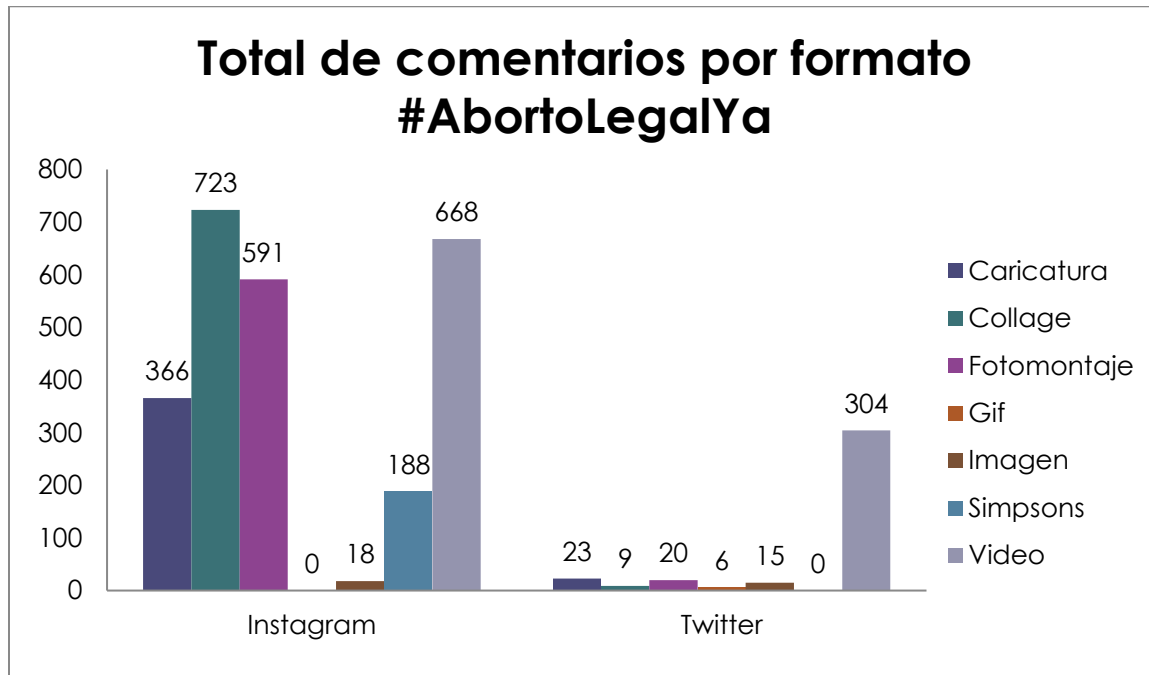
Fuente: elaboración propia

Gráfico 11: Máximos de “Me gustas” por formato en #SiALas2Vidas



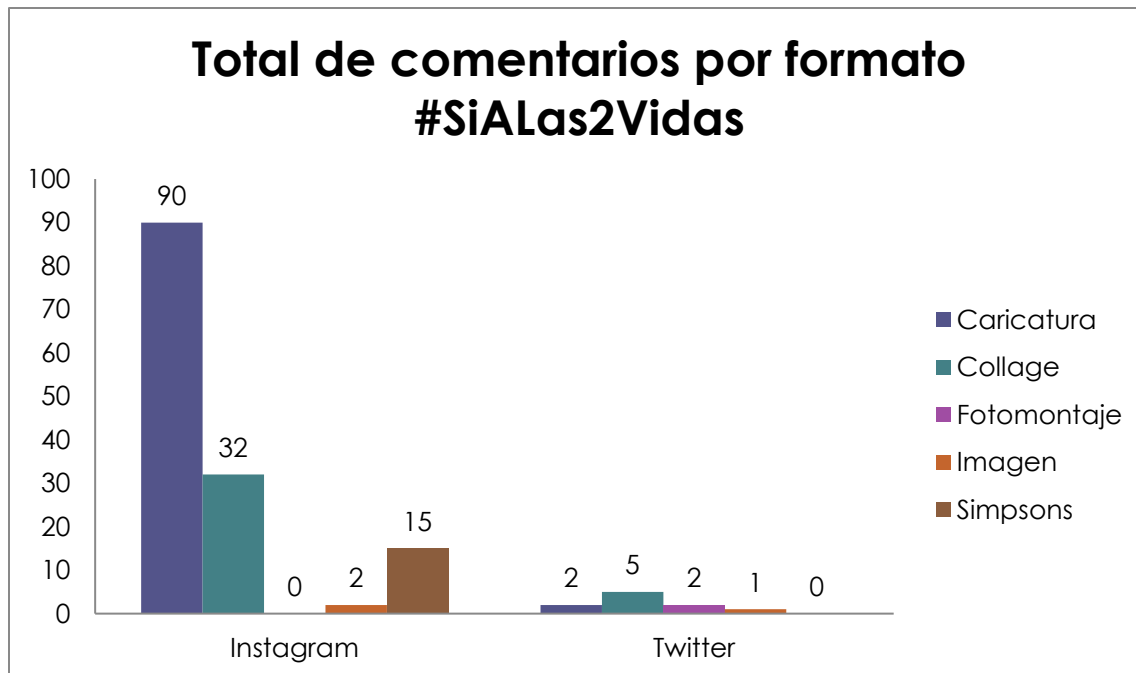
Fuente: elaboración propia

Gráfico 12: Comentarios por formato #AbortoLegalYa



Fuente: elaboración propia

Gráfico 13: Total de comentarios por formato #SiALas2Vidas

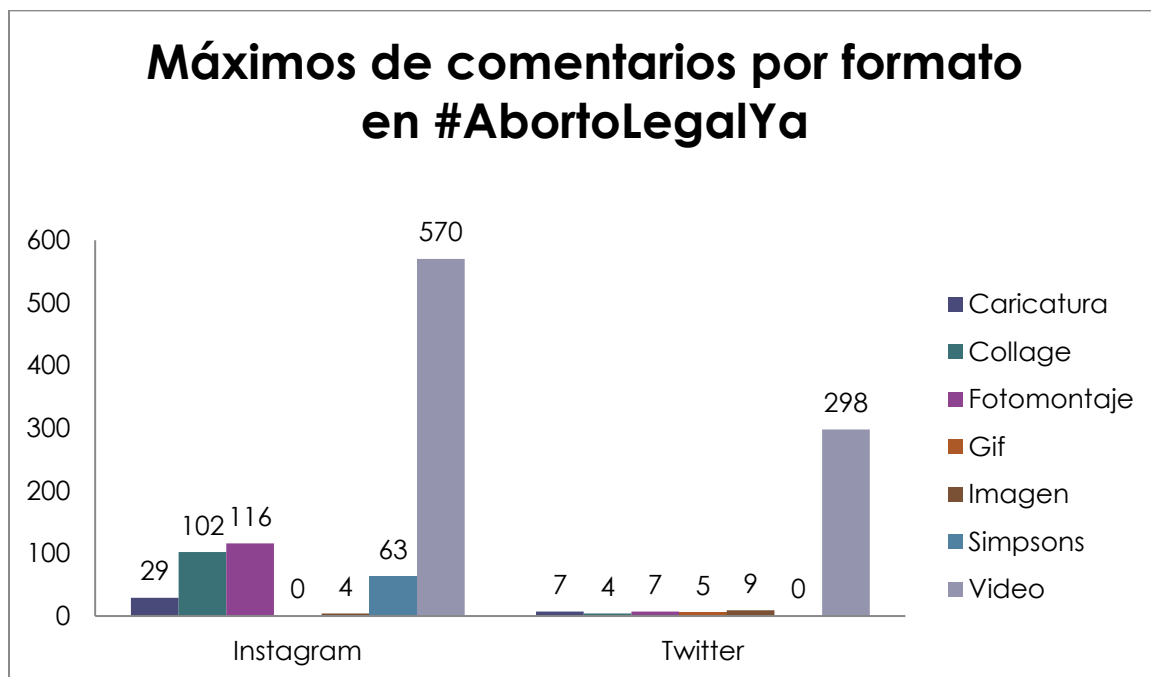


Fuente: elaboración propia

En el caso de los comentarios, se puede ver que, si se suman todos los comentarios que hubo bajo el paraguas #AbortoLegalYa, el formato que más obtiene en Instagram es el Collage y en Twitter, el de Vídeo. En #SiALas2Vidas, sucede lo mismo que en el caso de los “me gustas” ya que los formatos de Caricatura (en Instagram) y de Collage (en Twittter) son los que poseen mayor cantidad de comentarios.

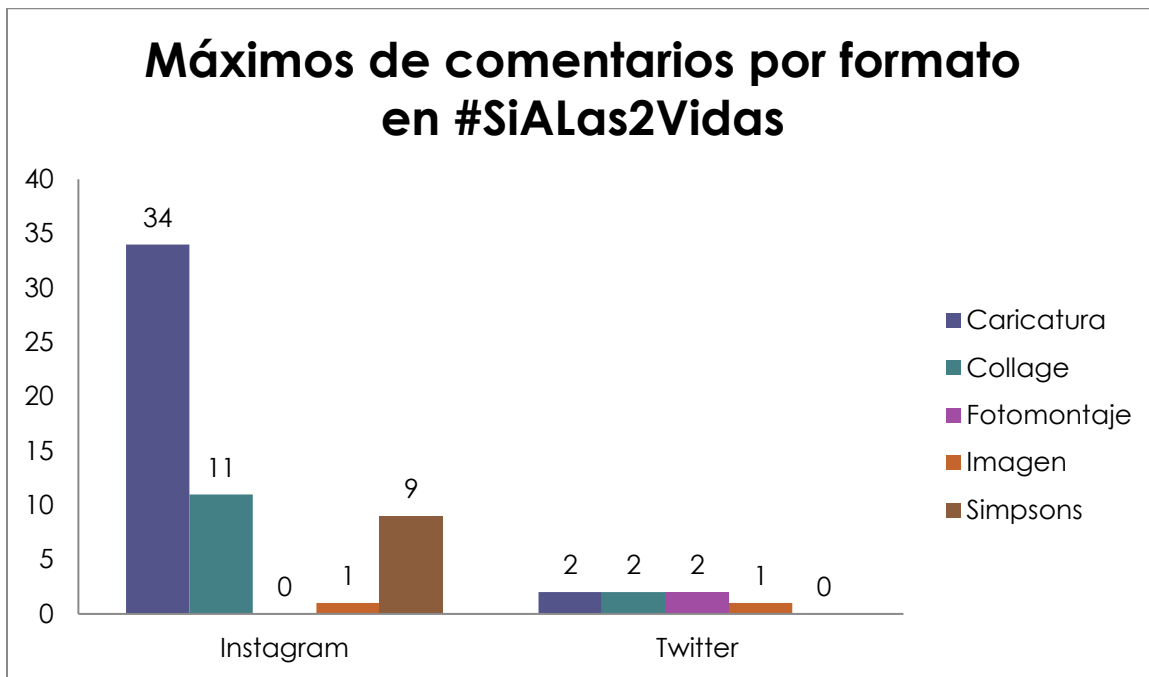
Cuando se analizan los máximos comentarios que posee cada formato, se observa que en #AbortoLegalYa, tanto en Instagram como en Twitter, el Vídeo es el que lleva el primer puesto. En #SiALas2Vidas, se replica en parte lo mismo que sucedía en los máximos de los “Likes” ya que, en Instagram la publicación que posee la máxima cantidad de comentarios es una Caricatura. En Twitter, tres formatos comparten el podio de la mayor cantidad de comentarios: la Caricatura, el Collage y el Fotomontaje.

Gráfico 14: Máximos de comentarios por formato en #AbortoLegalYa



Fuente: elaboración propia

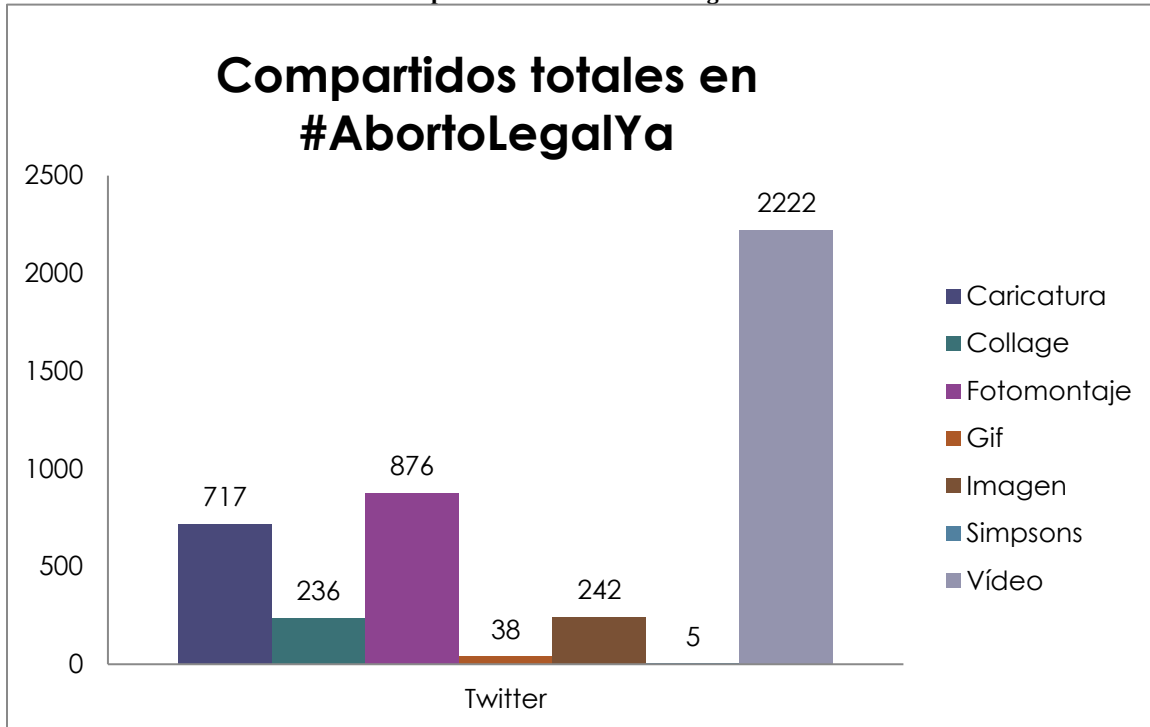
Gráfico 15: Máximos de comentarios por formato en #SiALas2Vidas



Fuente: elaboración propia

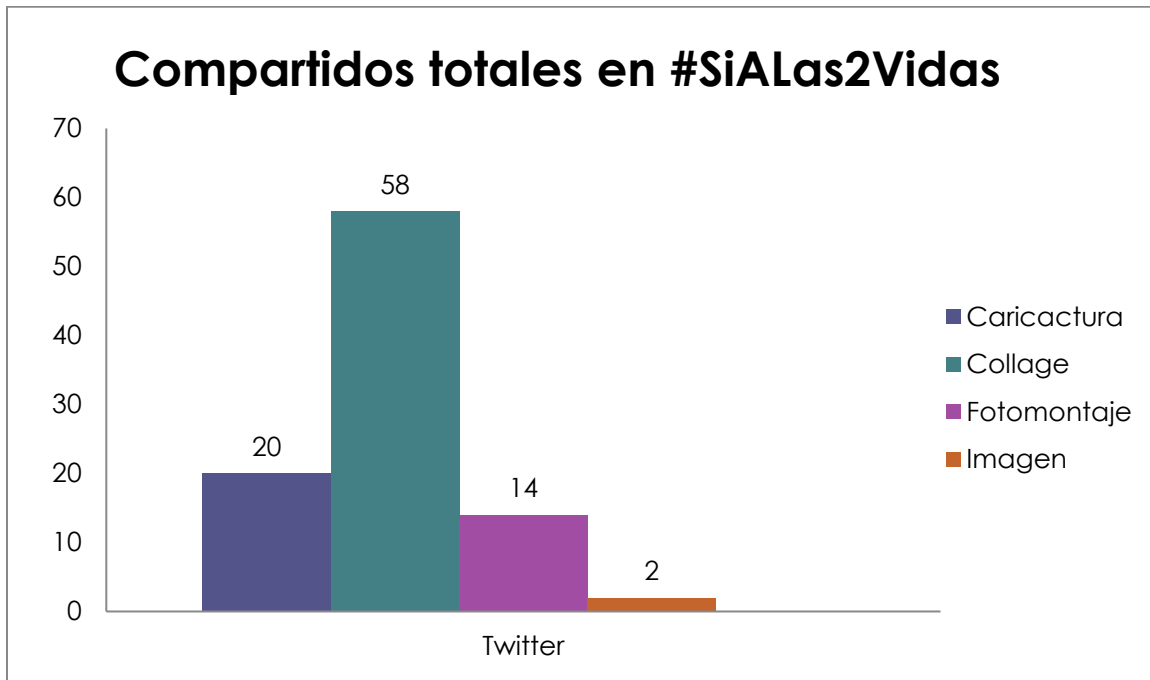
Como se advirtió oportunamente, la categoría de “compartidos” solo está propuesta dentro de la plataforma de Twitter. Por esta razón, solo se pudo medir este indicador en esta red social. En este sentido, se pudo observar que en el caso de #AbortoLegalYa, si sumamos la cantidad de compartidos totales, el formato que más obtiene es el de Vídeo. En el caso de #SiALas2Vidas, el formato que más compartidos tiene es el Collage. En el caso de las publicaciones con máximos compartidos, en #AbortoLegalYa corresponde también al formato Vídeo con 2183 compartidos y en #SiALas2Vidas, al Collage con 27.

Gráfico 16: Compartidos totales #AbortoLegalYa



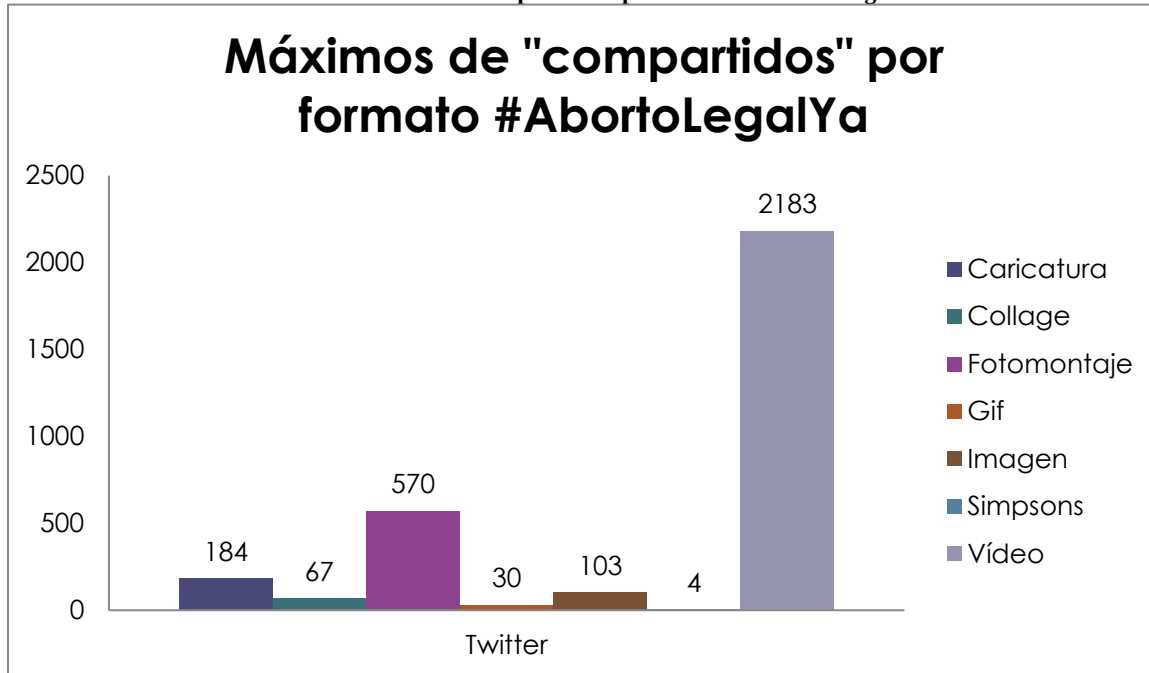
Fuente: elaboración propia

Gráfico 17: Compartidos totales #SiALas2Vidas



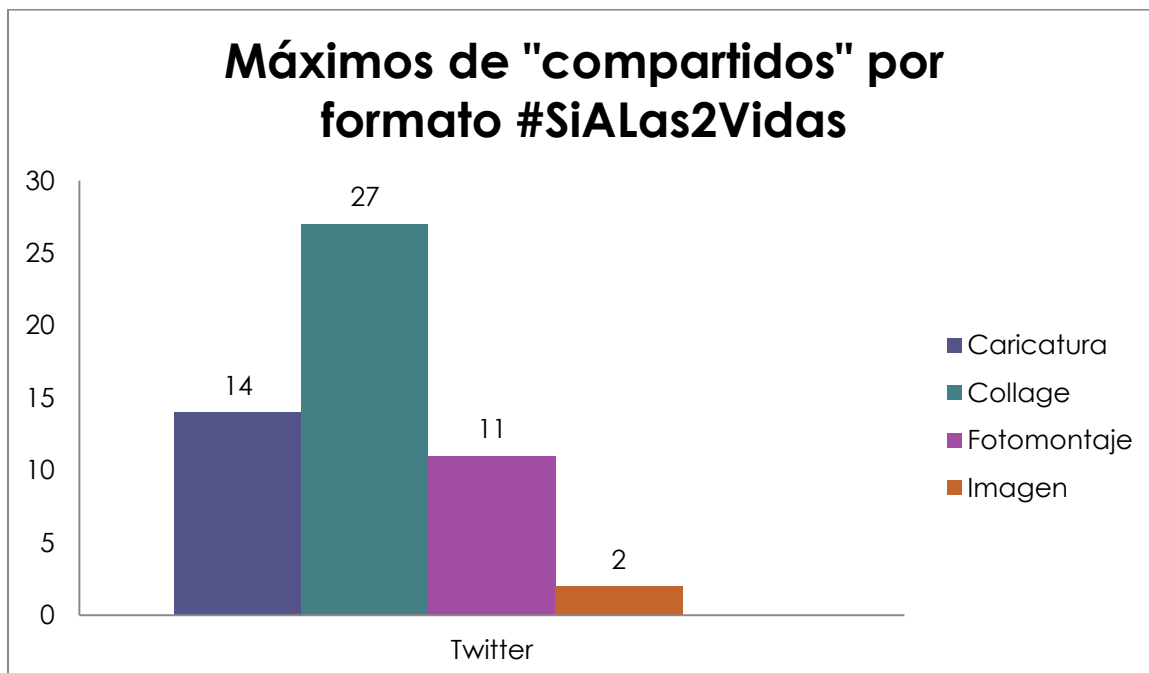
Fuente: elaboración propia

Gráfico 18: Máximos de "compartidos" por formato #AbortoLegalYa



Fuente: elaboración propia

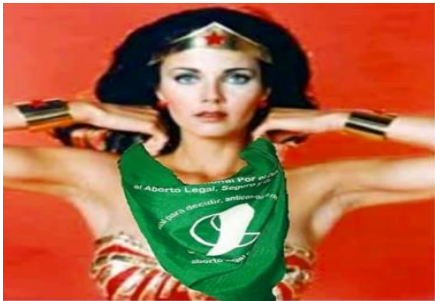
Gráfico 19: Máximos de compartidos por formato #SiALas2Vidas

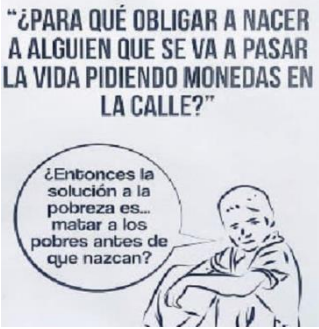


Fuente: elaboración propia

Con respecto a las narraciones propiamente dichas que se transmiten en los memes, se pudo distinguir un abanico de treinta categorías diferentes. Se puede ver en la siguiente tabla los tipos observados junto con su explicación y un ejemplo de cada uno de ellos:

Tabla 1: categorías de contenido

Categoría	Descripción	Ejemplo
“Dice mi mamá...”	Distintos mensajes que comienzan con la frase “dice mi mamá”. Lo une la misma identidad visual que muestra a la misma niña siendo la emisora del mensaje.	 Ilustración 22: “Dice mi mamá” (lulydibuja, 2018)
Movimiento proaborto	Contenidos realizados con una clara postura a favor de la legalización de la IVE. Incluye, entre otras imágenes, aquellas que muestran a famosos con pañuelos verdes, preguntas retóricas sobre la temática y la cuenta regresiva para que salga la ley.	 Ilustración 23: Wonder Women proaborto (sofiafraga_, 2018)

¿Aborto como solución?	Discurso provida en donde se cuestiona que el aborto sea la solución a todo. Proponen opciones como la adopción. Se preguntan qué más se planteará en el futuro en el caso de no buscar soluciones intermedias.	 Ilustración 24: ¿Aborto como solución? (@Sooybeel, 2018)
Aborto	Incluye todo lo que implica el aborto entendido como problemática a resolver. Incluye también la visión provida del aborto como negocio y el beneficio que obtienen las empresas.	Cuando un pro aborto clandestino nos quiere evangelizar y vos tipo  Ilustración 25: Aborto (lascitasdemariana, 2018)
¿Qué se considera vida?	Ironía de lo que se considera la vida.	 Ilustración 26: ¿Qué se considera vida? (interseccionalidadmemes, 2018)
Aborto en Latinoamérica	Comparación de la Argentina con distintos países de Latinoamérica en relación con la legalización del aborto	alguien que les informe que el aborto en Uruguay es legal desde el 2012 Translate Tweet  Ilustración 27: Aborto en Latinoamérica (baggiomultifruta_, 2018)

Adoctrinamiento

Adoctrinamiento de niños



Ilustración 28: Adoctrinamiento

(@locuradivina6, 2018)

Argentina con aborto legal

Argentina como país donde el aborto es legal



Ilustración 29: Argentina con aborto legal

(nadimcomics, 18)

Ciencia vs. ideología

Discurso de la ciencia vs. el discurso basado en la ideología.



Ilustración 30: Ciencia vs. ideología

(rocio_acevedo.91, 2018)

¿Cuándo se considera que el feto es niño?	Semanas de desarrollo y momento en el que el feto pasa a ser considerado niño.	JUEGO DIFICILÍSIMO PARA LA GENTE PROVIDA. Cuál de todas las imágenes es la de un Bebé?  Ilustración 31: ¿Cuándo se considera que el feto es niño? (braigves, 2018)
Debate	Debate de los senadores. Incluye los discursos y las situaciones ocurridas durante las exposiciones en las comisiones.	 Ilustración 32: Debate (@TamaraVitelli, 2018)
Derecho a la vida vs. derecho sobre el propio cuerpo	¿Cuál de los dos derechos en pugna es más importante?	 Ilustración 33: Derecho a la vida vs. derecho sobre propio cuerpo (feministaa.abortera, 2018)
Derecho animal vs. derecho humano	Discurso que argumenta que los animales poseen más derechos que los bebés	

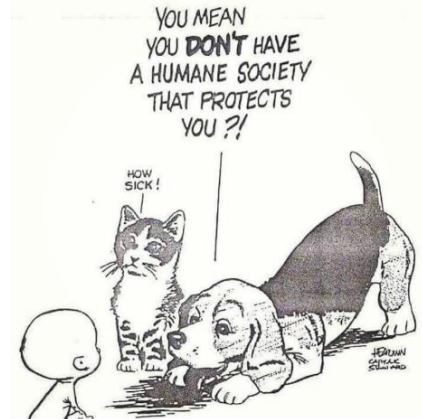


Ilustración 34: Derecho animal vs. derecho humano

(@anabella9619, 2018)

Dichos

Discursos de distintas personas públicas que llamaron la atención de las audiencias y que dieron pie a la creación de memes.



Ilustración 35: Dichos

(debosg, 2018)

Discursos provida

Argumentos usados por el grupo provida para justificar la negación al aborto



Ilustración 36: Discursos provida

(adlerwappen, 2018)

Embarazo deseado vs. embarazo no deseado

Poder de elección de la mujer



Ilustración 37: Embarazo deseado vs. no deseado
(hoguerafeminista, 2018)

Escándalo Vidal

Posición de María Eugenia Vidal sobre el aborto.



Ilustración 38: Escándalo Vidal

(srcasimiro, 2018)

Farmacias de la Dra. Aborto

Parodia de las farmacias del Dr. Ahorro



Ilustración 39: Farmacias de la Dra. Aborto

(fuerzagraf, 2018)

Feminismo	Empoderamiento femenino. Lucha por la adquisición de derechos e igualdad para la mujer	 Ilustración 40: Feminismo (micuerpo.mibatalla, 2018)
Feto	Son todas aquellas imágenes que muestran fetos	 Ilustración 41: Feto (sol_despeinada, 2018)
Iglesia- Estado	Discursos que hablan sobre la necesidad de separación de la Iglesia y el Estado.	¡Defendamos la familia tradicional !  Ilustración 42: Iglesia- Estado (abrilesvioleta, 2018)
Ironía sobre la discusión	Memes que tratan sobre la temática general y se burlan de ella sin tomar una	

posición específica al respecto.



Ilustración 43: Ironía sobre la discusión

(egoistic.mmm, 2018)

Kirchnerismo

Cambio de postura del kirchnerismo y de Cristina F. de Kirchner ante la discusión.



Ilustración 44: Kirchnerismo

(_ruben_dario_, 2018)

LGBTIQ

Temáticas LGBTIQ



Ilustración 45: LGBTIQ

(antizurditxs., 2018)

Movimiento provida

Caracterización y crítica al movimiento provida



Ilustración 46: Movimiento pro vida (feminista.cool, 2018)

Mundial

Utilización del mundial de Rusia 2018 para explicar la situación de los distintos países con relación a la legalización del aborto



Ilustración 47: Mundial

(igualdata, 2018)

Provida vs. proaborto

Pensamiento que representan las distintas generaciones

CUANDO TÚ TÍA DICE QUE TODOS LOS BEBÉS SON UNA BENDICIÓN



Ilustración 48: Provida vs. proaborto

(cari.russo, 2018)

Patriarcado

Muestra la inexistencia de una igualdad real entre los derechos del hombre y de la mujer



Ilustración 49: Patriarcado

(mofisecuri, 2018)

Preservativo	Uso y función del profiláctico	
Proaborto	Caracterización del grupo a favor de la legalización del aborto según el grupo provida.	

Ilustración 50: Preservativo

(feministaparadise, 2018)

Ilustración 51: Proaborto

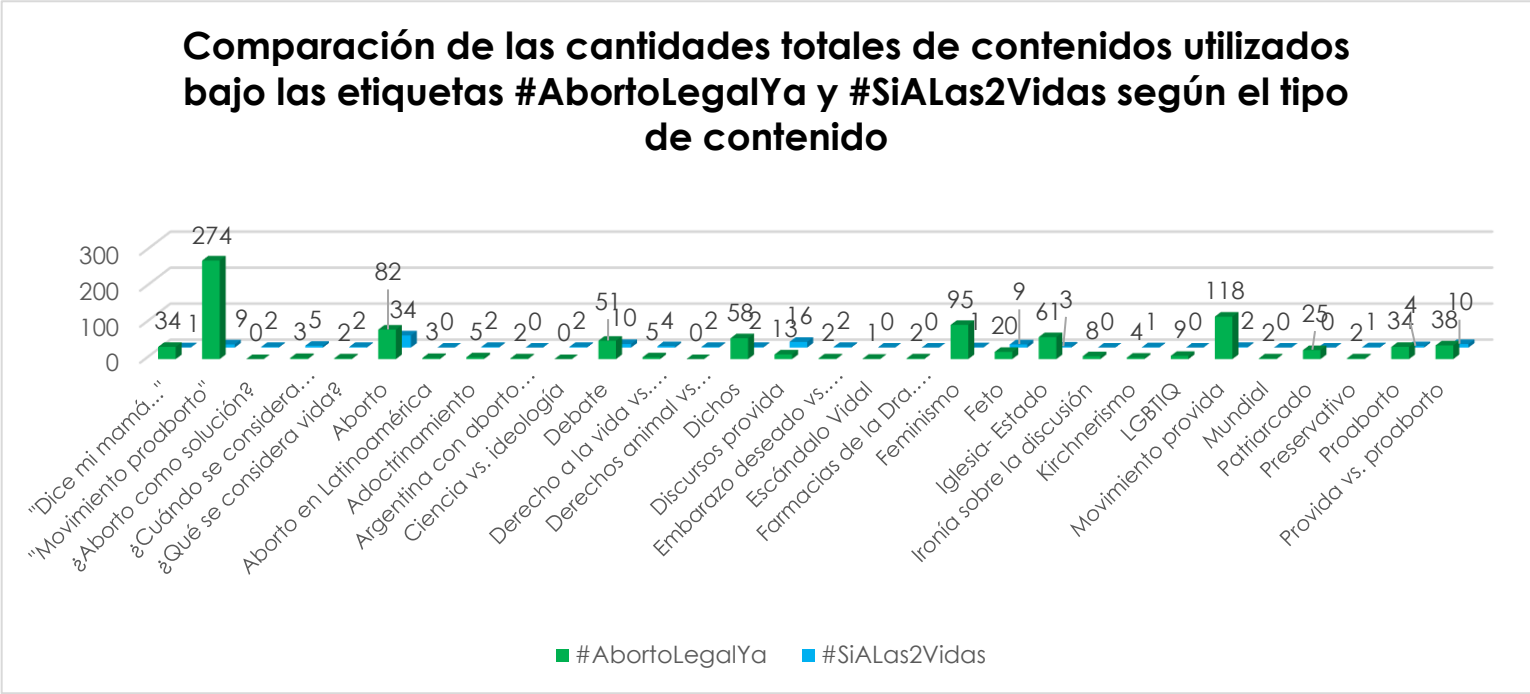
(por_un_chile_unido, 2018)

Fuente: elaboración propia

Tomando en cuenta todas las publicaciones realizadas en ambas redes sociales y desglosándolas por tipo de hashtag y por tipo de contenido, se puede observar que la categoría “Aborto” fue la más competitiva entre ambas etiquetas presentando #AbortoLegalYa con 82 memes y #SiALas2Vidas con 34. A pesar del desbalance numérico, ésta fue la categoría que mostró cifras más cercanas entre sí. A la vez, se puede observar que #AbortoLegalYa tuvo su pico máximo bajo el tipo de contenido denominado “Movimiento proaborto”, definido en la tabla anterior, (con 274 publicaciones) mientras que #SiALas2Vidas bajo “Aborto” (con 34 casos). Se

observa también que la única categoría en la cual #SiALas2Vidas superó la cantidad de contenido que presentó #AbortoLegalYa fue “Discursos provida” mostrando 16 memes bajo la primera etiqueta vs. los 13 casos presentados por la segunda.

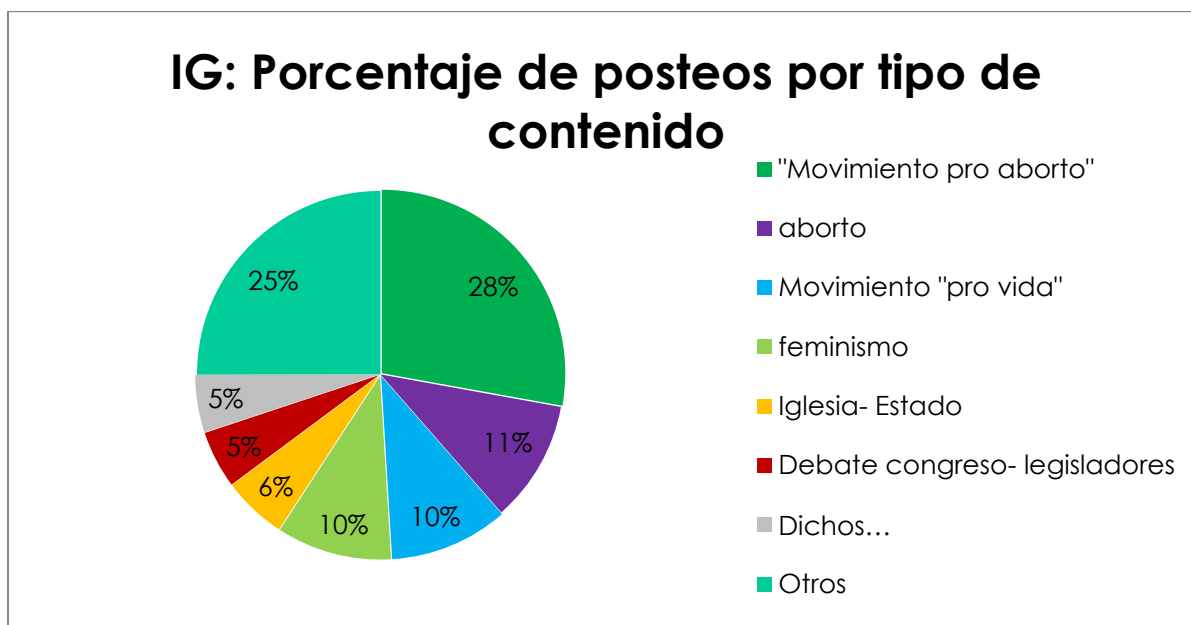
Gráfico 20: Comparación de las cantidades totales de contenidos utilizados bajo las etiquetas #AbortoLegalYa y #SiALas2Vidas según el tipo de contenido



Fuente: elaboración propia

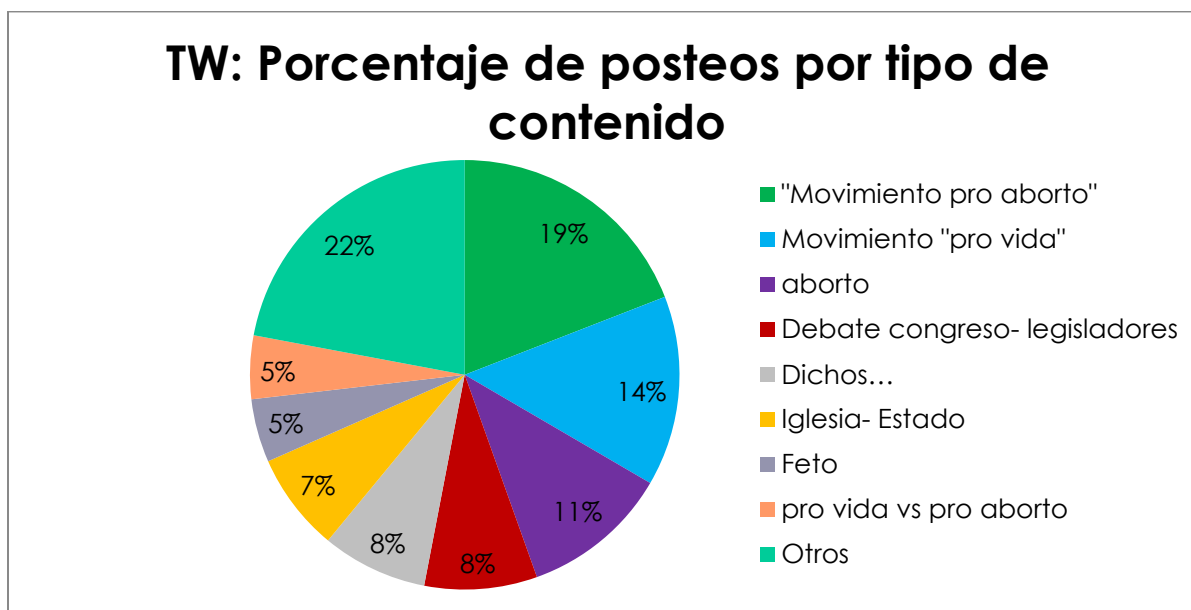
Analizando los datos, también se pudo observar que la categoría que tuvo mayor cantidad de publicaciones tanto en Instagram como en Twitter fue el “Movimiento proaborto” representando el 28%, con 247 posteos, en la primera red y el 19%, con 36 posteos, en la segunda. Por otra parte, los contenidos que menos se publicaron en Instagram fueron el “Escándalo Vidal” (1) y las “Farmacias de la Dra. Aborto”. En el caso de Twitter, siete fueron las categorías con menor cantidad de posteos: “Farmacias de la Dra, Aborto” (1); “Ironía sobre la discusión” (1); “Kirchnerismo” (1); “LGBTIQ” (1); “Patriarcado” (1); “Preservativo” (1) y “Proaborto” (1).

Gráfico 21: Porcentaje de posts por tipo de contenido en Instagram



Fuente: elaboración propia

Gráfico 22: Porcentaje de posts por tipo de contenido en Twitter



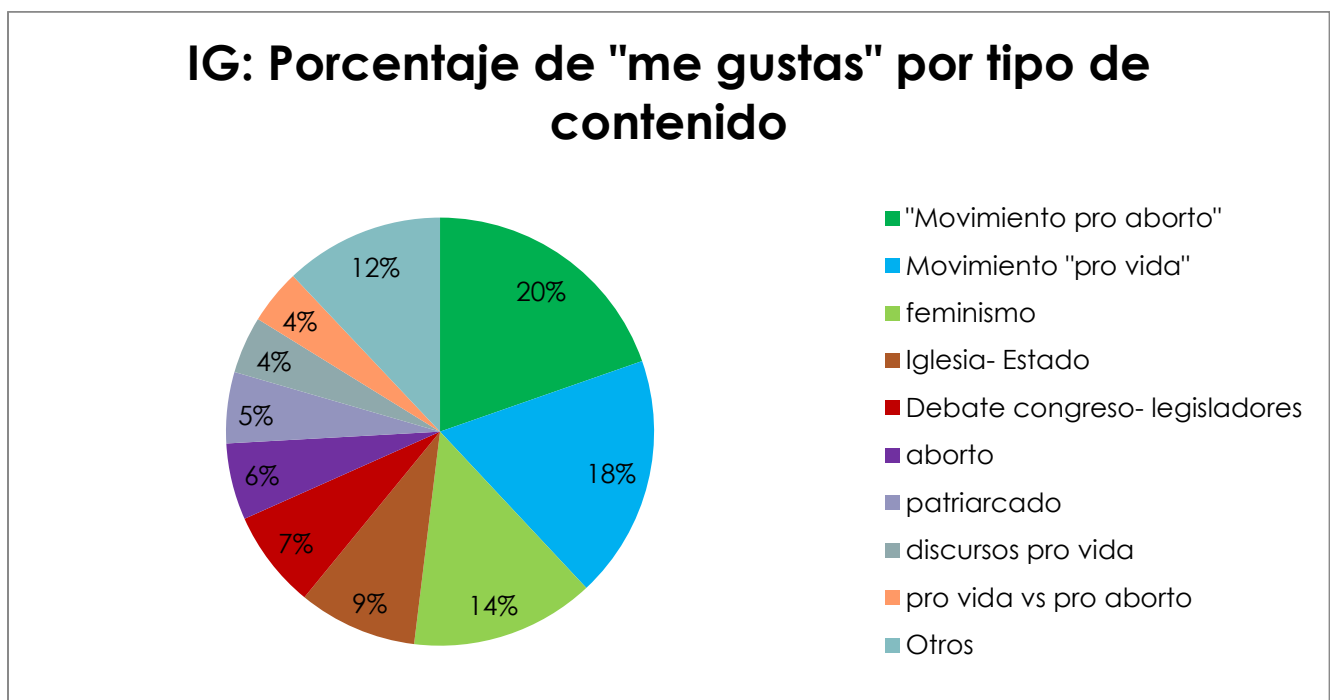
Fuente: elaboración propia

Analizando las categorías de contenido, se observó que había ciertas temáticas que se trataban en una red social pero que no se abordaban en la otra. Así, observamos que en Instagram no aparecían las categorías “Aborto como solución” ni “Derecho animal vs. derecho humano”

cuando sí figuraban en Twitter. A la inversa, también se pudo constatar que las siguientes categorías sí aparecían en Instagram, pero no tenían lugar en Twitter: “Aborto en Latinoamérica”, “Argentina con aborto legal”, “Ciencia vs. ideología”, “Embarazo deseado vs. no deseado”, “Escándalo Vidal” y “Mundial”.

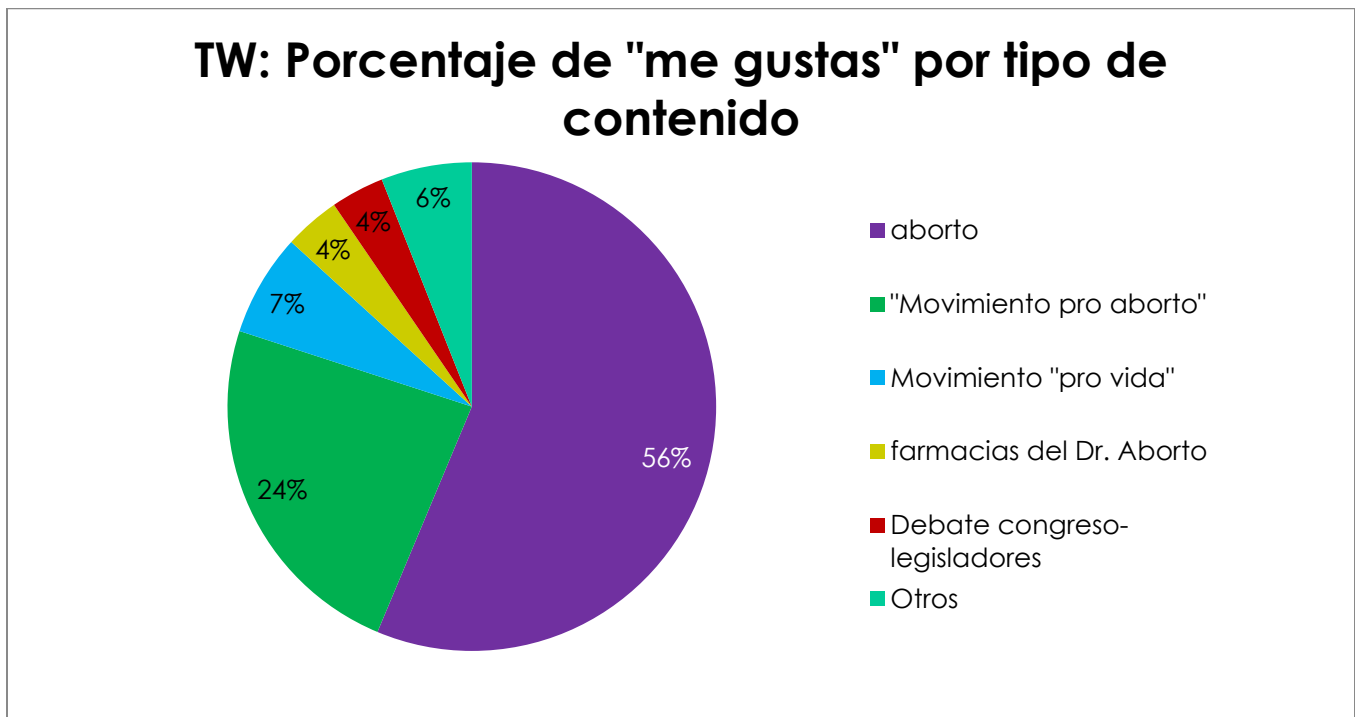
En cuanto a las repercusiones que tuvieron las distintas categorías, se pudo observar que la que más “me gustas” obtuvo en Instagram fue la de “Movimiento proaborto”, la cual llegó a obtener un total de 19.834 “Likes” representando el 20% del total. En el caso de Twitter, la categoría que más obtuvo fue la de “Aborto” con 5.440 llegando a ser el 56% de la muestra. Los contenidos que menos “Likes” tuvieron fue el “Adoctrinamiento” en Instagram (solo obtuvo 14 “me gustas”) y “Proaborto”, “LGBTIQ” e “Ironía de la discusión” en Twitter ya que no obtuvieron ningún “me gusta”.

Gráfico 23: Porcentaje de "me gustas" por tipo de contenido en Instagram



Fuente: elaboración propia

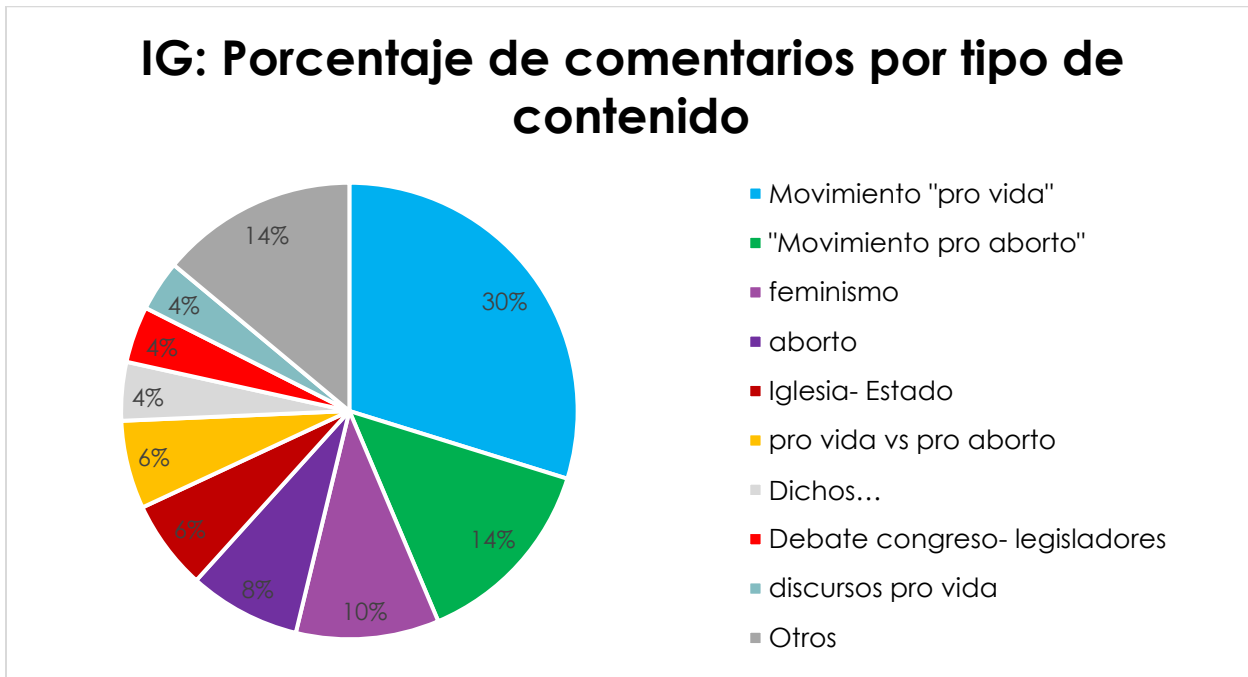
Gráfico 24: porcentaje de "me gustas" por tipo de contenido en Twitter



Fuente: elaboración propia

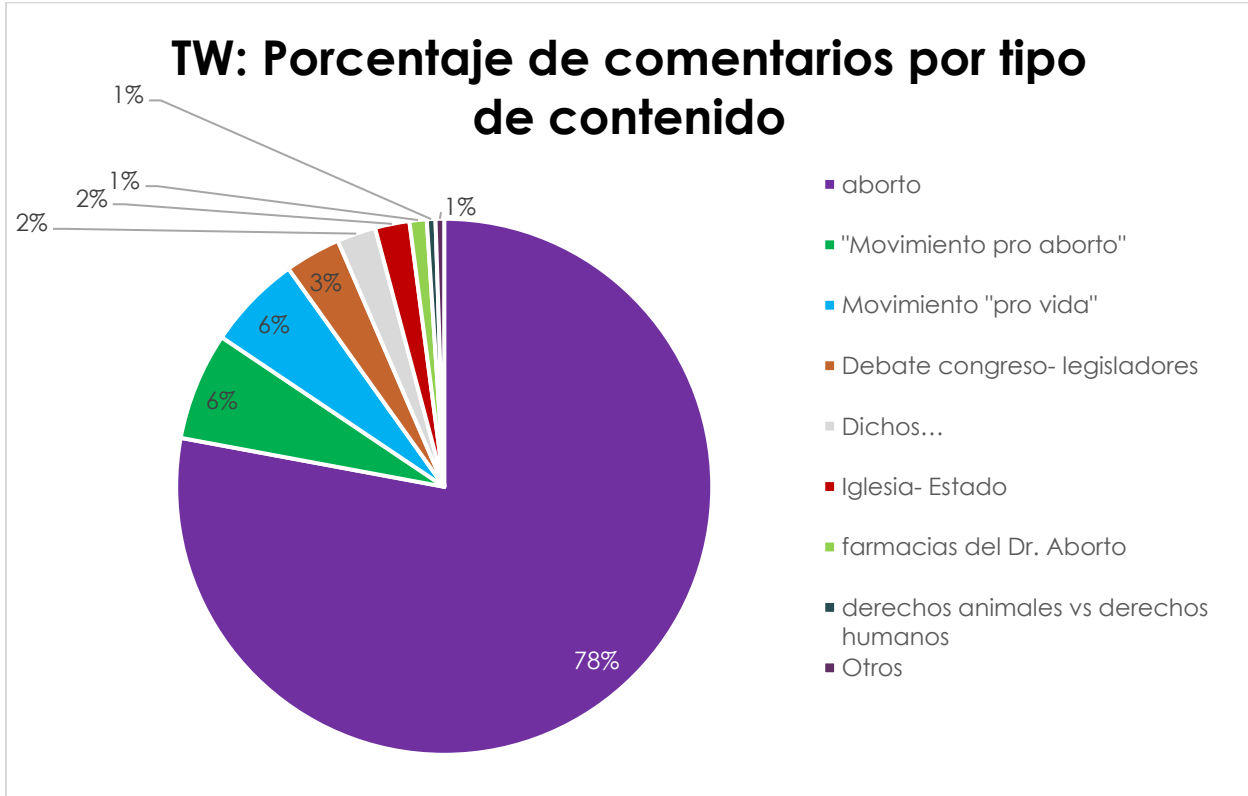
Poniendo el foco en la cantidad de comentarios, se pudo ver que la categoría que más obtuvo en Instagram fue la del “Movimiento provida” con 805 comentarios totales llegando a representar el 30% del total. En el caso de Twitter, fue el de la temática “Aborto” con un total de 300 comentarios siendo el 78% de la muestra. Aquellas categorías que no generaron ningún tipo de comentario fueron el “Adoctrinamiento” y el “Escándalo Vidal” en Instagram y “Dice mi mamá...”, “¿Aborto como solución?”, “¿Cuándo se considera que el feto es niño?”, “Derecho a la vida vs. derecho a decidir”, “Discursos pro vida”, “Ironía sobre la discusión”, “Kirchnerismo”, “LGBTIQ”, “Patriarcado”, “Preservativo”, “Proaborto”, y “Provida vs. proaborto” en Twitter.

Gráfico 25: Porcentaje de comentarios por tipo de contenido en Instagram



Fuente: elaboración propia

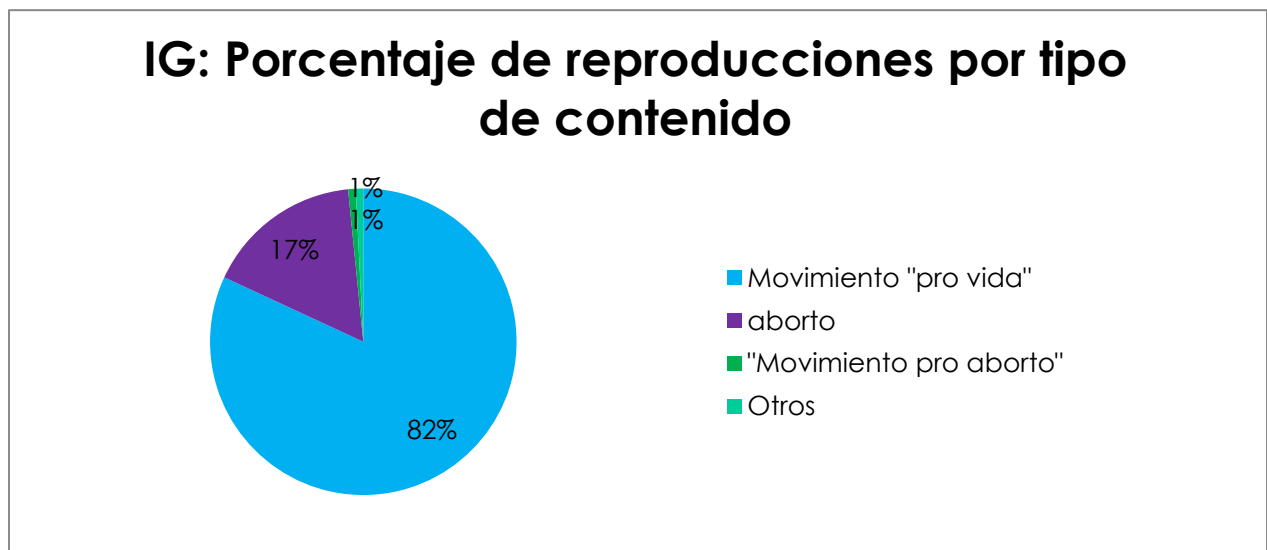
Gráfico 26: Porcentaje de comentarios por tipo de contenido en Twitter



Fuente: elaboración propia

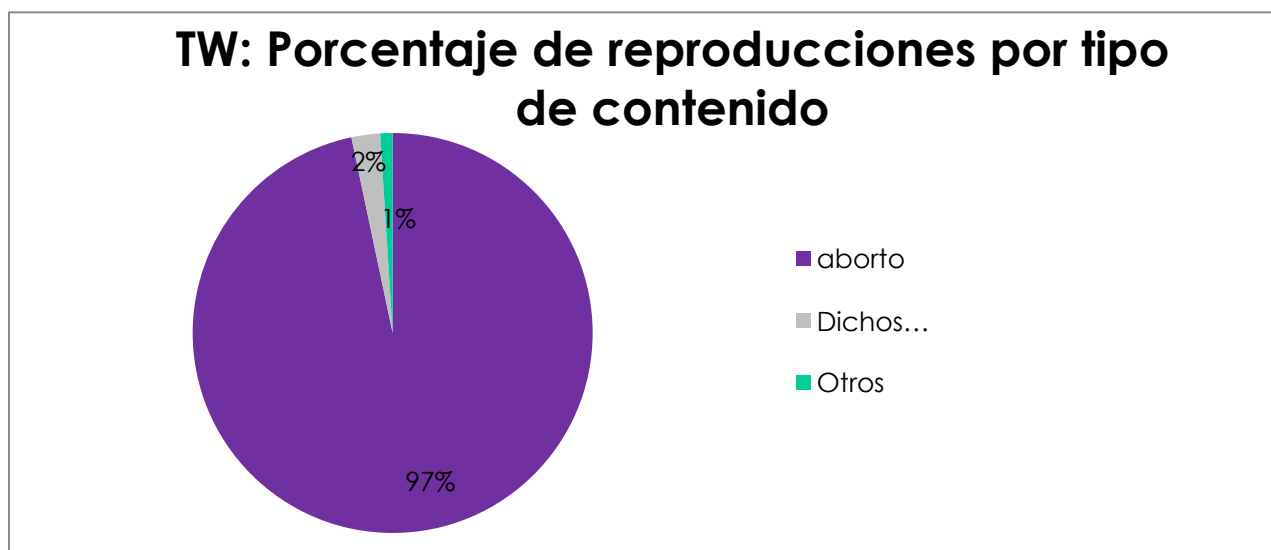
En cuanto a la cantidad de reproducciones, el tipo de contenido más visto en Instagram fue el “Movimiento provida” con un total de 27.509 reproducciones llegando a representar el 82% del total. En Twitter fue la temática “Aborto” con 97.100 visualizaciones siendo el 97% del total. Lo que menos se reprodujo en Instagram fue el “Movimiento proaborto” con tan solo 230 visualizaciones y el “Movimiento provida” en Twitter con 487.

Gráfico 27: Porcentaje de reproducciones por tipo de contenido en Instagram



Fuente: elaboración propia

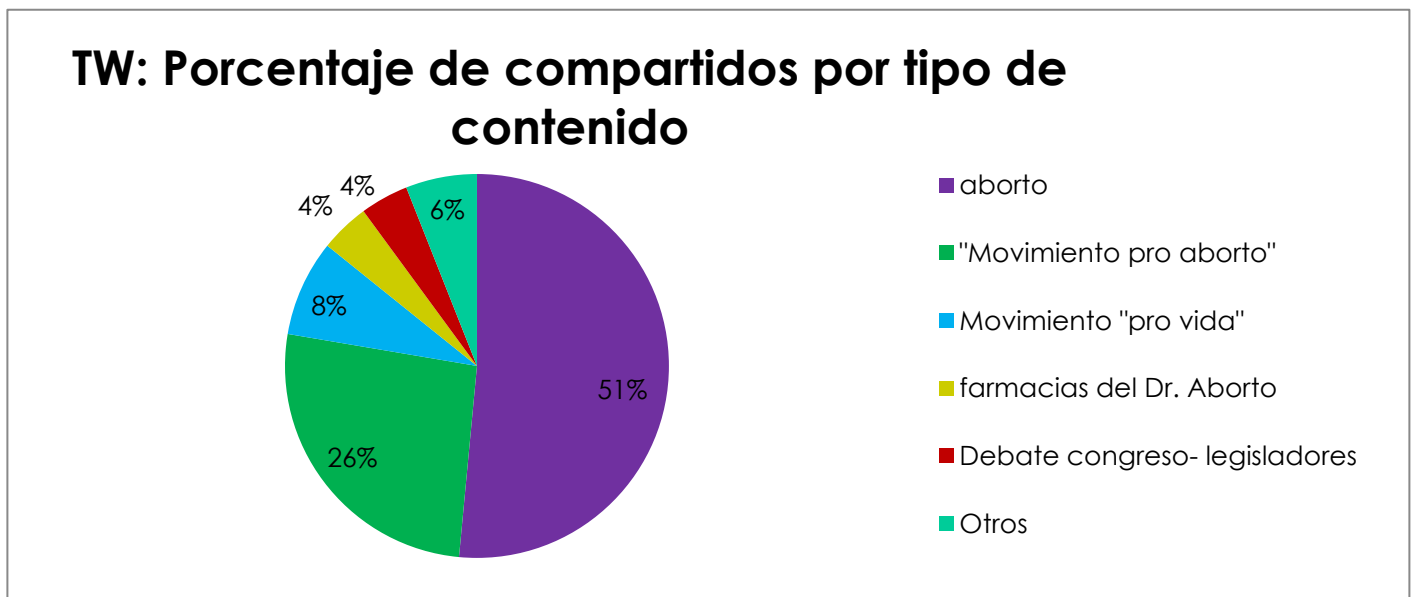
Gráfico 28: Porcentaje de reproducciones por tipo de contenido en Twitter



Fuente: elaboración propia

Con respecto a los compartidos en Twitter, se observó que “Aborto” fue la categoría que más se difundió (2.280 compartidos totales representando el 51% del total) mientras que las categorías de “¿Cuándo se considera que el feto es niño?”, “Ironía sobre la discusión”, “Kirchnerismo”, “LGBTIQ”, “Patriarcado” y “Proaborto” fueron las que menos se transmitieron ya que no tuvieron ningún compartido.

Gráfico 29: Porcentaje de compartidos por tipo de contenido en Twitter



Fuente: elaboración propia

Tabla 2: reacciones por tipo de contenido

Categorías de contenido	Cantidad de publicaciones hechas	Cantidad de me gustas	Cantidad de reproducciones	Cantidad de compartidos	Cantidad de comentarios
Instagram					
"Dice mi mamá..."	28	1062	0	0	25
"Movimiento proaborto"	247	19834	267	0	374
¿Cuándo se considera que el feto es niño?	5	196	0	0	37
¿Qué es vida?	2	667	0	0	10
Aborto	95	5845	5544	0	214
Aborto en Latinoamérica	3	29	0	0	2
Adoctrinamiento	4	14	0	0	0
Argentina con aborto legal	2	156	0	0	7
Ciencia vs. ideología	2	80	0	0	2
Debate congreso-legisladores	45	7477	0	0	108
Derecho vida vs. derecho a decidir	7	1788	14	0	23
Dichos	45	3416	35	0	112
Discursos provida	21	4355	50	0	97
Embarazo deseado vs. no deseado	4	1083	0	0	22
Escandalo Vidal	1	25	0	0	0
Farmacias del Dr. Aborto	1	19	0	0	1
Feminismo	90	14041	0	0	274
Feto	20	620	0	0	27
Iglesia- Estado	50	9067	61	0	172
Ironía sobre la discusión	7	55	0	0	1
Kirchnerismo	4	35	0	0	2
LGBTIQ	8	341	0	0	57
Movimiento "provida"	93	18543	27509	0	805
Mundial	2	129	0	0	2
Patriarcado	24	5428	0	0	56
Preservativo	2	110	0	0	1
Proaborto	37	2739	104	0	93
Provida vs. proaborto	39	4179	0	0	169

Subtotal IG	888	101333	33584	0	2693
Categorías de contenido	Cantidad de publicaciones hechas	Cantidad de me gustas	Cantidad de reproducciones	Cantidad de compartidos	Cantidad de comentarios
Twitter					
"Dice mi mamá..."	7	42	0	12	0
"Movimiento proaborto"	36	2289	46	1159	25
¿Aborto como solución?	2	3	0	2	0
¿Cuándo se considera que el feto es niño?	3	1	0	0	0
¿Qué es vida?	2	36	0	27	1
Aborto	21	5440	97100	2280	300
Adoctrinamiento	3	5	0	6	1
Debate congreso-legisladores	16	341	0	180	13
Derecho vida vs. derecho a decidir	2	7	0	5	0
Derechos animales vs. derechos humanos	2	21	0	11	2
Dichos	15	142	2326	70	9
Discursos provida	8	86	0	44	0
Farmacias del Dr. Aborto	1	357	0	184	4
Feminismo	6	89	0	24	1
Feto	9	103	0	42	1
Iglesia- Estado	14	31	13	16	8
Ironía sobre la discusión	1	0	0	0	0
Kirchnerismo	1	3	0	0	0
LGBTIQ	1	0	0	0	0
Movimiento "provida"	27	653	487	359	22
Patriarcado	1	1	0	0	0
Preservativo	1	3	0	1	0
Proaborto	1	0	0	0	0
Provida vs. proaborto	9	18	0	8	0
Subtotal TW	189	9671	99972	4430	387
Total general	1077	111004	133556	4430	3080

Fuente: elaboración propia

5.3 Influenciadores: alcance versus eficiencia en la transmisión del mensaje

Analizando las cuentas o perfiles que se expresaron sobre esta temática, se pudo constatar que 566 de ellos publicaron en Instagram mientras que 180 lo hicieron en Twitter. Si sumásemos todos los seguidores que posee el conjunto de cuentas que postearon sobre la discusión del aborto, estaríamos frente a un universo de 4.019.351 personas que fueron impactadas sobre algún mensaje relacionado a la discusión. Ahora bien, ¿quiénes influyeron realmente en sus seguidores?

Para responder a dicha pregunta, se tuvo en cuenta el rendimiento del posteo. Es decir, todas aquellas acciones que realizaron los seguidores con respecto a esa publicación: “Likes”, compartidos, reproducciones y comentarios.

Analizando los datos, se pudo ver que el “*top ten*” de los influenciadores de la temática fueron: 1) @teleSurtv con 1.540.000 seguidores, 2) soyverollinas con 255.000 seguidores, 3) @Lubertino con 121.000 seguidores, 4) aantonegra con 99.375 seguidores, 5) @VLlinas con 69.400 seguidores, 6) @revistaanfibia con 63.400 seguidores, 7) @TodoNegativo con 62.000 seguidores, 8) línea_peluda con 51.800 “followers”, 9) @izquierdadiario con 51.000 “followers” y 10) La Izquierda Diario con 50.800 seguidores. A la vez, se pudo constatar que casi la mitad de las cuentas correspondía a Instagram y el resto, a Twitter. Esto se puede observar fácilmente ya que las cuentas que corresponden a esta última red social poseen delante un “@” que las identifica.

@teleSURtv, la cuenta con mayor cantidad de seguidores que twitteó sobre este tema, publicó un collage sobre Pepe Mujica¹⁶ bajo el hashtag #AbortoLegalYa. Su rendimiento fue de 16 “Likes”, 9 compartidos y ningún comentario.

Poniendo el foco en las publicaciones que tuvieron mejor rendimiento, se observó que el vídeo con mayor cantidad de reproducciones corresponde a la cuenta de @VLlinas, usuaria ubicada en el quinto lugar del podio de influenciadores. Su tweet, publicado el 15 de julio bajo el hashtag #AbortoLegalYa, fue visto 97.100 veces, tuvo 5.283 “me gustas”, 298 comentarios y 2.183 compartidos. Este último número llevó también a que este posteo fuese el que más compartidos obtuvo dentro del relevamiento realizado.

Resulta interesante destacar que el posteo que tuvo mayor cantidad de comentarios corresponde también al mismo influenciador (Verónica Llinas) sólo que, en este caso, fue a través de su cuenta de Instagram. En este sentido es importante observar que Verónica Llinas ocupa la primera mitad del podio con sus dos cuentas. Su usuario en Instagram la llevó a ocupar el segundo lugar de la lista ya que logró alcanzar a 255.000 seguidores y con su usuario en Twitter (@VLlinas) obtuvo el quinto lugar con 69.400 “followers”, es decir, aproximadamente un 27% de su capital de seguidores en Instagram.

El usuario soyverollinas realizó un video que fue publicado el 28 de julio, es decir 13 días después de haber difundido el anterior en su cuenta de Twitter. Este nuevo vídeo también lo mostró bajo el hashtag #AbortoLegalYa. Este post registró 570 comentarios, suma máxima de este indicador que se observó en el estudio. En cuanto al resto de los indicadores, la cantidad de “me gustas” que obtuvo fue de 7.205 y 27.379 reproducciones. Este posteo fue también la publicación que más “Likes” obtuvo del relevamiento realizado.

¹⁶ Ver <https://twitter.com/teleSURtv/status/1020298278414372864>

Analizando los datos, se propuso encontrar qué influenciador había logrado mayor eficiencia en la transmisión de los mensajes a sus seguidores. Para ello, se confeccionó una “tasa de eficiencia” que, sin pretensiones de matematizar, buscaba encontrar un indicador que agrupara las distintas dimensiones de análisis y facilitara un orden jerárquico sobre el poder de acción que había tenido cada influenciador en sus audiencias. Si bien esta ecuación es provisional y requiere de futuros testeos y desarrollos, no pretendió ser teórica. Su diseño sirvió para cumplir con necesidades instrumentales y operativas requeridas en el trabajo de campo ya que no se pudo encontrar ningún desarrollo matemático existente hasta el momento que midiera esta variable y que permitiera comparar niveles de eficiencia entre influenciadores.

En este sentido, la ecuación buscaba reunir todas las reacciones y/o interacciones realizadas por los usuarios junto con la cantidad de publicaciones posteadas por la cuenta y la cantidad de seguidores que ella poseía. En este sentido, se partió del presupuesto de que cada tipo de interacción tenía el mismo peso de importancia y por ello, podían sumarse sin necesidad de ponderar sus valores.

El cálculo se basaba en sumar la cantidad total de “me gustas” obtenidos por cada publicación (Q3) más la cantidad total de reproducciones de cada *post* (Q4) más la cantidad de compartidos de los posteos (Q5) junto con la cantidad total de comentarios de las publicaciones (Q6). Luego, ese total se dividía por el resultado obtenido al multiplicar la cantidad de publicaciones hechas por el influenciador (Q2) y la cantidad de seguidores (Q1) que tenía la cuenta lo que, en otros términos, simbolizaba el alcance total que obtuvo dicha cuenta a través de todos sus posteos. Finalmente, el resultado se multiplicaba por 100 para reducir la cantidad de decimales y permitir una mejor manipulación de los datos.

Ecuación 1: tasa de eficiencia

$$TE = \left[\frac{Q3 + Q4 + Q5 + Q6}{Q1 * Q2} \right] * 100$$

Fuente: elaboración propia

La fórmula utilizada arrojó ciertas consideraciones a tener en cuenta. La primera fue que el divisor debía ser igual o mayor a uno ya que, más allá de que matemáticamente no se pueda dividir por cero, fácticamente es imposible tener un contenido que posea interacciones el cual o no fue publicado o no posea al menos un seguidor que lo haya visualizado.

Por otro lado, es necesario recordar que este indicador se basó en un relevamiento que mantuvo controlada la variable del tiempo ya que la recopilación de los datos siempre se hacía de forma diaria dentro de una misma franja horaria. En este sentido, la ecuación de la tasa de eficiencia no tenía en cuenta el nivel de aceleración de la interacción de los posteos ya que el ingreso de datos de todos los posteos se hacía siempre en la misma línea de corte.

Otra de las cuestiones vislumbradas a través de la tasa de eficiencia fue que, considerando las cuentas que son públicas, en Twitter es posible que un contenido posea interacciones de personas que no necesariamente son seguidores de la cuenta que publicó el posteo. El poder compartir (“retweet”) permite en este caso que el dividiendo de la ecuación pueda ser exponencial ya que no sólo los “*followers*” de la cuenta pueden reaccionar ante ese “tuit”. En este sentido, cabe destacar que no habría un límite o una escala definida dentro del cual esta tasa se utilice ya que el dividiendo, por esta cuestión de visibilización través de los compartidos, podría pensarse como la suma total de todas las posibles interacciones que puede hacer el propio universo de usuarios de Twitter que, día a día, va incrementándose.

Por esta razón, se comprende que cuanto mayor es el valor obtenido en la tasa de eficiencia, más eficiente será entonces dicha cuenta. En otros términos, se puede pensar que la eficiencia simbolizará el nivel de pertinencia de los contenidos ya que se prioriza el *engagement* logrado más allá del nivel de alcance total que posea la cuenta. Así, resulta más eficiente una cuenta que haga un contenido que refleje y estimule una reacción por parte de los usuarios a un contenido que actúe como cartel en la vía pública, el cual es visto por millones de transeúntes pero que no necesariamente producirá ciertas reacciones en ellos.

En el caso particular de la tasa de eficiencia sobre los contenidos analizados en este estudio, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 3: Tasa de eficiencia

Cuenta	Red Social	Hashtag	Cantidad de seguidores (Q1)	Cantidad de publicaciones hechas (Q2)	Suma de Cantidad de me gustas (Q3)	Suma de Cantidad de reproducciones (Q4)	Suma de Cantidad de compartidos (Q5)	Suma de Cantidad de comentarios (Q6)	Tasa de eficiencia (TE)
@izquierdadiario	Twitter	#AbortoLegalYa	51000	1	4	0	2	0	0,012
@Lubertino	Twitter	#AbortoLegalYa	121000	1	7	0	5	0	0,010
@revistaanfibia	Twitter	#AbortoLegalYa	63400	1	10	0	4	0	0,022
@teleSURtv	Twitter	#AbortoLegalYa	1540000	1	16	0	9	0	0,002
@TodoNegativo	Twitter	#AbortoLegalYa	62000	1	94	0	67	4	0,266
@VLlinas	Twitter	#AbortoLegalYa	69400	2	5320	97390	2194	301	75,796
aantonegra	Instagram	#AbortoLegalYa	99375	1	194	0	0	1	0,196
La Izquierda Diario	Instagram	#AbortoLegalYa	50800	1	7	0	4	0	0,022
linea_peluda	Instagram	#AbortoLegalYa	51800	3	3573	0	0	5	2,302
soyverollinas	Instagram	#AbortoLegalYa	255000	1	7205	27379	0	570	13,786

Fuente: elaboración propia

Lo primero que se destaca de la anterior tabla es que todas las cuentas con mayor cantidad de seguidores postearon bajo el hashtag #AbortoLegalYa. En segundo término, la gran mayoría de ellos solamente posteo una sola vez ligada a la temática a excepción de @VLlinas, línea_peluda y soyverollinas. En tercer lugar, se puede observar que la influenciadora que logró mayor eficacia en sus posteos fue @VLlinas con una tasa de 75,8 seguida por su cuenta en

Instagram (soyverollinas) con 13,76 y línea_peluda con 2,30. Las cuentas cuyos posteos presentaron menor eficiencia fueron @Lubertino (0.01) y @teleSURtv.(0.002).

En este sentido y a partir de la tabla anterior, se observa que es preferible que un contenido sea pertinente y atractivo ya que ello conlleva a tener muchas repercusiones (“Likes”, compartidos, reproducciones y comentarios) antes que sea un contenido con bajo nivel de interés pero publicado por una cuenta con muchos seguidores. Es decir, a la hora de publicar, conviene más pensar en un contenido que genere un nivel de *engagement* alto y que no necesariamente sea publicado por una cuenta que esté ubicada dentro de las que poseen el mayor número de seguidores. El caso de la cuenta de Twitter de Verónica Llinás muestra esto ya que, ubicada en el puesto número 5 del “*top ten*” de influenciadores, consiguió la mejor tasa de eficiencia en comparación con el resto de los influenciadores.

6. Conclusiones

El debate suscitado con motivo del tratamiento legislativo del proyecto de ley sobre la legalización del aborto en la Argentina ha marcado un hito dentro de la agenda pública de temas de mayor repercusión social en la Historia política del país. Esa peculiar situación queda en evidencia al haber alcanzado posiciones muy significativas entre los tópicos más buscados en Google por los usuarios argentinos de internet durante el año 2018 (ámbito.com, 2018).

Según la plataforma Google Trends, “ley del aborto” ocupó el tercer lugar dentro de la sección de “Acontecimientos” y “cómo va la votación del aborto” ocupó el segundo lugar dentro del apartado “Cómo”. Además, vinculados estrechamente con el debate, se observa que en la sección “Qué”, el buscador informa en la cuarta posición el título “Qué es el Misoprostol” (prácticas abortivas con el uso de misoprostol autoadministrado) (Google Trends, 2018).

Es innegable que el proyecto interpeló a la Sociedad y generó un estado general de debate público pocas veces visto en la Historia de nuestro país, desbordando ampliamente los límites del Congreso y los intercambios entre los representantes parlamentarios. Estos debates no sólo se dieron en ámbitos políticos sino también en las familias, escuelas y universidades, lugares de trabajo y otros espacios de intercambio social que conforman la cotidianidad de una amplia parte de la población.

Si bien este proyecto de ley ya había sido presentado con anterioridad, el contexto del momento amplificó su repercusión, convirtiéndolo en el fenómeno social, cultural y político más importante de los últimos tiempos. El escenario económico atravesaba una situación de altísima complejidad con cierto impacto político-institucional. A su vez, la escena mediático-política y tertuliano-callejera daba cuenta de una expresión masiva y reivindicativa en favor del reconocimiento del rol de la mujer en la Sociedad y en defensa de un estatuto de igualdad, una

situación de creciente tensión popular probablemente influenciada por hechos conmocionantes, reiterados y, en muchos casos, impunes o interpretados como tales por amplios sectores de la población.

Los medios y las movilizaciones callejeras visibilizaron este estado de ánimo transformándolo en un fenómeno cultural y social de enorme trascendencia, principalmente, producto de un renovado y plural impulso del movimiento feminista organizado, así como una intensa utilización de las redes sociales junto a la mayor participación de los jóvenes y la militancia de ciertos grupos sociales como el colectivo “Actrices Argentinas”. Todos ellos en la escena construyeron la agenda alrededor del tema que era materia de disputa y le dieron mayor empuje y fuerza al debate de modo que la problemática pudiera debatirse dentro del Congreso Nacional.

Sin embargo, esta discusión excedió los límites del Poder Legislativo y logró conformar identidades (tanto de carácter grupal como individual) que se expresaron de forma física (como ser por ejemplo a través de pañuelos de diversos colores), como a través de la web y las plataformas sociales, siendo un claro ejemplo de esto último la opción de agregar un pañuelo verde o celeste a la foto de perfil del usuario para expresar su postura política en relación con esta problemática.

En este contexto, los memes funcionaron como un medio para expresar con humor e ironía distintas ideas, posiciones e información sobre el debate a través de diversos formatos estáticos y dinámicos. Los memes fueron también una clara muestra del actual mundo 2.0 en donde los prosumidores (re)produjeron, modificaron, agregaron y (re)elaboraron contenidos ya generados por otros dándoles un nuevo significado y volviéndolos a poner en circulación en la red. Así, los usuarios dejaron de ser meros espectadores que conforman un público destinatario-

pasivo para convertirse en copartícipes del debate. Muchos de ellos remixaron cocreativamente los contenidos en circulación, introduciendo cambios o combinando lenguajes, afectando el estatuto estético o narrativo original, lo que, a su vez, podía reorientar intencionalmente la producción de sentido. Muchos los redistribuían poniéndolos nuevamente en circulación a través de las mismas plataformas sociales en las que los habían recibido, otros, según su conveniencia o con la finalidad de interceptar grupos o personas inaccesibles en el mismo canal digital, practicaban estrategias combinadas entre varias plataformas.

Estas nuevas formas de democratización de la palabra junto a una más amplia cultura de la participación ciudadana resultan en prácticas sociocomunicativas cada vez más activas e intensas por parte de un segmento amplio de la población más proclive a la expresión política que las generaciones anteriores. En esto, los dispositivos móviles jugaron un rol no aún predominante pero sí coprotagónico, los que permitieron que cualquier persona, más allá de su geolocalización y sin limitaciones de horario (*anywhere, anytime*), pudiera estar actualizado al instante de lo que estaba sucediendo, elaborar contenidos o colaborar en su producción o remixado y ponerlos a circular en las redes sociales.

Además, y como se ha puesto en evidencia en este trabajo, para lograr una virtuosa circulación del contenido, una espiral de adhesiones y una participación creativa no sólo de lectura o consumo, entre otras disposiciones se debe responder, en alguna medida, a factores que están representados en la punta de la pirámide de Maslow, donde se inscriben la autorrealización personal, las proyecciones y aspiraciones del individuo, sus deseos, identidad y objetivos.

El debate sobre el proyecto de ley se puede inscribir en diversas intersecciones y también en ese espacio ya que, ambas posiciones deseaban expresarse y tenían un objetivo: que (no) se aprobase la ley. Además, como se comentó anteriormente, el fenómeno logró decantarse en

identidades que permitieron que el sujeto pudiera autodefinirse en el marco de la discusión donde, a la vez, podía expresar sus ideas y difundirlas bajo la percepción de una libertad extrema a través de las diversas lógicas de participación que promueven las distintas redes sociales.

Teniendo en cuenta la temática abordada por el proyecto de ley, excesivamente sugerente y motivadora para los dos grupos sociales antagónicos, lo más probable era que las pasiones, que despertaba en ambos colectivos de sujetos de oposición mutua, exacerbaran el uso de las plataformas sociales para exponer sus veleidades y reconfortar sus partidarios, dado que las dos actividades eran conducentes para la práctica con memes.

Sin embargo, más allá de la viralidad que provocó en sí mismo el debate, el estudio buscaba identificar y clasificar las técnicas de producción con estéticas y narrativas propias del lenguaje meme; la caracterización de las plataformas sociales vinculada a la elección de las lógicas de participación de sus fans y el rol de los líderes de opinión que podían influir en la forma en que los contenidos circulaban incrementando su viralidad. De esta forma, el estudio exploratorio llevado a cabo, entre otras técnicas bajo el análisis de contenidos, arrojó resultados más que interesantes poniendo bajo la luz cómo habían resultado ser las lógicas y las dinámicas de comunicación acerca del debate sobre la legalización del aborto en la Argentina.

6.1 Resumen de los resultados obtenidos a través del estudio cuantitativo de la muestra

A través del relevamiento realizado, se dejó en evidencia que casi 9 de cada 10 (88.5%) de los memes registrados hacía referencia al hashtag #AbortoLegalYa y una minoría lo hacía bajo la etiqueta #SiALas2Vidas. Ambas posiciones llevaron a cabo una comunicación asistemática, carente de un método predefinido o dotado de estrategias premeditadas y

concebidas adhoc, que se trató de lógicas y prácticas comunes para este tipo de contenidos. Esas prácticas fueron más intensas en Instagram que en Twitter.

Mientras que la posición identificada con #AbortoLegalYa utilizó más el Collage en Instagram y la Caricatura en Twitter, la etiqueta #SiALas2Vidas prefirió usar más el Collage en Twitter y la Caricatura en Instagram. En cuanto al tipo de contenido, también se notó diferencias.

Los “pañuelos verdes” prefirieron promover e incentivar su comunicación para instalar el tema en la agenda pública y lograr así que la presión social fuese la clave para la aprobación del proyecto. Por ello, solían mostrar la cuenta regresiva hasta llegar a transformar el proyecto en ley; exponían todos los personajes que apoyaban esta postura y recreaban ciertas escenas de ficción que reforzaban su posición abortista.

Tan marcada e intensa fue esta acción por parte del grupo “proaborto” que del total de la muestra (es decir, considerando todos los posteos que se llevaron a cabo en ambas redes sociales y bajo ambas etiquetas), el contenido a favor del aborto llegó a simbolizar el 26% del total de las categorías empleadas durante el debate.

A diferencia de esta estrategia, los “pañuelos celestes” prefirieron centrarse en definir lo que para ellos representaban las prácticas abortistas y develar a su vez, lo que entendían como los negocios ocultos detrás de este tipo de prácticas.

Teniendo en cuenta las lógicas de participación por parte de los usuarios en cada tipo de red, se pudo observar que hubo coincidencia de ambas etiquetas (#AbortoLegalYa y #SiALas2Vidas) en el formato que más “me gustas” obtuvo en Instagram: la Caricatura. También, el tipo de contenido que logró obtener la mayor cantidad de “me gustas” de toda la muestra fue el del “Movimiento proaborto”, categoría que refería a los contenidos impulsados

por “los pañuelos verdes” para incluir este tema dentro de la agenda pública, logrando alcanzar el 20% de la suma total de “Likes”.

En cuanto a la interacción de los usuarios basada en los comentarios realizados hacia el contenido visto, se pudo constatar que el formato “Collage” lideró el ranking tanto en Instagram bajo la etiqueta #AbortoLegalYa como en Twitter, bajo el hashtag #SiALas2Vidas. Por su parte, el contenido que mayor cantidad de comentarios obtuvo fue el de la categoría “Movimiento provida”, aquel que desde la visión “proaborto” caracterizaba al grupo “provida”. Del total de la muestra, este tipo de contenido supo obtener un 27% de la cantidad total de comentarios.

El formato “Simpson” merece un párrafo aparte ya que fue el formato menos utilizado en Twitter por parte de ambas posturas de la discusión. En este sentido, este formato fue a la vez el que menos “Likes” y menos “*comments*” obtuvo en esta red social tanto en #AbortoLegalYa como en #SiALas2Vidas.

La variable “cantidad de compartidos” sólo pudo analizarse en Twitter ya que Instagram no permite dentro de su plataforma este tipo de lógica de interacción. En este sentido, se observó que no hubo concordancia entre ambos hashtags en base al tipo de formato que fue más compartido. Mientras que en #AbortoLegalYa lo que más *engagement* generó fue el Vídeo, en #SiALas2Vidas fue nuevamente el Collage. Por su parte, del total de la muestra, el tipo de contenido que más se compartió fue el del “Aborto” como problemática a solucionar llegando a representar el 51% del contenido compartido dentro del período estudiado.

En el caso de la interacción basada en reproducciones, sólo pudo estudiarse bajo el caso de #AbortoLegalYa porque la estrategia utilizada por el grupo #SiALas2Vidas se basó en publicar solamente contenido estático. En este sentido y bajo el paraguas de #AbortoLegalYa, el

formato que más reproducciones registró fue el de Vídeo y el tipo de contenido fue el de “Aborto” como problemática a resolver representando el 77% del total de la muestra.

En cuanto al rol que tuvieron los líderes de opinión durante el período estudiado, se pudo observar que un mismo influenciador fue quien lideró el ranking con mayor *engagement* ambas redes sociales. La actriz Verónica Llinás, perteneciente al colectivo “Actrices Argentinas” e identificada con la postura proaborto, fue la persona que más repercusión generó a través de sus posteos bajo sus dos cuentas: @VLlinas en Twitter y soyverollinas en Instagram. A través de la primera, publicó un vídeo el 15 de julio que fue el que más reproducciones y compartidos obtuvo dentro del relevamiento realizado. Trece días más tarde, publicó otro vídeo a través de su cuenta de Instagram que fue el contenido que tuvo más comentarios y la mayor cantidad de “me gustas” dentro de la muestra.

Por su parte, en el universo del hashtag #SiALas2Vidas, ninguna cuenta se destacó por sus altos niveles de interacción. Sí se registraron algunos usuarios que generaron y postearon contenido con una elevada frecuencia, pero sin que éstos produjeran niveles altos de reacción por parte de sus seguidores.

Gracias a los resultados observados a partir del estudio, se pudo constatar también que el reinado del contenido sustentado en la pertinencia y la creatividad (*The Content is King*) resulta ser más efectivo que un contenido con bajo nivel de interés, pero publicado por una cuenta que posee gran número de seguidores. Esto pudo observarse a través de la “tasa de eficiencia” a través de los ejemplos de las cuentas de Verónica Llinás en comparación con la de @teleSURtv, usuario que posee la mayor cantidad de seguidores dentro de la muestra pero que generó un bajo nivel de *engagement* con sus posteos sobre la temática.

6.2 Consideraciones finales, discusiones abiertas y premisas para futuras líneas de investigación

Si bien este trabajo ha avanzado en el estudio de factores críticos relacionados a la viralidad de contenidos dentro de las redes sociales, aún continúan ciertos interrogantes de época que resultan más que interesantes para indagar y que profundizarán estas primeras líneas de investigación.

Una de las discusiones que queda abierta a través de este trabajo final de Maestría resulta ser el análisis cualitativo de la muestra que permitirá comprender no sólo diversas interpretaciones relacionadas y ancladas a los memes vistos, sino que también, permitirá profundizar en el estudio de los sentimientos que esta temática generó. Si bien se puede presuponer que esta problemática despertó profundos sentimientos, ideologías y creencias, el análisis real y concreto de las sensaciones y pensamientos que el contenido provocó ayudará a completar y a comprender de forma holística el estudio de caso aquí presentado.

Por otra parte, resulta interesante poder continuar la investigación para responder a la vez a otros hallazgos encontrados aquí como fue lo referido al caso EameoOK. Tratándose de una cuenta emblemática en cuanto a elaboración y difusión de memes, (a principios de enero de 2019 contaba con 178 mil seguidores en Instagram y 694 mil en Twitter), durante el período registrado, la cuenta en cuestión no realizó publicaciones con las etiquetas radarizadas en este estudio reduciendo de forma significativa, por no aparecer en los buscadores de las plataformas sociales, el alcance y *engagement* que, en numerosas ocasiones, producen sus contenidos. Sin reducir la mirada con conjeturas sobre las tensiones internas que pudieron operar en el colectivo que lo compone, resulta de interés profundizar el entendimiento acerca de las lógicas que pueden intervenir en la decisión sobre la producción y publicación de un contenido de alto contenido

controversial con efectos sobre la valoración social de una cuenta tan notable en la especialidad para comprender las razones por las cuales un líder de esta naturaleza (colectivo de prestigio técnico-estético-narrativo) decide no incluirse en un debate de amplia repercusión social, al menos, no mediante una estrategia de comunicación con uso de los hashtags como los registrados en el marco de este estudio, teniendo en consideración su capacidad en materia de contenidos virales.

También, y a partir de este inicial estudio, resulta interesante relevar ciertos indicadores sociodemográficos de aquellas cuentas que generaron un mayor *engagement* en las redes sociales. En este sentido, variables como género, edad y zona geográfica permitirían comprender más acabadamente el impacto del debate en la sociedad argentina y si esta problemática tuvo mayor anclaje dentro de una franja etaria específica o dentro de un género concreto mostrando así, una mayor identificación con este tema. A la vez, analizar si estas condiciones se dieron de igual manera en ambas redes sociales o si, por el contrario, presentaron diferencias entre sí. En este sentido, bajo el estudio de estas variables sociodemográficas, se podría ver si existió una correlación entre alguna de posturas del debate con la edad promedio de los usuarios de las redes sociales elegidas dando una posible explicación a las razones por las cuales se presentaron más casos bajo la etiqueta de #AbortoLegalYa en comparación con #SiALas2Vidas.

Quizás, una posible conjetura pudiera ser la existencia de una relación entre la edad promedio de los usuarios de estas redes sociales (los llamados “nativos digitales”) con su frecuencia de uso y su posición política en el debate. De esta forma, estos interrogantes dejan la puerta abierta a futuras líneas de investigación y al estudio de nuevas formas de participación ciudadana a través de la tecnología. Es decir, comprender cómo esta nueva “generación de ciudadanos móviles, con sentidos de pertenencia mucho más líquidos, dinámicos y de bordes

más difusos. Nacidos y criados en la era de las redes sociales. Mucho más difíciles de engañar, porque tienen capacidades más sofisticadas para desarrollar una vida en red” (Galup, 2019, pág. 182) se incorporan a la vida política y al debate público y participan activamente.

Ligado al punto anterior, este estudio de caso puede ser el puntapié inicial para estudiar los niveles reales de participación bajo cada etiqueta. Es decir, comprender si bajo cada hashtag existió una manifestación real sustentada en usuarios “de carne y hueso” que expresaban su posición ligada a la discusión o si por el contrario, con el afán de que una postura se mostrarse más fuerte en el ágora digital, se recurrió a técnicas de difusión y propagación no orgánicas (como ser la utilización de “bots”) con el fin de influir en el pensamiento, y quizás, acallar expresiones opuestas de usuarios reales.

En ese sentido, un estudio sobre la desinformación y las “Fake News” ligadas a la discusión por la despenalización del aborto en la Argentina sería otro de los grandes ejes que complementarían y profundizarían el presente trabajo.

Asimismo, resulta interesante poder indagar en futuros trabajos acerca de las lógicas de publicación de ambas redes sociales poniendo mayor énfasis en la herramienta de “*Stories*” de Instagram, explorando las razones por las cuales los memes suelen publicarse como posteos comunes y no como aquellos contenidos que serán eliminados en 24 horas. Esto ayudará a comprender los espacios y modalidades con mejores disposiciones para publicar dentro de las plataformas sociales en función del tipo de contenido que se quiera circular logrando así una mejor recepción por parte de los seguidores.

Respecto al tipo de participación, otro de los puntos que quedan abiertos para próximas exploraciones será el comprender las razones y los motivos de por qué se mantuvo una comunicación, que se podría denominar “plana”. A través de este estudio de caso se pudo ver

que los contenidos publicados llamaban a los usuarios a una participación de tipo “plana” permitiéndoles solamente reaccionar ante los posteos y no interactuar con ellos a través de, por ejemplo, de un accionar lúdico como ser los challenges o desafíos. Estas opciones hubieran permitido generar un mayor “ruido” en las redes sociales y marcar así, la agenda de temas, promoviendo a la vez el diálogo multidireccional entre los mismos usuarios.

Finalmente, estudios que permitan profundizar la caracterización de los influenciadores (procedencia, profesión, lenguaje y vocabulario) y de las herramientas de producción/edición, de publicación y de seguimiento y gestión que utilizaron para generar empatía con sus seguidores, otorgarán riqueza y valor agregado a este trabajo preliminar.

La viralidad es un fenómeno técnico y cultural vinculado a las nuevas formas de sociabilidad y a la profundización del proceso de plataformización de los contenidos. Por representar un vector de valor exponencial para las disciplinas del marketing y la comunicación, en general, y de éstas en la intersección con los asuntos públicos y la política, en especial, esperamos que los resultados de este estudio resulten sugerentes para profundizar en la materia y que colaboren como punto de inicio para nuevas investigaciones empíricas sobre el fenómeno.

7. Bibliografía

- Alonso, G., & Arébalos, A. (2009). *La revolución horizontal: El poder de la comunicación en manos de la gente*. Buenos Aires: Ediciones B.
- ambito.com*. (03 de 07 de 2018). Recuperado el 09 de 2018, de <http://www.ambito.com/926381-aborto-legal-arranco-el-debate-en-el-senado-y-ya-hay-mas-de-60-expositores-anotados>
- ambito.com*. (12 de 12 de 2018). Recuperado el 12 de 2018, de ¿Cuáles fueron los temas más googleados por los argentinos en 2018?: <https://www.ambito.com/cuales-fueron-los-temas-mas-googleados-los-argentinos-2018-n5004858>
- Anderson, C. (01 de 10 de 2004). *Wired*. Recuperado el 03 de 08 de 2018, de <https://www.wired.com/2004/10/tail/>
- Argentina, M. O. (2019). Obtenido de <https://argentina.mom-rsf.org/es/medios/>
- Berrocal, S., Campos-Domínguez, E., & Redondo, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: El «politainment» en YouTube. *Revista Científica de Educomunicación*, 65-72.
- Braslavsky, G. (02 de 07 de 2018). *Clarín*. Recuperado el 04 de 09 de 2018, de https://www.clarin.com/politica/aborto-empieza-debate-senado-suman-pedidos-modificaciones-proyecto_0_SJ2L8V_f7.html
- Breli. (2017). *WeHeartIt*. Recuperado el 15 de 12 de 2018, de <https://weheartit.com/entry/303343478>

Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito. (21 de 05 de 2017).

Aborto legal. Recuperado el 04 de 2018, de <http://www.abortolegal.com.ar/proyecto-de-ley-presentado-por-la-campana/>

Candale, C. V. (11 de 11 de 2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. Bucarest.

Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.

Centenera, M. (31 de 07 de 2018). *El País*. Recuperado el 09 de 2018, de https://elpais.com/internacional/2018/07/30/argentina/1532964366_907805.html

Clarín. (13 de 04 de 2018). Recuperado el 06 de 2018, de https://www.clarin.com/sociedad/video-viral-encontraron-china-supermercado_0_BkExIUCiG.html

Clarín. (26 de 02 de 2018). Recuperado el 04 de 2018, de https://www.clarin.com/politica/mauricio-macri-ley-aborto-favor-vida-impongo-nadie_0_SkTxUXz_z.html

Conci, A., Urbina Paliza, S., & y Vanini, A. (2018). *En tetas: un abordaje sociosemiótico sobre los cuerpos feminizados a partir del hashtag #tetazo en Twitter*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11086/6275>

Congosto Martínez, M. (01 de 2016). Caracterización de usuarios y propagación de mensajes en Twitter en el entorno de temas sociales. Madrid.

Costas, T. (07 de 2017). Instagram como herramienta para la creación de un museo social y online: el uso que le otorgan museos de arte contemporáneo. Barcelona.

Dafonte-Gómez, A. Martínez-Rolán, X. (31 de 07 de 2016). *Palabra clave*.

doi:10.5294/pacla.2016.19.2.7

Dawkins, R. (2002). *El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat Editores.

El destape. (06 de 04 de 2018). Recuperado el 05 de 2018, de

<https://www.eldestapeweb.com/viral-la-china-enojada-ahora-tambien-es-caricatura-n41914>

Eva, M. d. (2015). Análisis comparativo de la utilización de Twitter como canal de comunicación para las principales editoriales estadounidenses y españolas. Barcelona.

Fernández Crespo, M. (2013). Predicción electoral mediante análisis de redes sociales. Madrid.

Fiegerman, S. (19 de 01 de 2019). *CNN Español*. Obtenido de

<https://cnnespanol.cnn.com/2019/01/18/netflix-revela-cuantos-suscriptores-tiene/#0>

Flimper Blog. (01 de 06 de 2018). Recuperado el 09 de 2018, de

<https://www.flimper.com/blog/es/estadisticas-globales-de-twitter-2018>

Galup, L. (2019). *Big data y política*. . Buenos Aires: Penguin Random House Grupo Editorial.

González Gómez, A. and González Fernández, A. (2013). *Memes, Rage- Comics y memonautas: comunicación efectiva en internet*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Google Trends. (2018). Obtenido de <https://trends.google.com.ar/trends/yis/2018/AR/>

Igarza, R. (2010). Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. *CMC: comunicación, media y consumo*, 59-90.

Igarza, R. (2013). *Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC)*. Obtenido de <https://cerlalc.org/wp->

content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_Nueva-agenda-por-el-libro-y-la-lectura_v1_011013.pdf

Igarza, R. (10 de 2013). *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*. Obtenido de Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe: https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_Nueva-agenda-por-el-libro-y-la-lectura_v1_011013.pdf

Igarza, R. (2015). Acerca de los fans en las redes. *[diapositivas de PowerPoint]*. Buenos Aires. *Instagram*. (2018). Recuperado el 21 de 09 de 2018, de <https://instagram-press.com/our-story/interseccionalidadmemes>. (21 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <https://www.instagram.com/p/BlgKVIKHHWM/?tagged=abortolegalya>

Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.

Knobel, M. and Lankshear, C. (2007). *A new literacies sampler*. Nueva York: Peter Lang Publishing, Inc.

La Gaceta. (09 de 08 de 2018). Recuperado el 08 de 2018, de <https://www.lagaceta.com.ar/nota/779962/actualidad/cronologia-debate-comenzo-hace-cinco-meses-termino-anoche-senado.html>

Lasswell, H. D. (Agosto de 1927). The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review*, 627-631. Recuperado el 01 de 03 de 2020, de <http://www.jstor.org/stable/1945515>.

LATFEM. (17 de 06 de 2018). Recuperado el 12 de 2018, de <http://latfem.org/aborto-cronologia-de-una-ley-empujada-por-el-feminismo/>

- Lazarsfeld, P. ; Berelson, B. ; Audet, H. . (1962). *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*. Buenos Aires: Ediciones 3.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Nueva York: Bloomsbury Academic.
- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 167-179.
- Marcelino Mercedes, G. V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. *Icono 14*, 48-72.
- Marcos, F. A. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas*. Barcelona.
- Marradi, A., Archenti, N., & Piovani, J. I. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Marticorena, A. (23 de 12 de 2013). *Reporte Digital*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de <https://reportedigital.com/transformacion-digital/influenciadores-redes-sociales-nuevos-lideres-opinion-desafio-empresas-i/>
- Martínez Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, 165-193.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 370-396.
- Milner, R. M. (2012). *The world made meme: discourse and identity in participatory media*. Kansas.
- Moargun. (2010). *Know your Meme*. Recuperado el 05 de 2018, de <https://knowyourmeme.com/memes/poker-face>

Mundo TKM. (02 de 07 de 2018). Recuperado el 03 de 09 de 2018, de <https://www.mundotkm.com/webbeando/2018/07/02/las-redes-sociales-se-desbordaron-de-memes-de-gabriela-michetti-por-su-frase-sobre-el-aborto/>

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.

Olaya Martínez, A. (2014). Marketing y movimientos políticos en las redes sociales en Colombia. *Revista Estudiantes de Ciencia Política*, 22-40.

Ontalba y Ruipérez, J. A. (2002). Contenidos en comunidades virtuales: análisis de las herramientas y servicios de información.

Parera, E. (2018). *Postcron*. Obtenido de <https://postcron.com/es/blog/publicidad-en-instagram/>

Pew Research Center. (03 de 09 de 2015). Recuperado el 15 de 03 de 2020, de <https://www.people-press.org/2015/09/03/the-whys-and-hows-of-generations-research/#fn-20058600-1>

Pina, Á. (Dirección). (2017). *La Casa de Papel* [Película]. Obtenido de <https://www.antena3.com/series/casa-de-papel/>

Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales: Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.

Real Academia Española. (2018). Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=bsOJzwx>

Reuters Institute & University of Oxford. (2019). *Digital News Report*. Obtenido de <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/argentina-2019/>

Rodríguez Marin, D. (2014). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan*. Madrid: Gestión 2000.

Rodríguez, R. A. (07 de 1995). *Academia*. (U. d. Córdoba, Ed.) Recuperado el 08 de 03 de 2020, de

[https://www.academia.edu/25092561/LA_CULTURA_POPULAR_ALTERIDAD_Y_D
OMINANCIA%20C3%93N._1](https://www.academia.edu/25092561/LA_CULTURA_POPULAR_ALTERIDAD_Y_DOMINANCIA%20C3%93N._1)

Sabido Ramos, O. (04-07 de 2017). *Revista Mexicana de Sociología*. Recuperado el 08 de 03 de 2020, de <http://mexicanadesociologia.unam.mx/index.php/v79n2/230-v79n2-a6>

Sandoval, D. (14 de 03 de 2014). *Puro Marketing*. Recuperado el 09 de 2018, de <https://www.puromarketing.com/30/19590/tipologias-perfiles-influencers-deberias-conocer.html>

Santamaría de la Piedra, E. y. (2017). Redes sociales y «fenómeno influencer». Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Revista Universidad Pontificia Comillas*, 443-469.

Sevilla Arias, P. (2017). *Economipedia*. Recuperado el 10 de 2018, de <https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

Simmel, G. (2014). “Digresión sobre la sociología de los sentidos”. En *Sociología: estudios sobre las formas de socialización* (págs. 622-637). México: Fondo de Cultura Económica.

Sued, G. (01 de 07 de 2018). *La Nación*. Recuperado el 08 de 2018, de <https://www.lanacion.com.ar/2149097-gabriela-michetti-no-tenia-intencion-de-militar-en-el-tema-del-aborto-lo-hice-para-equilibrar-los-tantos>

Telam. (09 de 04 de 2018). Recuperado el 13 de 09 de 2018, de <http://www.telam.com.ar/notas/201804/268776-referentes-a-favor-y-en-contra-de-despenalizacion-del-aborto-exponen-manana-en-diputados.html>

Tomoyose, G. (21 de 06 de 2018). *La Nación*. Recuperado el 10 de 2018, de <https://www.lanacion.com.ar/2146051-como-es-instagram-tv-la-apuesta-a-los-canales-con-video-vertical-en-moviles-de-facebook>

Vilches, L. (1997). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Ediciones Paidós.

We are social , & Hootsuite. (01 de 2018). *Global Digital Report 2018*. Recuperado el 18 de 10 de 2018, de <https://digitalreport.wearesocial.com/>

Yacuzzi, E. (08 de 2005). *El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación*. Obtenido de Universidad del CEMA:
<http://www.ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>

8. Fuentes bibliográficas de la Web

@anabella9619. (23 de 07 de 2018). *Twitter*. Recuperado el 07 de 2018, de

<https://twitter.com/anabella9619/status/1021369688381624322>

@locuradivina6. (16 de 07 de 2018). *Twitter*. Recuperado el 16 de 07 de 2018, de

<https://twitter.com/locuradivina6/status/1018865809261842432>

@REDefineMX. (15 de 07 de 2018). *Twitter*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de

<https://twitter.com/REDefineMX/status/1018513042429173762>

@Sooybeel. (27 de 07 de 2018). *Twitter*. Recuperado el 27 de 07 de 2018, de

<https://twitter.com/Sooybeel/status/1022929560151777280>

@soydelaU_Chile. (08 de 08 de 2018). *Twitter*. Recuperado el 08 de 08 de 2018, de

https://twitter.com/soydelaU_Chile/status/1027206476845252608

@TamaraVitelli. (22 de 07 de 2018). *Twitter*. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de

<https://twitter.com/TamaraVitelli/status/1021164036052971521>

_ruben_dario_. (09 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 09 de 08 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BmQpyTgn-JT/?tagged=abortolegalya>

(2018). Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/?id=OrWmW5v>

abrilesvioleta. (22 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de

https://www.instagram.com/p/Bli3a3gn_ps/?tagged=abortolegalya

adlerwappen. (11 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 11 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlGRxtMnA7V/?tagged=sialas2vidas>

antizurditxs._. (20 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 20 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlidubsPnlFt/?tagged=abortolegalya>

baggiomultifruta_. (01 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 01 de 08 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BI69e-4AjcT/?tagged=abortolegalya>

braigves. (26 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 26 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlrrrXSDCHH/?tagged=abortolegalya>

cari.russo. (06 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 06 de 08 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BmIyFYfnzaT/?tagged=abortolegalya>

Compacto Nea. (17 de 05 de 2016). *YouTube*. Recuperado el 17 de 04 de 2018, de

<https://www.youtube.com/watch?v=hHd7aqj3LF4>

Dank Compilations. (14 de 02 de 2017). *Youtube*. Recuperado el 13 de 03 de 2018, de

<https://www.youtube.com/watch?v=MSENH3FE2As>

debosg. (26 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 26 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BltfHNnnKiL/?tagged=abortolegalya>

Dreamie, D. (02 de 08 de 2018). *YouTube*. Recuperado el 05 de 08 de 2018, de

https://www.youtube.com/watch?v=iXm6_vpaKWs

egoistic.mmm. (08 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 08 de 08 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BmN-YYTnOsm/?tagged=abortolegalya>

feminismo_en_vena. (15 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BIQNalzIzQV/?hl=es-la&tagged=abortolegalya>

feminista.cool. (05 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 05 de 08 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BmGwrCinJb5/?taken-by=feminista.cool>

feminista_xx. (22 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlicnNoFfKN/?tagged=abortolegalya>

feministaa.abortera. (17 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 17 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlV2eWvgF01/?tagged=abortolegalya>

feministaparadise. (01 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 01 de 08 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/Bl8h-zQFqFY/?tagged=abortolegalya>

fuerzagraf. (06 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 06 de 08 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BmJ7zT7gGdV/?tagged=abortolegalya>

Håkonsen, K. (10 de 02 de 2013). *Youtube*. Recuperado el 13 de 03 de 2018, de

<https://www.youtube.com/watch?v=4hpEnLtqUDg>

hoguerafeminista. (11 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 11 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlGFCbTlh-W/?tagged=abortolegalya>

igualdata. (14 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 14 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlNzmtbHgO1/?hl=es-la&tagged=abortolegalya>

Imágenes de meme. (13 de 08 de 2017). Recuperado el 09 de 2018, de

<http://imagenesdememes.com/memes-sobre-hacer-una-tesis-universitaria/>

interseccionalidadmemes. (21 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlgKVIKHHWM/?tagged=abortolegalya>

lascitasdemariana. (14 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 14 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlOAFS2HbMF/?tagged=abortolegalya>

Llinás, V. (15 de 07 de 2018). *Twitter*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de

<https://twitter.com/VLlinas/status/1018665508462358529>

Lucero, G. (18 de 04 de 2018). *Youtube*. Recuperado el 23 de 05 de 2018, de

<https://www.youtube.com/watch?v=8Kz5j-ixrt0>

lucha_sorora. (11 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 11 de 07 de 2018, de
<https://www.instagram.com/p/BIG10o0FFu1/>

lulydibuja. (23 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 23 de 07 de 2018, de
<https://www.instagram.com/p/BllK5b3HiLK/?tagged=abortolegalya>

mofisercuri. (08 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 08 de 08 de 2018, de
https://www.instagram.com/p/BmOGmpYlg_u/?tagged=abortolegalya

nadimcomics. (24 de 07 de 18). *Instagram*. Obtenido de
<https://www.instagram.com/p/Blo2VmqHvjn/?tagged=abortolegalya>

Pina, Á. (Dirección). (2017). *La Casa de Papel* [Película]. Obtenido de
<https://www.antena3.com/series/casa-de-papel/>

polcastro. (31 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 31 de 07 de 2018, de
<https://www.instagram.com/p/BI6iFkNgfWW/?tagged=abortolegalya>

por_un_chile_unido. (18 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 18 de 07 de 2018, de
https://www.instagram.com/p/Bld_PG5BIQ5/?tagged=sialas2vidas

revistalpp. (11 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 11 de 07 de 2018, de
<https://www.instagram.com/p/BIHKCePnSwO/?tagged=abortolegalya>

rocio_acevedo.91. (17 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 17 de 07 de 2018, de
<https://www.instagram.com/p/BIWi3T6n2T5/?tagged=sialas2vidas>

Rubius, E. (20 de 08 de 2014). *Youtube*. Recuperado el 05 de 2018, de
https://www.youtube.com/watch?v=_OmPTja2BXo

sofiafraga_. (08 de 08 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 08 de 08 de 2018, de
<https://www.instagram.com/p/BmOOu54HiqU/?tagged=abortolegalya>

sol_despeinada. (19 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 19 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/Blav1-Kglkc/?tagged=abortolegalya>

srcasimiro. (30 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 30 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/Bl4RuYLADg0/?tagged=abortolegalya>

unafeministadice. (12 de 07 de 2018). *Instagram*. Recuperado el 12 de 07 de 2018, de

<https://www.instagram.com/p/BlHbGNHlB1j/?tagged=abortolegalya>

Undercover Music. (03 de 03 de 2018). *YouTube*. Recuperado el 23 de 05 de 2018, de

<https://www.youtube.com/watch?v=dJiFJqBZGPE>

9. Anexo

9.1 Planilla de relevamiento

Fecha de relevamiento	Hashtag	Formato de imagen	Red social	Cantidad de compartidos	Cantidad de me gustas	Cantidad de comentarios	Cantidad de reproducciones	Usuario	Cantidad de seguidores de la cuenta	Link	Categoría de contenido
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	4	10	0	0	@revistaanfibia	63400	https://pbs.twimg.com/media/Dh06WYAW4AE9Rxe.jpg	pro vida vs pro aborto
11-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	6	4	1	0	@LauraPetiOk	4522	https://pbs.twimg.com/media/Dh0qSoYW0AAA940.jpg	adocrinamiento
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	6	7	0	0	@EsMuyPocoSerio	1564	https://pbs.twimg.com/media/DhxCSUBWsAATpo7.jpg	feminismo
11-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	202	490	4	0	@PorAbortoLegal	37400	https://pbs.twimg.com/media/Dh00z65X0AAAeCv.jpg	"Movimiento pro aborto"
11-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@PorAbortoLegal	37400	https://pbs.twimg.com/media/DhVStUHW4AAKAKs.jpg	Dichos...
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	56	91	7	0	@CPJannyBarrera	12900	https://pbs.twimg.com/media/Dhq3ZgDUwAAGphq.jpg	Movimiento "pro vida"
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	184	357	4	0	@latfemnoticias	10300	https://pbs.twimg.com/media/DhLY8JSX0AAsupP.jpg	farmacias del Dr. Aborto
11-jul	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	11	21	2	0	@GeshiLuna	27	https://pbs.twimg.com/media/DhN559jXkAED8_q.jpg	derechos animales vs derechos humanos
11-jul	#SiALas2Vidas	Simpsons	TW	0	1	0	0	@CiroTercero	29	https://pbs.twimg.com/media/Dh1MZSoXUAE9DBA.jpg	adocrinamiento
11-jul	#SiALas2Vidas	Imagen	TW	0	0	0	0	@KovacsxMicaxKev	45	https://pbs.twimg.com/media/Dh1MYNAWsAIVzvJ.jpg	Movimiento "pro vida"
11-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	0	0	0	0	@gracelaplata	210	https://pbs.twimg.com/media/Dhy8nuJX4AAAtZQj.jpg	¿Cuándo es niño?
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1151	4	0	aborto_legalysseguro	200	https://www.instagram.com/p/Bk9BGkzAZYp/?taken-by=aborto_legalysseguro	Movimiento "pro vida"
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1632	6	0	revolucion.feminista	1561	https://www.instagram.com/p/BIbDm70Fxl/?taken-by=revolucion.feminista	patriarcado
11-jul	#AbortoLegalYa	Gif	IG	0	2	0	14	lasrojasmdp	381	https://www.instagram.com/p/BIgGaTNl8ra/?taken-by=lasrojasmdp	derecho vida vs. derecho a decidir
11-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	31	0	0	joycantieri	1673	https://www.instagram.com/p/BIgIW9pnqSP/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	26	0	0	revolucion.feminista	1561	https://www.instagram.com/p/BIgISBoF3Fk/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	335	0	0	kukafeminista	4370	https://www.instagram.com/p/BIgFnBKHOBp/?tagged=abortolegalya	¿Qué es vida?
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	166	0	0	kukafeminista	4370	https://www.instagram.com/p/BIgF82MHl4j/?tagged=abortolegalya	feminismo
11-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	4	0	0	fetichin_cigotin	7	https://www.instagram.com/p/BIgFD16PgQN8/?taken-by=fetichin_cigotin	Feto

11-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	24	0	0	missjuliett	870	https://www.instagram.com/p/BIEySqJHR9m/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	30	0	0	under femens skin	528	https://www.instagram.com/p/BIEhy5gzD3/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1284	2	0	linea peluda	49900	https://www.instagram.com/p/BIEwzouH7Lw/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
11-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	32	0	0	maja.ctrlz	311	https://www.instagram.com/p/BIEpLBKHN-3/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	3	0	kesooooooooo	29	https://www.instagram.com/p/BIEoVpwBnUL/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
11-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	1	0	0	ezequiel_nogueiraa	297	https://www.instagram.com/p/BIGL7RVAlNt/?tagged=abortolegalya	adoctrinamiento
11-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	17	0	0	httpellaz	490	https://www.instagram.com/p/BIEjhWFH0il/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
11-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	43	0	0	the wae of feminism	277	https://www.instagram.com/p/BIEf_yMgq8Q/?tagged=abortolegalya	Feto
11-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	7	0	0	georaz	518	https://www.instagram.com/p/BIEfHJ4A5IE/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
11-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	1	0	feminista.2.0	3	https://www.instagram.com/p/BIEddmiFK2S/?tagged=abortolegalya	feminismo
11-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	1	0	nadiesabe_arg	58	https://www.instagram.com/p/BIEWDC_gbvS/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
11-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	1	0	0	adlerwappen	526	https://www.instagram.com/p/BIGRxtMnA7V/?tagged=sialas2vidas	derecho vida vs. derecho a decidir
11-jul	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	IG	0	43	0	0	joletogrohlcobain	2620	https://www.instagram.com/p/BIBz771FXDm/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
11-jul	#SiALas2Vidas	Simpsons	IG	0	92	3	0	las dos vidas cuentan	554	https://www.instagram.com/p/BIBuhlulDLs/?tagged=sialas2vidas	aborto
11-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	19	2	0	msclixs	22	https://www.instagram.com/p/Bk-2TLDJwMV/?tagged=sialas2vidas	derecho vida vs. derecho a decidir
11-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	32	0	0	ro.m.acevedo	173	https://www.instagram.com/p/Bk2IQ1wnNYO/?tagged=sialas2vidas	aborto
12-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	23	2	0	eulogiamerle	582	https://www.instagram.com/p/BlicvyaFWRv/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	feminismo
12-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	lauimpellizzeri	102	https://www.instagram.com/p/BIIWA_2Bu-I/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
12-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	45	2	0	lorena ruiz0.0	769	https://www.instagram.com/p/BIHqTeKHPUF/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
12-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	20	0	0	unafeministadice	98	https://www.instagram.com/p/BIHbGNHIB1j/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
12-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	11	0	0	unafeministadice	98	https://www.instagram.com/p/BIHawTolROI/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado

12-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	66	2	0	divigloria	7977	https://www.instagram.com/p/BIHV7mwHY7F/?tagged=abortolegalya	feminismo
12-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	15	0	0	malenacastilla	434	https://www.instagram.com/p/BIHP5ItHob3/?taken-by=malenacastilla	feminismo
12-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	513	20	0	revistalpp	4910	https://www.instagram.com/p/BIHKCePnSwO/?tagged=abortolegalya	Dichos...
12-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	34	2	0	lascitasdemariana	17	https://www.instagram.com/p/BIHCzBwHKFA/?tagged=abortolegalya	Dichos...
12-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	3	0	0	dtulf	304	https://www.instagram.com/p/BIGP2UYlmUq/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
12-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	9	2	0	julian109103	250	https://www.instagram.com/p/BIHA5cEh6U7/?tagged=si alas2vidas	aborto
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	1033	20	0	hoguerafeminista	5759	https://www.instagram.com/p/BIGFCbTlh-W/?tagged=abortolegalya	embarazo deseado vs. no deseado
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	60	6	0	joycantieri	1742	https://www.instagram.com/p/BIK_oIdnUq8/?taken-by=joycantieri	"Movimiento pro aborto"
13-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	19	0	0	kekenacorvalan	1364	https://www.instagram.com/p/BIK9W0JnLtC/?tagged=abortolegalya	Dichos...
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	21	0	0	damm.cabrera	1273	https://www.instagram.com/p/BIKBGWpniIri/?taken-by=damm.cabrera	"Movimiento pro aborto"
13-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	0	0	0	_xti.nax	8	https://www.instagram.com/p/BIJ94ighInX/?tagged=abortolegalya	aborto
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	alexiabrandan	505	https://www.instagram.com/p/BIJ9mJzFekr/?taken-by=alexiabrandan	"Movimiento pro aborto"
13-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	56	0	0	unafeministadice	191	https://www.instagram.com/p/BIJ8fKnFyq2/?tagged=abortolegalya	feminismo
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	41	0	0	lulucylu	730	https://www.instagram.com/p/BIJ4peXgUT6/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
13-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	29	0	0	julietamasuelli	450	https://www.instagram.com/p/BIJyD6LAX2f/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
13-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	7	0	0	jo_fernandez	142	https://www.instagram.com/p/BIJx57blZB0/?taken-by=jo_fernandez	Iglesia-Estado
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	8	0	0	pegatinujos	31	https://www.instagram.com/p/BIJn_hXFHt6/?taken-by=pegatinujos	"Movimiento pro aborto"
13-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	0	1	0	0	@mellocapaika	997	https://twitter.com/mellocapaika/status/1017748670236778497	Feto
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	6	2	1	0	@juanegiusti	399	https://twitter.com/juanegiusti/status/1017624794966233089	Iglesia-Estado
13-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	1	13	3	0	@EriPorris	2256	https://twitter.com/EriPorris/status/1017554797782880256	Iglesia-Estado
13-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	TW	0	0	0	0	@LuzYoma	611	https://twitter.com/LuzYoma/status/1017527289796612096	aborto

14-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	1	0	0	elsalvadorlibre	8	https://www.instagram.com/p/BIO5TQBFkG/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	feminismo
14-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	138	1	0	unafeministadice	640	https://www.instagram.com/p/BIO41UYlkhy/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	15	0	0	_revolucion.feminista_	43	https://www.instagram.com/p/BIO4adSIBNo/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	patriarcado
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	fetichin cigotin	9	https://www.instagram.com/p/BIOwOonAmSo/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	12	0	0	lascitasdemariana	47	https://www.instagram.com/p/BIOpE_nCCK/?tagged=abortolegalya	aborto
14-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	17	0	0	lascitasdemariana	47	https://www.instagram.com/p/BIOo8hPhaYA/?tagged=abortolegalya	Dichos...
14-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	memes yayo	19	https://www.instagram.com/p/BIOoER3FLKK/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	aborto
14-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	23	0	0	lascitasdemariana	47	https://www.instagram.com/p/BIOon3RRHBVi/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3584	18	0	dibujosfeministas	14200	https://www.instagram.com/p/BIOfRd5lc4d/?tagged=abortolegalya	feminismo
14-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	52	0	gordo picante	233	https://www.instagram.com/p/BIOLOfUI0hk/?tagged=abortolegalya	feminismo
14-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	77	11	0	lascitasdemariana	47	https://www.instagram.com/p/BIOBZLn1M-/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	discursos pro vida
14-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	1	0	fetichin cigotin	9	https://www.instagram.com/p/BIOETslgTCj/?tagged=abortolegalya	Feto
14-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	59	0	0	igualdata	3577	https://www.instagram.com/p/BINzmtbHgO1/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	mundial
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1182	6	0	hoguerafeminista	5881	https://www.instagram.com/p/BIN1iGJIXJI/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
14-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	18	0	0	lascitasdemariana	47	https://www.instagram.com/p/BIOAk74HRuP/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
14-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	50	0	0	lascitasdemariana	47	https://www.instagram.com/p/BIOAFS2HbMF/?tagged=abortolegalya	aborto
14-jul	#AbortoLegalYa	Gif	IG	0	126	0	0	violetamal	2220	https://www.instagram.com/p/BIN3foEnn8v/?tagged=abortolegalya	feminismo
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	2171	3	0	linea peluda	50300	https://www.instagram.com/p/BIN3LJdnd4T/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	25	0	0	cystersgroup	1012	https://www.instagram.com/p/BINkniHHTRt/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	feminismo
14-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	31	0	0	brendayamilaok	436	https://www.instagram.com/p/BIMrLMhnWKx/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
14-jul	#SiAlas2Vidas	Simpsons	IG	0	71	1	0	providapasodeloslibres	986	https://www.instagram.com/p/BIPHdYPIM00/?tagged=si alas2vidas	ciencia vs. ideología
14-jul	#SiAlas2Vidas	Imagen	IG	0	2	0	0	julian109103	254	https://www.instagram.com/p/BIPBVO1hWyy/?tagged=si alas2vidas	aborto

14-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	TW	0	0	0	0	@Thejokerface1	247	https://twitter.com/Thejokerface1/status/1018325565726740480	Debate congreso-legisladores
14-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	15	27	2	0	@FPSecin	569	https://twitter.com/FPSecin/status/1018300936039649280	"Movimiento pro aborto"
14-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@IgnaFerreyra13	28	https://twitter.com/IgnaFerreyra13/status/1018270086770122752	¿Aborto como solución?
14-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	1	0	0	@Karina75864698	19	https://twitter.com/Karina75864698/status/1018097670353752064	¿Cuándo es niño?
15-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	115	0	0	feminismo en vena	574	https://www.instagram.com/p/BIQNalzlzQV/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	feminismo
15-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	270	3	0	feminismo en vena	574	https://www.instagram.com/p/BIQMxc-FMUR/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	feminismo
15-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	23	0	0	momeesad	124	https://www.instagram.com/p/BIPTaRUgQ3i/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	feminismo
15-jul	#AbortoLegalYa	Gif	TW	1	2	0	0	@REDefineMX 2 hHace 2 horas	2656	https://twitter.com/REDefineMX/status/1018513042429173762	feminismo
15-jul	#AbortoLegalYa	Gif	TW	0	0	0	0	@sebafreiman	519	https://twitter.com/sebafreiman/status/1018494789426335744	pro vida vs pro aborto
15-jul	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@Brenda33716783	37	https://twitter.com/Brenda33716783/status/1018495845946228736	derecho vida vs. derecho a decidir
15-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@Sooybeel	207	https://twitter.com/Sooybeel/status/1018364641926402048	Dichos...
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	32	78	0	0	@Lenny_Caceres	7187	https://twitter.com/Lenny_Caceres/status/1018627859085131776	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@locurativina6	126	https://twitter.com/locurativina6/status/1018865809261842432	adoctrinamiento
16-jul	#AbortoLegalYa	Gif	TW	2	7	0	46	@Grupofusa	3044	https://twitter.com/Grupofusa/status/1018852893351448577	"Movimiento pro aborto"
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@jplvictoria	29	https://twitter.com/jplvictoria/status/1018844419653537792	feminismo
16-jul	#AbortoLegalYa	Video	TW	2183	5283	298	97100	@VLlinas	67000	https://twitter.com/VLlinas/status/1018665508462358529	aborto
16-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	1	3	0	0	@aldoolmedo	819	https://twitter.com/aldoolmedo/status/1018827623554797569	preservativo
16-jul	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@lezcanao_fran	467	https://twitter.com/lezcanao_fran/status/1018868561312395264	Debate congreso-legisladores
16-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	0	3	0	0	@CONINlujanDC	149	https://twitter.com/CONINlujanDC/status/1018684687919828993	discursos pro vida
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	0	0	raquivivanco	3052	https://www.instagram.com/p/BIS_Mf6nMBG/?tagged=abortolegalya	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	0	0	0	feminist power.8	29	https://www.instagram.com/p/BIS-23ugu1L/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"

16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1	0	0	cintiaber	245	https://www.instagram.com/p/BIS6CBSFHZC/?tagged=abortolegalya	embarazo deseado vs. no deseado
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	8	0	0	faudxelderechoadecidir	165	https://www.instagram.com/p/BIS2qy4g7Mp/?tagged=abortolegalya	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	10	0	0	kisssha89	552	https://www.instagram.com/p/BISr9WBnQEY/?tagged=abortolegalya	feminismo
16-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	3	0	0	fede_ancap	316	https://www.instagram.com/p/BISpyE7naJE/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
16-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	0	0	39	alejandroemanuelliastiz	301	https://www.instagram.com/p/BISaUseja5S/?tagged=abortolegalya	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	10	0	0	feministabortera	97	https://www.instagram.com/p/BISPiL3ghJT/?tagged=abortolegalya	feminismo
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	112	11	0	feminismo en vena	600	https://www.instagram.com/p/BISQO-7luxJ/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
16-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	127	1	0	feminismo en vena	600	https://www.instagram.com/p/BISQAqCfyOL/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	158	0	0	parodemujeres.argentina	2087	https://www.instagram.com/p/BIR7pTCnQ0a/?tagged=abortolegalya	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	15	0	0	surcomunicacionsocialunne	213	https://www.instagram.com/p/BIRvFOXhakf/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	23	0	0	interminarte	362	https://www.instagram.com/p/BIRu2C9l-DL/?tagged=abortolegalya	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	31	0	0	interminarte	362	https://www.instagram.com/p/BIRuzIGFiyt/?tagged=abortolegalya	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	20	0	0	femiidiota	163	https://www.instagram.com/p/BIRhQLoBJZp/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	99	0	0	aborto.legal	392	https://www.instagram.com/p/BIRfi47hW0V/?tagged=abortolegalya	patriarcado
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	140	0	0	lucha sorora	748	https://www.instagram.com/p/BIRSj3uF8-V/?tagged=abortolegalya	feminismo
16-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3099	33	0	lgbtrolas	2147	https://www.instagram.com/p/BIRdoRqBpmC/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
16-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	70	2	0	u.s.momos_ok	338	https://www.instagram.com/p/BIRWr_mlWXc/?tagged=abortolegalya	mundial
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	81	0	0	si.a.la.vida	24	https://www.instagram.com/p/BIRUYJsgrrc/?tagged=abortolegalya	aborto
16-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	32	3	0	america.feminista	285	https://www.instagram.com/p/BIQyLSXAk_C/?tagged=abortolegalya	Feto
16-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	19	2	0	alnnjssmn	745	https://www.instagram.com/p/BIQxWaOHbrd/?tagged=abortolegalya	feminismo
16-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	37	1	0	coninlujandecuyo	1111	https://www.instagram.com/p/BIRihvgHbrX/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
17-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	4	7	0	0	La Izquierda Diario	50800	https://twitter.com/izquierdadiario/status/1019205473642393600	Iglesia-Estado

17-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	5	6	0	0	@RevistaPPV	2894	https://twitter.com/RevistaPPV/status/1019188527391739904	"Movimiento pro aborto"
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	1	1	0	0	@Mtay_98	440	https://twitter.com/Mtay_98/status/1019178676099993600	aborto
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@leblurryface	9	https://twitter.com/leblurryface/status/101919926366500449	aborto
17-jul	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@leblurryface	9	https://twitter.com/leblurryface/status/101919926366500449	aborto
17-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@arieltricolores 4 hHace 4 horas	2360	https://twitter.com/arieltricolores/status/1019161558709137409	Dichos...
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@Maiuchus	26	https://twitter.com/Maiuchus/status/1019112625605697537	aborto
17-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@_alearce 9 hHace 9 horas	6	https://twitter.com/_alearce/status/1019098457921990656	Debate congreso-legisladores
17-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	1	0	0	@PorLas2Vidas 11 hHace 11 horas	25	https://twitter.com/PorLas2Vidas/status/1019061490551312384	Feto
17-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	feminismo en vena	628	https://www.instagram.com/p/BlVg7B-FgFG/?taken-by=feminismo en vena	patriarcado
17-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	4	0	0	feminismo en vena	628	https://www.instagram.com/p/BlVg5RIlyYd/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
17-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	400	4	0	tomatoe dibuja	13800	https://www.instagram.com/p/BlVdWA7nFCe/?tagged=abortolegalya	aborto
17-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	0	0	cintiaber	247	https://www.instagram.com/p/BlVdtvslw55/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
17-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	10	1	0	raquelandroides	274	https://www.instagram.com/p/BlVdqisDvoH/?tagged=abortolegalya	aborto
17-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	11	0	0	fabiana falcon	397	https://www.instagram.com/p/BlVdEiOH5am/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	fede_ancap	319	https://www.instagram.com/p/BlVctJeHNIO/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	28	0	0	lasrojas.cordoba	613	https://www.instagram.com/p/BlVW0aDBpTv/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	100	0	0	arrozcatita	2223	https://www.instagram.com/p/BlVH3wPH3W7/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
17-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	4	0	0	el arte es vida org	69	https://www.instagram.com/p/BlVBJ6GFRPJ/?tagged=abortolegalya	aborto
17-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	36	0	0	ilustracionesfeministas	57	https://www.instagram.com/p/BlUkvMsnXEv/?tagged=abortolegalya	feminismo
17-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	12	0	0	f3m1n1st4	10	https://www.instagram.com/p/BlUgUkRIC16/?tagged=abortolegalya	feminismo
17-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	1	0	0	ahrreatr	7	https://www.instagram.com/p/BlUccPLBUZL/?tagged=abortolegalya	aborto

17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	14	0	0	cande.carrizo12	627	https://www.instagram.com/p/BIUTTu9gvxT/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	8	0	0	femininjas2.0	18	https://www.instagram.com/p/BIUMB09hDi0/?tagged=abortolegalya	feminismo
17-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	soynof	628	https://www.instagram.com/p/BIUA20IBfEZ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
17-jul	#AbortoLegalYa	Gif	IG	0	0	0	50	usalaazoteaok	81	https://www.instagram.com/p/BIUWnDgP0O/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
17-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	3	0	0	ro.m.acevedo	178	https://www.instagram.com/p/BIVaMTQnmnq/?tagged=sialas2vidas	¿Cuándo es niño?
17-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	0	0	0	e.signetto	527	https://www.instagram.com/p/BIVhrSZnzCm/?tagged=sialas2vidas	aborto
17-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	0	0	104	karen.rodriguez25	318	https://www.instagram.com/p/BIUtpTvHJjP/?tagged=sialas2vidas	pro aborto
18-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	0	97	5118	lucha_sorora	975	https://www.instagram.com/p/BIVrXvVHf7/?tagged=abortolegalya	aborto
18-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	portalekoa	95	https://www.instagram.com/p/BIWT7U9nIV8/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
18-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	29	1	0	lp.disegnare	72	https://www.instagram.com/p/BIWOEufnlUM/?tagged=abortolegalya	feminismo
18-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	12	0	0	lp.disegnare	72	https://www.instagram.com/p/BIWN7LiHRQU/?tagged=abortolegalya	ironía sobre la discusión
18-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	32	0	0	girls_pwr	9299	https://www.instagram.com/p/BIWOtYihoDM/?tagged=abortolegalya	feminismo
18-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	77	1	0	ilustracionesfeministas	66	https://www.instagram.com/p/BIWM3TRHozT/?tagged=abortolegalya	feminismo
18-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	1	0	awesomemezs	6	https://www.instagram.com/p/BIWGJLIgBt9/?tagged=abortolegalya	ironía sobre la discusión
18-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	5	0	65	zetadize	641	https://www.instagram.com/p/BIWB1dvhZi/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
18-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	14	2	0	mdmysf28	221	https://www.instagram.com/p/BIWBeKWnafu/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
18-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	4	2	0	feministaa.abortera	59	https://www.instagram.com/p/BIW2eWvgF01/?tagged=abortolegalya	derecho vida vs. derecho a decidir
18-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	1	0	0	payrivolta	277	https://www.instagram.com/p/BIX3123Dow9/?tagged=abortolegalya	feminismo
18-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	55	1	0	feminist_rad	258	https://www.instagram.com/p/BIXFGKrgjxO/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
18-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	3	0	0	dalyrock82	269	https://www.instagram.com/p/BIWy0HAAtdt/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
18-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	feministaprovida	13	https://www.instagram.com/p/BIWvz38HNra/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"

18-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	1	0	projetotodassomosuma	37	https://www.instagram.com/p/BIWvTyFAXmi/?tagged=abortolegalya	feminismo
18-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	0	0	mdmysf28	221	https://www.instagram.com/p/BIWcvhpH7qC/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
18-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	mdmysf28	221	https://www.instagram.com/p/BIWVTknHeek/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
18-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	9	1	0	ro.m.acevedo	176	https://www.instagram.com/p/BIWi3T6n2T5/?tagged=si alas2vidas	ciencia vs. ideología
18-jul	#AbortoLegalYa	Gif	TW	0	3	0	0	@Abrilabruabril	79	https://twitter.com/Abrilabruabril/status/1019579143711846400	kirchnerismo
18-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	1	0	@jqnsrp	78	https://twitter.com/jqnsrp/status/1019575545607131136	Dichos...
19-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	12	12	2	0	@naevsky	1095	https://twitter.com/naevsky/status/1019672260553183232	"Movimiento pro aborto"
19-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@Vaniajara	991	https://twitter.com/Vaniajara/status/1019935520116404225	aborto
19-jul	#AbortoLegalYa	Gif	TW	0	0	0	0	@Maru_MDJ	188	https://twitter.com/Maru_MDJ/status/1019913436602552320	Movimiento "pro vida"
19-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	1	1	0	@ERA_DE_TONTOS	533	https://twitter.com/ERA_DE_TONTOS/status/1019898418783801344	Movimiento "pro vida"
19-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	0	2	0	0	@rociomagymonzon	868	https://twitter.com/rociomagymonzon/status/1019847072378507265	"Movimiento pro aborto"
19-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	6	10	0	0	@Maxluppino	1111	https://twitter.com/Maxluppino/status/1019902448583004160	discursos pro vida
19-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@despodanielhugo	10800	https://twitter.com/despodanielhugo/status/1019933694604333056	"Movimiento pro aborto"
19-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	4	0	0	hermanayotecreo	3806	https://www.instagram.com/p/BlanKYQFVvS/?tagged=abortolegalya	patriarcado
19-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	0	0	0	feminismo_argentina	18	https://www.instagram.com/p/Blam7qWg9D2/?tagged=abortolegalya	aborto latinoamérica
19-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	7	0	0	feminismo_argentina	18	https://www.instagram.com/p/BlZxE08Agq7/?tagged=abortolegalya	aborto
19-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	18	0	0	generacion.feminista	101	https://www.instagram.com/p/BlZvvyug1pa/?tagged=abortolegalya	aborto
19-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	8	0	0	feminismo_argentina	18	https://www.instagram.com/p/BlZwgdYAODn/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
19-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	16	0	0	generacion.feminista	101	https://www.instagram.com/p/BlZuuGOGUl2/?tagged=abortolegalya	patriarcado
19-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	16	0	0	generacion.feminista	101	https://www.instagram.com/p/BlZuNekgk_6/?tagged=abortolegalya	feminismo
19-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	197	15	0	gordoperreamex	1147	https://www.instagram.com/p/BlZjwS-gBHx/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

19-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	171	0	0	arrozcatita	2248	https://www.instagram.com/p/BIZamT3nEQM/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
19-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	putita_golosa	41	https://www.instagram.com/p/BIZaQdWnshG/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
19-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	30	0	0	marcosgimenez_14	1285	https://www.instagram.com/p/BIZNnr0H7tY/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
19-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	348	0	0	lucha_sorora	1320	https://www.instagram.com/p/BIZHMtclIN8/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
19-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	225	1	0	feminismo en vena	669	https://www.instagram.com/p/BIZB4CPFSp-/?tagged=abortolegalya	feminismo
19-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	306	0	0	feminismo en vena	669	https://www.instagram.com/p/BIZB0Rtl2NL/?tagged=abortolegalya	feminismo
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	17	80	1	0	@NaimidC	956	https://twitter.com/NaimidC/status/1020067405421260805	feminismo
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	9	16	0	0	@teleSURtv	1540000	https://twitter.com/teleSURtv/status/1020298278414372864	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	2	6	0	0	@MujsXMujNOA	794	https://twitter.com/MujsXMujNOA/status/1020285019334610946	Iglesia-Estado
20-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	8	20	0	0	@KATYPIOLA	1288	https://twitter.com/KATYPIOLA/status/1020080389967220742	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@SilvinaScola	235	https://twitter.com/SilvinaScola/status/1020301684461973504	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@marianitahiggi	308	https://twitter.com/marianitahiggi/status/1020294234572771330	aborto
20-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@Sooybeel	200	https://twitter.com/Sooybeel/status/1020181922000097281	aborto
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	336	1	0	feministax.	23	https://www.instagram.com/p/Blax2hEgMxE/?tagged=abortolegalya	pro aborto
20-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	75	0	0	resistenciaintransfeminista	5376	https://www.instagram.com/p/BldFpPqn6bu/?tagged=abortolegalya	Debate congresos-legisladores
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1	0	0	aldyta	327	https://www.instagram.com/p/BldEdKQHXPX/?tagged=abortolegalya	feminismo
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	52	0	lgbtrolas	2201	https://www.instagram.com/p/BldAStth4h8/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	0	0	antizurditxs.	29	https://www.instagram.com/p/Blchwn5Htbn/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	7	0	0	antizurditxs.	29	https://www.instagram.com/p/Blcg6_RHXEC/?tagged=abortolegalya	aborto

20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	13	0	0	antizurditsx.	29	https://www.instagram.com/p/BlcgK5Mn5ZW/?tagged=abortolegalya	feminismo
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	31	0	0	lamareapsico	1427	https://www.instagram.com/p/Blbus2QBFs-/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	8	0	0	memazo shit	75	https://www.instagram.com/p/BlbgXArgw4/?tagged=abortolegalya	Debate congresol-legisladores
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	95	12	0	violetamal	2243	https://www.instagram.com/p/BlbfpLrHQIy/?tagged=abortolegalya	Dichos...
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	631	0	0	cosecharoja	23800	https://www.instagram.com/p/BlbaaUOnGIIn/?tagged=abortolegalya	feminismo
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	29	0	0	naimircirelli	802	https://www.instagram.com/p/BlbalIMnoY9/?tagged=abortolegalya	feminismo
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	112	8	0	elcarteldesuarez	1187	https://www.instagram.com/p/BlbUouDn76H/?tagged=abortolegalya	Debate congresol-legisladores
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	72	1	0	resistenciaintransfeminista	5391	https://www.instagram.com/p/BlbTGztnVR8/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
20-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	bava360	52	https://www.instagram.com/p/BlbS_CRAplf/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	643	6	0	lluvia ilustraciones	2954	https://www.instagram.com/p/BlbGf5yn_Cd/?tagged=abortolegalya	feminismo
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	11	0	0	mdmysf28	231	https://www.instagram.com/p/BlaycTxHmav/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	183	3	0	sol despeinada	8744	https://www.instagram.com/p/Blav1-Kglkc/?tagged=abortolegalya	Feto
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	11	0	0	abortoo.legal	49	https://www.instagram.com/p/BlaqLlPnrpY/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
20-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	feminismo_argentina	23	https://www.instagram.com/p/Blanc7kgd9h/?taken-by=feminismo_argentina	adoctrinamiento
20-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	341	5	0	arrozcatita	2255	https://www.instagram.com/p/BlcGvaYnc1M/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	29	0	0	alguien.sin.nadie	532	https://www.instagram.com/p/Blb61kWA38Y/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	21	0	0	eugenia_galleguillo	225	https://www.instagram.com/p/Blb5H11nQBJ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
20-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	157	19	0	daiana_dickinson	1249	https://www.instagram.com/p/BlZQntpAloY/?tagged=sialas2vidas	aborto
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@kamideny	1802	https://twitter.com/kamideny/status/1020683946626076672	Movimiento "pro vida"

21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	5	7	0	0	@Lubertino	121000	https://twitter.com/Lubertino/status/1020421826047078400	derecho vida vs. derecho a decidir
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1714	18	0	ilustrandofeminismo	352	https://www.instagram.com/p/BlbUzNhHuKW/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	derecho vida vs. derecho a decidir
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	945	2	0	f3m1n1st4	56	https://www.instagram.com/p/BlbVPhlrle/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	aborto
21-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	171	4	0	madame_antifeminazis	288	https://www.instagram.com/p/Blba73rFcXt/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	325	3	0	abortoyconfusion	10400	https://www.instagram.com/abortoyconfusion/	aborto
21-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	398	4	0	feministax.	37	https://www.instagram.com/p/Blax2hEgMxE/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
21-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	105	11	0	tiapolitik	371	https://www.instagram.com/p/BldWsk_l6E6/?tagged=abortolegalya	feminismo
21-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2343	116	0	abortoyconfusion	10400	https://www.instagram.com/p/BldZlcFHJ6L/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
21-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	519	2	0	felizarcoiris	11300	https://www.instagram.com/p/BldiTY8nJH6/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
21-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	1116	5	0	bruja.feminista	7057	https://www.instagram.com/p/BldpywYlUgF/?tagged=abortolegalya	feminismo
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	5	0	0	feminista.abortista	7	https://www.instagram.com/p/BldsfA8BcmD/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
21-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	385	7	0	interseccionalidadmemes	2065	https://www.instagram.com/p/BldErkknJ55/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
21-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	24	0	0	antizurditxs.	42	https://www.instagram.com/p/BldubsPnlFt/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	1	0	ffeminismo	6	https://www.instagram.com/p/Bld1GWNgUgI/?tagged=abortolegalya	aborto
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	33	0	0	lamarea.fcs	1125	https://www.instagram.com/p/Bld9U--g5Qa/?tagged=abortolegalya	feminismo
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	29	1	0	fernanda_alesandro	927	https://www.instagram.com/p/BleCdUpH0P6/?tagged=abortolegalya	feminismo
21-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	femiradi.1975	33	https://www.instagram.com/p/BleSrij4gJul/?taken-by=femiradi.1975	Iglesia-Estado
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	972	9	0	lluvia ilustraciones	3054	https://www.instagram.com/p/BleafUMn1fx/?tagged=abortolegalya	patriarcado
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	0	0	aborto legal por la vida	66	https://www.instagram.com/p/BleiUUfBu_l/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	43	0	0	tumamiposting	157	https://www.instagram.com/p/Bleqgl4A4DM/?tagged=abortolegalya	derecho vida vs. derecho a decidir
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	14	0	0	feminista ilustradora	5	https://www.instagram.com/p/BlfDz7hnY8l/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"

21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	16	0	0	mushiaste	237	https://www.instagram.com/p/BlfEpnCn5GX/?taken-by=mushiaste	"Movimiento pro aborto"
21-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	ari_saenz_espinoza	230	https://www.instagram.com/p/BlfS3eMAH1l/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
21-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	5	0	0	feminista_ilustradora	5	https://www.instagram.com/p/BlfZWaPH8VM/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
21-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	14	0	0	ninarevolucion	86	https://www.instagram.com/p/BlftXSAnfRX/?tagged=abortolegalya	feminismo
21-jul	#SiALas2Vidas	Imagen	IG	0	32	1	0	antiabortita	117	https://www.instagram.com/p/BlfmVwJgxPM/?tagged=sialas2vidas	pro vida vs pro aborto
21-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	123	9	0	nomasfeminismoradicalchile	372	https://www.instagram.com/p/Bld_PG5BIQ5/?tagged=sialas2vidas	pro aborto
21-jul	#SiALas2Vidas	Imagen	IG	0	30	1	0	secundariosxlas2vidasba	79	https://www.instagram.com/p/Bldj1lkjYHj/?tagged=sialas2vidas	"Movimiento pro aborto"
21-jul	#SiALas2Vidas	Imagen	IG	0	33	0	0	secundariosxlas2vidasba	79	https://www.instagram.com/p/BleJLFmnIkK/?tagged=sialas2vidas	pro vida vs pro aborto
21-jul	#SiALas2Vidas	Simpsons	IG	0	136	9	0	nomasfeminismoradicalchile	372	https://www.instagram.com/p/Blb9bTJhPP5/?tagged=sialas2vidas	feminismo
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@TamaraVitelli	829	https://twitter.com/TamaraVitelli/status/1021164036052971521	Debate congreso-legisladores
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@ludiazpresti	321	https://twitter.com/ludiazpresti/status/1021152673335316480	ironía sobre la discusión
22-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	61	2	0	feministas.argentinas	568	https://www.instagram.com/p/BljKwjgn6Ta/?tagged=abortolegalya	pro aborto
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	1	0	caraitsart	399	https://www.instagram.com/p/BljKSe-hZ0N/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	4	2	0	luchecompanerx	12	https://www.instagram.com/p/BljJ_3PBbIX/?tagged=abortolegalya	aborto latinoamericana
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	14	0	0	feministax.	58	https://www.instagram.com/p/BljFd1EFly3/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	78	2	0	campa_aborto_legal_ya	254	https://www.instagram.com/p/BljA8ozF9fa/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	32	2	0	abrilesvioleta	800	https://www.instagram.com/p/Bli3a3gn_ps/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	6	0	0	luchecompanerx	11	https://www.instagram.com/p/Blix3GshqDp/?tagged=abortolegalya	Feto
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	0	0	luchecompanerx	11	https://www.instagram.com/p/Bliu8dch2xd/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	186	3	0	arrozcatita	2272	https://www.instagram.com/p/Bliuq6ZHQXi/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	38	1	0	ceciliamoreau82	1591	https://www.instagram.com/p/BliqHgMH2Oa/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	1156	24	0	hoguerafeminista	7097	https://www.instagram.com/p/BlicshPFqAW/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
22-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	3	0	0	feminista_xx	16	https://www.instagram.com/p/BlicnNoFfKN/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	42	0	0	feministas.arg.sp	129	https://www.instagram.com/p/Blia4V0gGIj/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
22-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	27	2	0	lolosimpsonok	176	https://www.instagram.com/p/BliZ9iWHQah/?tagged=abortolegalya	aborto
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	306	4	0	arrozcatita	2272	https://www.instagram.com/p/BliW7SwHHCC/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	29	0	0	campaabortolegal_seralley	195	https://www.instagram.com/p/BligCoOFk_o/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	66	2	0	mariupaccagnella	713	https://www.instagram.com/p/Blheg_qloes/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	288	20	0	buenos aires es provida	629	https://www.instagram.com/p/BlhhECRAxlf/?tagged=abortolegalya	pro aborto
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	17	1	0	mdmysf28	241	https://www.instagram.com/p/BlhKnqZnTlr/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	22	0	0	feministas del siglo xxi	92	https://www.instagram.com/p/BlhKmihBGnd/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	25	1	0	lolacufre	783	https://www.instagram.com/p/BlhEpQXHPPV/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	59	0	0	diariodigitalfemenino	1311	https://www.instagram.com/p/Blg_xMXHJuj/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	35	0	0	feministax.	58	https://www.instagram.com/p/BlgpStV137L/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	1736	37	0	bruja.feminista	7291	https://www.instagram.com/p/BlgbmthlupX/?tagged=abortolegalya	feminismo
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	35	3	0	melisakc04	266	https://www.instagram.com/p/BlgQJXZAY6Q/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	58	6	0	lasdosvidas	316	https://www.instagram.com/p/BlgOV5Pn-s9/?tagged=abortolegalya	¿Cuándo es niño?
22-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	332	10	0	interseccionalidadmemes	2088	https://www.instagram.com/p/BlgKVIKHHWM/?tagged=abortolegalya	¿Qué es vida?

22-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	8	0	0	julian109103	258	https://www.instagram.com/p/Bli-397BnmP/?tagged=sialas2vidas	embarazo deseado vs. no deseado
23-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	30	103	1	0	@RoFerrerIlustra	4181	https://twitter.com/RoFerrerIlustra/status/1021348357682450432	Movimiento "pro vida"
23-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	1	0	0	@adrianitaDyJ	1392	https://twitter.com/adrianitaDyJ/status/1021391170755284993	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	1	0	0	@CanonesDon	29	https://twitter.com/CanonesDon/status/1021342447547371520	Dichos...
23-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	0	0	0	0	@anabella9619	440	https://twitter.com/anabella9619/status/1021369688381624322	derechos animales vs derechos humanos
23-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	8	1	0	generacion.feminista	107	https://www.instagram.com/p/Blk5IfAJfu/?tagged=abortolegalya	patriarcado
23-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	24	1	0	feministas.argentinas	585	https://www.instagram.com/p/Blk45fNn0Ml/?tagged=abortolegalya	feminismo
23-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	36	4	0	elnicoalvarez	1023	https://www.instagram.com/p/Blk1a5onwtT/?tagged=abortolegalya	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	3	0	0	ventomario	400	https://www.instagram.com/p/Blk1KYEGhBM/?tagged=abortolegalya	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	5	0	0	antizurditxs.	56	https://www.instagram.com/p/BlkqNmEBC_0/?tagged=abortolegalya	ironía sobre la discusión
23-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	272	0	0	roferrerilustradora	5644	https://www.instagram.com/p/BlklDR9n3SQ/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
23-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	9	0	0	antizurditxs.	56	https://www.instagram.com/p/BlkqL7DB48g/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
23-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	50	3	0	blasvaldez	537	https://www.instagram.com/p/Blg4AsZlBqH/?tagged=abortolegalya	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	48	0	0	blasvaldez	537	https://www.instagram.com/p/Blg4BbSl8QW/?tagged=abortolegalya	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	34	0	0	blasvaldez	537	https://www.instagram.com/p/Blg3_lF6MF/?tagged=abortolegalya	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	putita_golosa	58	https://www.instagram.com/p/BlkLFn6HZ0V/?tagged=abortolegalya	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	11	0	0	putita_golosa	58	https://www.instagram.com/p/BlkK125n_y5/?tagged=abortolegalya	"Movimiento o pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	31	0	0	facho_fachero	74	https://www.instagram.com/p/Blj9McBloQq/?tagged=abortolegalya	feminismo

23-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	29	2	0	facho_fachero	74	https://www.instagram.com/p/Blj5AqslCOy/?tagged=abortolegalya	feminismo
23-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	15	1	0	emmanuel_kz	284	https://www.instagram.com/p/BljvxcSHUcg/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	4	0	fetichin cigotin	20	https://www.instagram.com/p/BljZopZAqjs/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
23-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	23	0	0	facho_fachero	74	https://www.instagram.com/p/Blj1WhrFYKo/?tagged=abortolegalya	feminismo
23-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	56	5	0	las dos vidas cuentan	711	https://www.instagram.com/p/Bljv0MmAfW/?tagged=sialas2vidas	Debate congreso-legisladores
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@Lulen	2	https://twitter.com/Lulen/status/1021750435974209536	"dice mi mamá.."
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	1	4	0	0	Raabarrionuevo@	1012	https://twitter.com/Raabarrionuevo/status/1021748326444740608	"dice mi mamá.."
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@lulibeerri	221	https://twitter.com/lulibeerri/status/1021735085446492160	aborto
24-jul	#SiALas2Vidas	Imagen	TW	0	0	0	0	@fjazzx	388	https://twitter.com/fjazzx/status/1021737220196184065	¿Cuándo es niño?
24-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	3	6	0	0	@MattDei91	318	https://twitter.com/MattDei91/status/1021578941474242561	pro vida vs pro aborto
24-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	1	0	0	@hombreblancook	375	https://twitter.com/hombreblancook/status/1021453698822754305	Iglesia-Estado
24-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@safcabj	33	https://twitter.com/safcabj/status/1021421334000283649	¿Qué es vida?
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	13	2	0	bartsitobebe123	48	https://www.instagram.com/p/BlItEJ0hxrI/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
24-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	17	0	0	antizurditxs.	63	https://www.instagram.com/p/BlIs1aQBaye/?tagged=abortolegalya	feminismo
24-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	17	0	0	antizurditxs.	63	https://www.instagram.com/p/BlIsyEGhN4j/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
24-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	40	0	0	facho_fachero	82	https://www.instagram.com/p/BlINfa0l0f8/?tagged=abortolegalya	feminismo
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	39	0	0	lulydibuja	540	https://www.instagram.com/p/BlIK5b3HiLK/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
24-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	43	0	0	chicahumita	161	https://www.instagram.com/p/BlIGvuXlyxi/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
24-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	128	2	0	facho_fachero	82	https://www.instagram.com/p/BlIEEHGlpky/?tagged=abortolegalya	pro aborto
24-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	31	3	0	facho_fachero	82	https://www.instagram.com/p/BlIDkn6F2HF/?tagged=abortolegalya	pro aborto
24-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	100	1	0	facho_fachero	82	https://www.instagram.com/p/BlIDVu5lnOi/?tagged=abortolegalya	pro aborto

24-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	35	0	0	joycantieri	1087	https://www.instagram.com/p/Blne524neoT/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
24-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	151	8	0	joycantieri	1087	https://www.instagram.com/p/BlnUCuNH5eI/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
24-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	3	0	feministarevolucionaria	69	https://www.instagram.com/p/Blmh6O3FTbh/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
24-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	10	0	0	perezconsuela	396	https://www.instagram.com/p/BlmXaGPnCkm/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	149	13	0	lunadelectores	962	https://www.instagram.com/p/BlmXik3H_RS/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
24-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	26	1	0	feministax.	74	https://www.instagram.com/p/BlmUwa1FVUK/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	52	1	0	lulydibuja	539	https://www.instagram.com/p/BlmRVBUne56/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	52	1	0	jesica.ard	1175	https://www.instagram.com/p/BlmJh7CnhXk/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	5	0	0	lgbturra	27	https://www.instagram.com/p/BlmHwd6nRGA/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
24-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	8	0	0	cande.carrizo12	627	https://www.instagram.com/p/BlmCw68g7SZ/?tagged=abortolegalya	aborto
24-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	277	14	0	joycantieri	1089	https://www.instagram.com/p/BlmB733nEdY/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
24-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	16	1	0	efectosecundario_1	66	https://www.instagram.com/p/BlI9tx_l5NJ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
24-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	94	4	0	arrozcatita	2284	https://www.instagram.com/p/BlIzu9Hugr/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
24-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	5	1	0	julian109103	261	https://www.instagram.com/p/BlmH8UmBQiz/?tagged=sialas2vidas	derecho vida vs. derecho a decidir
24-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	66	2	0	secundariosporlavida	371	https://www.instagram.com/p/BlnQb7gA7c2/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	2	4	0	0	@izquierdadiario	51000	https://twitter.com/izquierdadiario/status/1022113649706627076	"Movimiento pro aborto"
25-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@LauMorinico	58	https://twitter.com/LauMorinico/status/1021857864552538117	discursos pro vida
25-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	6	0	0	mdmysf28	279	https://www.instagram.com/p/Bl05Wr7HNtb/?tagged=abortolegalya	aborto
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	34	1	0	generacion.feminista	110	https://www.instagram.com/p/BlpB3penlgw/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	1	0	noeliasoledad27	654	https://www.instagram.com/p/BlpZhIpg5iF/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
25-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	0	0	51	poetasporelderechoalaborto	619	https://www.instagram.com/p/Blp8wRXgkzu/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	50	1	0	joycantieri	1900	https://www.instagram.com/p/Blp9FFZHfYj/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	10	0	0	citacordoba	588	https://www.instagram.com/p/Blp-0geHsId/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	118	0	0	linea_peluda	51800	https://www.instagram.com/p/BlqDqNZHiWX/?tagged=abortolegalya	pro aborto
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	324	5	0	joycantieri	1900	https://www.instagram.com/p/BlngEjqne4g/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	183	6	0	joycantieri	1900	https://www.instagram.com/p/BlniFJqHNAI/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	46	0	0	hecate_talleres	2764	https://www.instagram.com/p/BlngHdFId9V/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	3	0	0	ayelenloza	149	https://www.instagram.com/p/BlngKkOglh3/?tagged=abortolegalya	feminismo
25-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	10	2	0	darien_andades	107	https://www.instagram.com/p/Blnz7SXn27C/?tagged=abortolegalya	feminismo
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	11	0	0	vanesa_n_c	83	https://www.instagram.com/p/Blm02Pdnt8V/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
25-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	bartsitobebe123	52	https://www.instagram.com/p/BloSVXqhs-d/?tagged=abortolegalya	aborto
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	25	1	0	bruja verdes	91	https://www.instagram.com/p/BloZ_h_hkrL/?tagged=abortolegalya	feminismo
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	28	1	0	oldddmoney	600	https://www.instagram.com/p/BloaYoADFE-/?tagged=abortolegalya	aborto
25-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	39	2	0	machito_antifeminazi.	176	https://www.instagram.com/p/BlohHh2F7JO/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	59	1	0	rocio_girat	2115	https://www.instagram.com/p/BlojZGRFW4o/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	388	4	0	joycantieri	1900	https://www.instagram.com/p/BloqLsHdf_/?tagged=abortolegalya	aborto
25-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	3	0	fetichin_cigotin	21	https://www.instagram.com/p/BlopqjYAj5O/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	21	0	0	lagrillo23	633	https://www.instagram.com/p/BlorbE0gV4d/?tagged=abortolegalya	aborto
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	68	2	0	__renuu	473	https://www.instagram.com/p/Blorkb0BsyZ/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
25-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	12	0	0	bartsitobebe123	52	https://www.instagram.com/p/Blo0uNrhcYB/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
25-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	13	4	0	vidacallejeramta	45	https://www.instagram.com/p/Blo2SpRFbjp/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	151	6	0	nadimcomics	10400	https://www.instagram.com/p/Blo2VmqHvjn/?tagged=abortolegalya	argentina abortera

25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	16	0	0	lashic	1492	https://www.instagram.com/p/Blo3AnXHPXx/?tagged=abortolegalya	feminismo
25-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	20	0	0	purohumo420	100	https://www.instagram.com/p/Blo4tupFeHw/?taken-by=purohumo420	"Movimiento pro aborto"
25-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	4	0	0	maar.romeroo	811	https://www.instagram.com/p/BlpBll-FuZo/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
25-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	347	6	0	lacelestevida	2752	https://www.instagram.com/p/BlptihTgIP/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
25-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	1	0	0	salvemos.las2vidas.para.na	53	https://www.instagram.com/p/BlqCkB5Fy8D/?tagged=sialas2vidas	Debate congreso-legisladores
25-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	13	0	0	constructordehogares	139	https://www.instagram.com/p/Blm8ns4Fa9V/?tagged=sialas2vidas	aborto
26-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	3	9	0	0	@Loco_Rios	538	https://twitter.com/Loco_Rios/status/1022312255332012032	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	4	10	0	0	@Tianapol	237	https://twitter.com/Tianapol/status/1022304277669310465	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	11	12	0	0	@CarlosDeFeo	1800	https://twitter.com/CarlosDeFeo/status/1022271210091110400	Debate congreso-legisladores
26-jul	#AbortoLegalYa	Gif	TW	30	70	5	997	@PalermiMiniM	813	https://twitter.com/PalermiMiniM/status/1022268534343327745	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@somosyarara	1384	https://twitter.com/somosyarara/status/1022477890112217088	feminismo
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	1	0	0	piluli1709	347	https://twitter.com/piluli1709/status/1022470139495833600	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@valelatanaceron	1	https://twitter.com/valelatanaceron/status/1022468361702264833	"dice mi mamá.."
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@HumorProl	99	https://twitter.com/HumorProl/status/1022466350357389312	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	0	0	0	0	@cayatevos	27	https://twitter.com/cayatevos/status/1022455391626690561	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	2	1	0	0	@CarlaMamani6	48	https://twitter.com/CarlaMamani6/status/1022445257605165056	Dichos...
26-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@99_Luz_99	488	https://twitter.com/99_Luz_99/status/1022176935777103872	discursos pro vida
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	2	0	santicastillo81	514	https://www.instagram.com/p/BlsjMiZlZuV/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	26	2	0	victoriamorete	5059	https://www.instagram.com/p/BlskypcAvIO/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	vanesaoddi	853	https://www.instagram.com/p/BlskZD0HOs-/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	138	5	0	eioilustraciones	1976	https://www.instagram.com/p/BlrGw-nB5pe/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	43	1	0	campaabortolegal_seral.ev	247	https://www.instagram.com/p/BlrG3dYBCRI/?tagged=abortolegalya	patriarcado

26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	2	0	juanagallardo	183	https://www.instagram.com/p/BlrG2yThoOO/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	108	2	0	lasdosvidas	333	https://www.instagram.com/p/BlrLwQzHayA/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	18	0	0	isadora_santa.fe	304	https://www.instagram.com/p/BlrM4cQBUwY/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	16	1	0	feministas_as	129	https://www.instagram.com/p/BlrPrCVFe85/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	27	3	0	pegatinavalentina	422	https://www.instagram.com/p/BlrTIBxnuyY/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	4	0	0	cami_insurrecta	682	https://www.instagram.com/p/BlqYVdpAcCV/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	14	2	0	arielsalva1972	308	https://www.instagram.com/p/BlrXivcA55J/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	124	2	0	el_nobo	1688	https://www.instagram.com/p/BlrYxpThm53/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	0	0	mariandre898	328	https://www.instagram.com/p/BlrJu7glJN/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	44	3	0	lunadelectores	967	https://www.instagram.com/p/BlrdHZrH4Jp/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	12	0	0	caseritashop	94	https://www.instagram.com/p/BlrfGqehjTo/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	12	0	0	ndrradio	244	https://www.instagram.com/p/Blre64FFhro/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	119	1	0	feministas.argentinas	643	https://www.instagram.com/p/BlrgPVTHs0A/?tagged=abortolegalya	feminismo
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	11	0	0	littleolivia16	17	https://www.instagram.com/p/BlrhawDleYB/?tagged=abortolegalya	aborto
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	0	0	ale.buquet	903	https://www.instagram.com/p/Blrh563hwWI/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	amolatorilladepapas	1075	https://www.instagram.com/p/Blrmu7blhxy/?tagged=abortolegalya	aborto
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	18	4	0	vdifiore	657	https://www.instagram.com/p/BlrpWZQn6Qp/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	0	0	braigves	78	https://www.instagram.com/p/BlrrXSDCHH/?tagged=abortolegalya	¿Cuándo es niño?
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	58	0	0	yeguascm	2255	https://www.instagram.com/p/BlsYvvxHAc5/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	8	0	0	marisasrur	1265	https://www.instagram.com/p/BlsZzuPHYyB/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	150	3	0	joycantieri	2040	https://www.instagram.com/p/BlsdbbvnWiO/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto

26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	6	0	0	stillalba	296	https://www.instagram.com/p/BlsjH9Hn0T2/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	0	0	errecaro	972	https://www.instagram.com/p/Blslaw_Hqr9/?tagged=abortolegalya	feminismo
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	0	0	bren.hamilton	1684	https://www.instagram.com/p/Blslnv8hqqe/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	katolikodigital	185	https://www.instagram.com/p/BlsnMkKgWbW/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	11	0	0	cefyl	4134	https://www.instagram.com/p/BlsnCq0hpvF/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	marieinthekywd	398	https://www.instagram.com/p/BlrDAVAnqNy/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	574	10	0	joycantieri	2041	https://www.instagram.com/p/BlqNkX0nwV1/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	674	16	0	lagrillo23	658	https://www.instagram.com/p/BlqO4XIAQ98/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	689	9	0	joycantieri	2041	https://www.instagram.com/p/BlqWxWyn2vi/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
26-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	52	3	0	facho_fachero	96	https://www.instagram.com/p/BlqZe23lxue/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	106	0	0	facho_fachero	96	https://www.instagram.com/p/BlqY62hFH62/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	girlgrungex	118	https://www.instagram.com/p/BlqgU18Ack0/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	29	2	0	soletumini	619	https://www.instagram.com/p/Blqm9FvAr5L/?tagged=abortolegalya	Dichos...
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	21	1	0	vale.estayi	375	https://www.instagram.com/p/BlqqoGeBlZj/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	594	11	0	joycantieri	2041	https://www.instagram.com/p/Blq5iZinFFg/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	31	0	0	femmelgbt_	107	https://www.instagram.com/p/Blq-1MGA2V0/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
26-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	23	0	0	pylcritica.una	230	https://www.instagram.com/p/BlrBxlghDD-/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
26-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	88	4	0	antiabortita	202	https://www.instagram.com/p/BlqventAxGF/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
26-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	7	0	0	ricky_argentina	1320	https://www.instagram.com/p/BlrWnUJFgcp/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	6	8	0	0	@JSBuenosAires	1313	https://twitter.com/JSBuenosAires/status/1022826832054374402	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	11	24	0	0	@RoFerrerIlustra	4435	https://twitter.com/RoFerrerIlustra/status/1022824974971748353	Movimiento "pro vida"

27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	5	16	0	0	@Lauramoses	664	https://twitter.com/Lauramoses/status/1022557919336951809	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Video	TW	25	41	3	1329	@insuamarcelo	546	https://twitter.com/insuamarcelo/status/1022590516679061504	Dichos...
27-jul	#SiALas2Vidas	Imagen	TW	0	0	0	0	@Jimena_Luque	277	https://twitter.com/Jimena_Luque/status/1022692883193847808	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	1	0	0	@safcab	32	https://twitter.com/safcab/status/1022523877635829760	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	13	1	0	feminasttyy	38	https://www.instagram.com/p/BlS4x57hYUR/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	486	12	0	rofferrilustradora	5900	https://www.instagram.com/p/BlS-o1QHjSe/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	408	9	0	joycantieri	2210	https://www.instagram.com/p/BlTbtHHwXC/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	11	0	0	ornebutt	169	https://www.instagram.com/p/BlS0o21nz9F/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	10	0	0	mmarconetto	809	https://www.instagram.com/p/BltEOpPgEfo/?tagged=abortolegalya	ironía sobre la discusión
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	202	4	0	joycantieri	2210	https://www.instagram.com/p/BltDXqNnO6u/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	345	2	0	elcarrodepretzels	1741	https://www.instagram.com/p/BltKeKZB4c4/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	606	7	0	joycantieri	2210	https://www.instagram.com/p/BltO4GaHuWh/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	11	0	0	evikab	565	https://www.instagram.com/p/BltPk96AJiZ/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	11	3	0	lucilambarrera	186	https://www.instagram.com/p/BltTTjuHtjR/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	30	1	0	grantux	307	https://www.instagram.com/p/BltUnYUA9iL/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	104	1	0	joycantieri	2210	https://www.instagram.com/p/BltVBjNnp05/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	22	5	0	luchecompanerx	38	https://www.instagram.com/p/BltZ_BxB4yV/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	19	2	0	libresdelsurlaplata	188	https://www.instagram.com/p/Blta47qn_cE/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	13	1	0	debosg	187	https://www.instagram.com/p/BltfHNNnKiL/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1250	17	0	feminismo_y_lgbt	2112	https://www.instagram.com/p/BltfH20H6r1/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	21	2	0	florcrupi	381	https://www.instagram.com/p/BltiawDI_RI/?tagged=abortolegalya	Dichos...

27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	213	4	0	joycantieri	2210	https://www.instagram.com/p/BlthQHQnvUP/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	85	1	0	juanas.feminismopopular	437	https://www.instagram.com/p/BltkcShHBhI/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	emmi.cop	34	https://www.instagram.com/p/Bltkz03BDg6/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	3	0	stetataa_hyde	620	https://www.instagram.com/p/Bltk2cElbZ4/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	24	2	0	dai.con.acidez	1367	https://www.instagram.com/p/BltnHNJgHmb/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
27-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	237	2	0	memesdeizquierda	1739	https://www.instagram.com/p/BltmovqnEh3/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	29	1	0	msolarellano	534	https://www.instagram.com/p/BltoQ0LAM2x/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	0	0	laut_ariel	769	https://www.instagram.com/p/BltoF1XhfCn/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	58	0	0	machismo.lgtb.racismo.etc	26	https://www.instagram.com/p/BltpgkOjiPj/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	161	1	0	myd.ar	869	https://www.instagram.com/p/BltpPt9Bvle/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	1	0	mellamantonga	266	https://www.instagram.com/p/Bltr7U-lkUs/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	10	1	0	elten_edor	84	https://www.instagram.com/p/BlthZjBqMd/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	590	13	0	elpibedice oficial	12200	https://www.instagram.com/p/BltxiETht7Uz/?tagged=abortolegalya	aborto
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	45	0	0	feministas_launion	222	https://www.instagram.com/p/BltxpqvHg2u/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	555	1	0	estadolaicoya	14000	https://www.instagram.com/p/BltxpnsABtf/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	juanagallardo	185	https://www.instagram.com/p/Bltr31PUBJbm/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	melakarka	40	https://www.instagram.com/p/Bltr4BOansFz/?tagged=abortolegalya	Debate congres-legisladores
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	115	1	0	namasterosariook	2833	https://www.instagram.com/p/Bltr6tpIgld7/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	37	0	0	cel_murillo	1170	https://www.instagram.com/p/Bltr8BHShCH-/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
27-jul	#AbortoLegalYa	Gif	IG	0	7	0	35	lasdamasmuerendete	174	https://www.instagram.com/p/Bltr-ZJKHZ-X/?tagged=abortolegalya	Dichos...

27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	27	1	0	carolinamun2	443	https://www.instagram.com/p/BltdoOgB84/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá..."
27-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	76	1	0	elcarrodepretzels	1741	https://www.instagram.com/p/BluFiw9B9nj/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	20	7	0	messi al horno	135	https://www.instagram.com/p/BluK0jHCud/?tagged=abortolegalya	pro aborto
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	13	2	0	victoriaalvaa	997	https://www.instagram.com/p/BltMISgqX/?tagged=abortolegalya	pro aborto
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	22	0	0	vitobordas	629	https://www.instagram.com/p/Blu22u-nnKL/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	69	0	0	rofferrerilustradora	5904	https://www.instagram.com/p/BlvFw-5nZYr/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	160	12	0	soygridbeck	9179	https://www.instagram.com/p/BlvLjjHnjw9/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
27-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	15	0	0	feminist unidas	115	https://www.instagram.com/p/BlvPLdplX5Q/?tagged=abortolegalya	aborto
27-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	enclaverojafilo	1524	https://www.instagram.com/p/BlvO6cnBEuG/?tagged=abortolegalya	Dichos...
27-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	227	4	0	joycantieri	2223	https://www.instagram.com/p/BlsyLbRnaah/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
27-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	76	11	0	las dos vidas cuentan	803	https://www.instagram.com/p/BlsrAo96/?tagged=sialas2vidas	aborto
27-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	15	0	0	julian109103	259	https://www.instagram.com/p/BluXsVBVjb/?tagged=sialas2vidas	Feto
27-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	4	0	0	julian109103	259	https://www.instagram.com/p/BlvCER-h0e-/?tagged=sialas2vidas	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Video	TW	11	37	3	290	@VLLinas	69400	https://twitter.com/VLLinas/status/1023316964968685568	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@Macabernasconi	232	https://twitter.com/Macabernasconi/status/1023316128628649984	Feto
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@Vero Tolaba	2870	https://twitter.com/VeroTolaba/status/1023309330479759361	Movimiento "pro vida"
28-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	6	7	2	0	@SalvemosALos2	2888	https://twitter.com/SalvemosALos2/status/1022948726074212353	aborto
28-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	2	3	0	0	@Sooybeel	2472	https://twitter.com/Sooybeel/status/1022929560151777280	¿Aborto como solución?
28-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@MabeTolozClaus	261	https://twitter.com/MabeTolozClaus/status/1023306061292417024	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	25	0	0	katolikodigital	186	https://www.instagram.com/p/BlwCwcYA347/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	11	1	0	essarubia	507	https://www.instagram.com/p/BlwGM38jXvL/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	841	6	0	onda feminista	17700	https://www.instagram.com/p/BlwRw7CAIY6/?tagged=abortolegalya	aborto

28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	1465	15	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/BlwSIQdn9GO/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	30	0	0	aborto .ilegal	228	https://www.instagram.com/p/BlwYw1ZHRxG/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	403	2	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/BlwdRDYnHCv/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	melakarka	40	https://www.instagram.com/p/BlwlgBsHlly/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	1	0	providasincelejo	180	https://www.instagram.com/p/Blw0VHGhRfv/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	0	0	elsebita	388	https://www.instagram.com/p/Blx0KmZAxvf/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	6	0	0	oarrosario	86	https://www.instagram.com/p/Blx0X1WhauX/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	76	0	0	feministaslapampa	303	https://www.instagram.com/p/Blx4RFQnS8y/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	228	13	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blx6QkAnXij/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	190	4	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blx7hAJHTNE/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	206	3	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blx8AjwHwuv/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	34	1	0	unidosxlavida	2541	https://www.instagram.com/p/Blx8JX8A7pf/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	113	5	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blx83QenWuL/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	122	7	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blx9y4EnAKU/?tagged=abortolegalya	patriarcado
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	176	0	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/BlyAdrfrnKkT/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	6	0	maxi_v29	84	https://www.instagram.com/p/BlyFHpjj3Gh/?tagged=abortolegalya	Feto
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	305	3	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/BlyLfFgHmZq/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	7	1	0	feminista_me	425	https://www.instagram.com/p/BlyM-HVnCyL/?tagged=abortolegalya	feminismo
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	48	2	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/BlySaadnJZw/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	16	0	0	diotimaurbana	371	https://www.instagram.com/p/BlyTiLdnob4/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	44	0	0	feminiinja	641	https://www.instagram.com/p/BlyWkVXlC8X/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	77	1	0	matiatejedadibujos	592	https://www.instagram.com/p/BlyYa_hHCuF/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	4	0	0	cinthy.lr	657	https://www.instagram.com/p/BlybO9Ygd-m/?tagged=abortolegalya	pro aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1	0	0	guada_xdt	24	https://www.instagram.com/p/Blyb90yhaou/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
28-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	7205	570	27379	soyverollinas	255000	https://www.instagram.com/p/BlyetfvD6iZ/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	3	0	6	vazqueznanu	154	https://www.instagram.com/p/BlygO8QH-Vb/?taken-by=vazqueznanu	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	1	0	7	molinarij	214	https://www.instagram.com/p/BlygewQjUMI/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	8	0	0	lucianomariatti	1161	https://www.instagram.com/p/BlyizF-l8T1/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	73	1	0	fdefemininja	405	https://www.instagram.com/p/BlyjlnGgbRA/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	318	0	0	apostasia_arg	2953	https://www.instagram.com/p/BlyjdgYAA7p/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
28-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	13	0	117	val_sofi	1889	https://www.instagram.com/p/BlykCCphc5y/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	252	0	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/BlvWEpCnHYt/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	667	18	0	naomipreizler	13500	https://www.instagram.com/p/Blva0NDgmZc/?tagged=abortolegalya	Dichos...
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	veeeeriiiiii	136	https://www.instagram.com/p/BlveJvaHOWA/?tagged=abortolegalya	Dichos...
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	58	0	0	fantasmafeminista	214	https://www.instagram.com/p/BlvfLa7HKC9/?tagged=abortolegalya	feminismo
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	1189	11	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/BlvxazqHd6e/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	46	3	0	tdanielcussa	834	https://www.instagram.com/p/Blv1aF3gvlV/?tagged=abortolegalya	Dichos...
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	57	1	0	unlpxlavidia	461	https://www.instagram.com/p/Blv07zVHzK7/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	13	0	0	lau_lucietti	1235	https://www.instagram.com/p/Blv3N6OIT7N/?tagged=abortolegalya	aborto
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	952	35	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blv4fgZnBVQ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	97	2	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blv-sYDHgGx/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	132	7	0	joycantieri	2694	https://www.instagram.com/p/Blv_npUH59r/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	56	0	0	trinibelen19	856	https://www.instagram.com/p/BlwmIF3Bt3s/?tagged=sialas2vidas	aborto
28-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	52	2	0	zonaoste.xlas2vidas	347	https://www.instagram.com/p/BluA3GBg06O/?tagged=sialas2vidas	Feto
28-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	14	0	0	roma092916	1385	https://www.instagram.com/p/BlwV18AgyKP/?tagged=sialas2vidas	"Movimiento pro aborto"
28-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	5	0	0	familiarur	136	https://www.instagram.com/p/BlwcJHYgJUC/?tagged=sialas2vidas	aborto
28-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	46	0	0	las dos vidas cuentan	826	https://www.instagram.com/p/Blwi9RBgNgi/?tagged=sialas2vidas	aborto
28-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	7	2	0	julian109103	259	https://www.instagram.com/p/Blx8-DKh3at/?tagged=sialas2vidas	aborto
29-jul	#AbortoLegalYa	Video	TW	3	21	0	197	@lanegrapietra	1455	https://twitter.com/lanegrapietra/status/1023561927581155328	Movimiento "pro vida"
29-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@Qfluya	1987	https://twitter.com/Qfluya/status/1023573564119834626	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@jscaleseok	105	https://twitter.com/jscaleseok/status/1023557070883315715	Movimiento "pro vida"
29-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@ministeriocdh	235	https://twitter.com/ministeriocdh/status/1023354847544926214	aborto
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	649	9	0	joycantieri	2861	https://www.instagram.com/p/Bly0AoGnQhk/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	175	3	0	joycantieri	2861	https://www.instagram.com/p/Bly1UVJnXV1/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	8	0	0	jonatan_amerio	442	https://www.instagram.com/p/Bly35QA16Qx/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	8	0	0	jonatan_amerio	442	https://www.instagram.com/p/Bly6oPgF9uU/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	8	0	0	kayaza_remeras	944	https://www.instagram.com/p/Bly8XWSgMq2/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	52	1	0	lagrillo23	666	https://www.instagram.com/p/BlzDDTpgEY7/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	20	0	0	marinaemiliani	486	https://www.instagram.com/p/BlzEhv4B9wv/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto

29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	52	0	0	facho_fachero	108	https://www.instagram.com/p/BlzRBXola2i/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	12	1	0	feminasttyy	52	https://www.instagram.com/p/BlzZ3FtFPmm/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	0	0	arriba el feminismo	42	https://www.instagram.com/p/Blza-CChPEy/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	0	0	feminismo	4	https://www.instagram.com/p/BlzbLFWgTeT/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	10	0	0	estefy_mayorga	253	https://www.instagram.com/p/BlzeKIQH2c8/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	1	0	cruelenelcartel	419	https://www.instagram.com/p/Blzhif-B8Zx/?tagged=abortolegalya	Dichos...
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	70	0	0	feminismoch	1262	https://www.instagram.com/p/Blzr-GCFAIa/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	18	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blzx-WUgsgq/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blzz7ADgi_q/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blz0yCcgIcN/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	8	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blz1KlZggAx/?tagged=abortolegalya	aborto
29-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	luchecompanerx	46	https://www.instagram.com/p/Blz34oBH6o2/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	5	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blz6-sgA5PR/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	6	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blz7GEVA3LD/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	17	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blz8hYZAetr/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	11	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blz8VMRANMe/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
29-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	13	0	0	mayeutica	73	https://www.instagram.com/p/Blz8L5ngDcV/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	41	0	273	grinbankdaniel	3054	https://www.instagram.com/p/Bl0TykkgQUI/?tagged=abortolegalya	aborto
29-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	26	0	0	noralihgago	14700	https://www.instagram.com/p/Bl0WSBqnoih/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
29-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	feminasttyy	52	https://www.instagram.com/p/Bl0YFMtF1f1/?tagged=abortolegalya	feminismo
29-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	18	3	0	constructordehogares	143	https://www.instagram.com/p/Bl0YcpgFcaE/?tagged=sialas2vidas	aborto

30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	16	51	3	0	@EmiliaCabreraH	3214	https://twitter.com/EmiliaCabreraH/status/1023752339973447682	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@fsigwald	172	https://twitter.com/fsigwald/status/1023908854373986305	Iglesia-Estado
30-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	4	8	0	0	@RCORTEZN	1960	https://twitter.com/RCORTEZN/status/1023778260663107584	discursos pro vida
30-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	1	0	0	@NatyCvs95	859	https://twitter.com/NatyCvs95/status/1023707721139412992	"dice mi mamá.."
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	638	4	0	joycantieri	3238	https://www.instagram.com/p/Bl1bcJ1nKpA/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	156	10	0	feministas.argentinas	750	https://www.instagram.com/p/Bl1cRTPnFFp/?tagged=abortolegalya	patriarcado
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	185	7	0	cremedelacremeba	12500	https://www.instagram.com/p/Bl1pNF7hKoD/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	28	0	0	natuchamustaine	736	https://www.instagram.com/p/Bl1qlpPBKlN/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	679	1	0	joycantieri	3238	https://www.instagram.com/p/Bl10J2rnWgC/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	48	0	0	lagrillo23	672	https://www.instagram.com/p/Bl10u5Hg013/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	1	0	amalibre	125	https://www.instagram.com/p/Bl16S17ghbM/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	14	1	0	lagrillo23	672	https://www.instagram.com/p/Bl2FBtCAkCW/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	5	0	0	ilustro_instants	93	https://www.instagram.com/p/Bl2G-tTgNZX/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	amalibre	125	https://www.instagram.com/p/Bl2MPUpAi1E/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	amalibre	125	https://www.instagram.com/p/Bl2MUB0ARto/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	amalibre	125	https://www.instagram.com/p/Bl2NBkrg-LW/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	3	0	0	amalibre	125	https://www.instagram.com/p/Bl2NTZuA-L1/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2NeUXgG1U/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Nh-WADWj/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2UpfrgINi/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	12	2	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2ONSQgJFT/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Pt-8A9uQ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2RjypAQvH/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2RpiXg75T/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Rr_wgB31/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Ut2Ygndy/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2UxReAd9I/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2U0F9gzZ6/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2U7BjgGgH/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	18	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2VA56AgO2/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	13	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2VDyCgTV/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Wk0jgFCR/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	8	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Wg7XAaNC/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	6	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Zaw9gCWa/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2ZTsZg7YH/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	11	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2Zw2MALHN/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2apSyAscy/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	10	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2atRCAYP/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	17	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2ccTEAXQg/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	11	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2otGIgHdl/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2qlPtAwIX/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2qqc6gnK5/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2quZMAIWN/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	8	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2q1m1gBEu/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2q3jeg_TO/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2q9a5gL9Y/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	10	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2ragRgEc8/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	91	0	0	<u>littleolivia16</u>	28	https://www.instagram.com/p/Bl2s89eIOWC/?tagged=abortolegalya	feminismo
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	5	1	0	<u>doralismontoyafernandez</u>	2083	https://www.instagram.com/p/Bl2tzFmAMsl/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."

30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	13	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2uiOdghtD/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	11	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2uxSJggCz/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2u9V9gIKG/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	157	1	0	<u>de.nochevieja</u>	72	https://www.instagram.com/p/Bl2ynufBziS/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	0	0	<u>idk27.</u>	33	https://www.instagram.com/p/Bl0t7lhg9RU/?tagged=abortolegalya	Debate congresos-legisladores
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	<u>amalibre</u>	125	https://www.instagram.com/p/Bl2707rg8YP/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	113	5	0	<u>nahuelalfonso.ph</u>	2375	https://www.instagram.com/p/Bl3AfZ_HHSM/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	6	0	0	<u>warmisenresistencia</u>	76	https://www.instagram.com/p/Bl3BhxAgQ9M/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	100	4	0	<u>joycantieri</u>	3259	https://www.instagram.com/p/Bl3CBc0HdWs/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	30	0	0	<u>laura_g_velasco</u>	1025	https://www.instagram.com/p/Bl3CzaOH6QQ/?tagged=abortolegalya	feminismo
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	15	0	0	<u>katolikodigital</u>	189	https://www.instagram.com/p/Bl3E3CYgAXM/?tagged=abortolegalya	aborto
30-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	88	1	0	<u>joycantieri</u>	3259	https://www.instagram.com/p/Bl3GLYLHURZ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	84	1	0	<u>memesdeizquierda</u>	1920	https://www.instagram.com/p/Bl3IgWdHFkv/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	5	0	0	<u>aborto_ley</u>	29	https://www.instagram.com/p/Bl3Jf-iFaCD/?tagged=abortolegalya	aborto
30-jul	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	22	0	90	<u>__motus</u>	1062	https://www.instagram.com/p/Bl3Ja_sB632/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	15	0	0	<u>fantasmafeminista</u>	249	https://www.instagram.com/p/Bl3PzyiH7--/?tagged=abortolegalya	feminismo
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	34	3	0	<u>ampifei</u>	1272	https://www.instagram.com/p/Bl3QHU0nLik/?tagged=abortolegalya	feminismo
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	76	8	0	<u>danielazeppa</u>	3013	https://www.instagram.com/p/Bl3RItpnfaR/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado

30-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	38	0	0	unafeministadice	1047	https://www.instagram.com/p/Bl3TmsAloWX/?tagged=abortolegalya	feminismo
30-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	28	0	0	sororas.feminist	55	https://www.instagram.com/p/Bl0zAHSnAz7/?tagged=abortolegalya	aborto
30-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	27	3	0	karlin_2017.cr904	678	https://www.instagram.com/p/Bl0oEKWgcVW/?tagged=sialas2vidas	pro vida vs pro aborto
30-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	5	0	0	iva_vizslai	359	https://www.instagram.com/p/Bl1smhyADEy/?tagged=sialas2vidas	aborto
31-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	570	931	7	0	@cosecharoja	39400	https://twitter.com/cosecharoja/status/1023959564042035206	"Movimiento pro aborto"
31-jul	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@Horitzontal	104	https://twitter.com/Horitzontal/status/1024288347840282624	Movimiento "pro vida"
31-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	0	1	0	0	@valmar76	102	https://twitter.com/valmar76/status/1024277890760945664	"dice mi mamá.."
31-jul	#AbortoLegalYa	Gif	TW	0	0	0	0	@maledevuelta	52	https://twitter.com/maledevuelta/status/1024275118200184834	aborto
31-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@mar1zul	247	https://twitter.com/mar1zul/status/1024269681774026752	aborto
31-jul	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	1	0	0	@Jimena_Luque	277	https://twitter.com/Jimena_Luque/status/1024115729027739649	pro vida vs pro aborto
31-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	31	3	0	aborto_ley	61	https://www.instagram.com/p/Bl3Jf-iFaCD/?tagged=abortolegalya	aborto
31-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	12	0	0	bartsitobebe123	71	https://www.instagram.com/p/Bl3nZtGhfb8/?tagged=abortolegalya	pro aborto
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	5	0	0	lorenzo_diodatodieser	79	https://www.instagram.com/p/Bl3uDMDlpo4/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	517	22	0	donsavethecat	4193	https://www.instagram.com/p/Bl34H2kneMb/?tagged=abortolegalya	feminismo
31-jul	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	30	0	0	sororas.feminist	57	https://www.instagram.com/p/Bl4A5ISHcUs/?tagged=abortolegalya	patriarcado
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	160	9	0	campaabortolegal_seral_ey	313	https://www.instagram.com/p/Bl4BkIwl3vi/?tagged=abortolegalya	aborto
31-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	1009	23	0	joycantieri	3506	https://www.instagram.com/p/Bl4De4aHRjX/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
31-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	23	0	0	huecocielorock	646	https://www.instagram.com/p/Bl4MekBAOQG/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
31-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	25	0	0	bazterricaok	4239	https://www.instagram.com/p/Bl4RuYLADg0/?tagged=abortolegalya	escandalo vial
31-jul	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	342	7	0	antireligixn	17300	https://www.instagram.com/p/Bl4UTfOACWQ/?tagged=abortolegalya	patriarcado
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	130	11	0	childfree_argentina	580	https://www.instagram.com/p/Bl4WxmRAcY5/?tagged=abortolegalya	aborto
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	13	1	0	decime33	267	https://www.instagram.com/p/Bl4X9RRDGKn/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado

31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1001	4	0	bruja.feminista	9079	https://www.instagram.com/p/Bl4cgFOFysZ/?tagged=abortolegalya	feminismo
31-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	16	1	0	joenprovida	101	https://www.instagram.com/p/Bl4fXWKFcfS/?tagged=abortolegalya	aborto
31-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	6	0	0	joenprovida	101	https://www.instagram.com/p/Bl4gybUILL8/?taken-by=joenprovida	Feto
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	17	0	0	amalibre	160	https://www.instagram.com/p/Bl41KG0gs2H/?tagged=abortolegalya	feminismo
31-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	14	0	0	fernanda_alesandro	944	https://www.instagram.com/p/Bl5L10EnmSP/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
31-jul	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	46	1	0	joycantieri	3506	https://www.instagram.com/p/Bl5UyPaHWoH/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
31-jul	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	8	0	0	pink_sky.xx	60	https://www.instagram.com/p/Bl5d9T2Hx8N/?tagged=abortolegalya	adocrinamiento
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	2	0	0	pato_ferr	346	https://www.instagram.com/p/Bl5eH-9lzwd/?tagged=abortolegalya	feminismo
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	4	0	0	lesfleursdumal7	29	https://www.instagram.com/p/Bl5eqclgkiZ/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	461	5	0	bruja.feminista	9082	https://www.instagram.com/p/Bl5fPDDlBOa/?tagged=abortolegalya	feminismo
31-jul	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	16	0	0	putopakitorta	309	https://www.instagram.com/p/Bl5hC6WA7Ym/?tagged=abortolegalya	Dichos...
31-jul	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	9	0	0	julian109103	260	https://www.instagram.com/p/Bl3_BIWHPmT/?tagged=si alas2vidas	aborto
31-jul	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	6	0	0	iva_vizlai	359	https://www.instagram.com/p/Bl1smhyADEy/?tagged=si alas2vidas	aborto
01-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	4	8	0	0	@UCRDesLocal	636	https://twitter.com/UCRDesLocal/status/1024669484764880900	"Movimiento pro aborto"
01-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	46	172	1	0	@EmmanuelTaub	10800	https://twitter.com/EmmanuelTaub/status/1024374802444939264	"Movimiento pro aborto"
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	9	51	1	0	@JuliFranchinoA	397	https://twitter.com/JuliFranchinoA/status/1024315198243569665	"Movimiento pro aborto"
01-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	3	0	0	@chuaguirre	1724	https://twitter.com/chuaguirre/status/1024743429807517696	"Movimiento pro aborto"
01-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	1	3	1	0	@debora_dora	1309	https://twitter.com/debora_dora/status/1024741742480896003	"Movimiento pro aborto"
01-ago	#SiALas2Vidas	Collage	TW	27	36	1	0	@LionelPro74	1095	https://twitter.com/LionelPro74/status/1024444816824971270	¿Qué es vida?
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	12	0	0	soygioconda	360	https://www.instagram.com/p/Bl6H6GGFdsK/?tagged=abortolegalya	feminismo

01-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	no. feminazi.	18	https://www.instagram.com/p/Bl6ItZ9Hpsg/?tagged=abortolegalya	aborto
01-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	8	1	0	abortolegal39	9	https://www.instagram.com/p/Bl6KvYbg3_b/?tagged=abortolegalya	aborto
01-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	28	0	0	el.varsinsio	117	https://www.instagram.com/p/Bl6RnCml6iv/?tagged=abortolegalya	Feto
01-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	8	4	0	memazo shit	76	https://www.instagram.com/p/Bl6XdPcAk54/?tagged=abortolegalya	pro aborto
01-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	12	0	0	polcastro	163	https://www.instagram.com/p/Bl6iFkNgfWW/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	13	0	0	bartsitobebe123	76	https://www.instagram.com/p/Bl6kvliBjXA/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
01-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	25	0	0	baggiomultifruta	112	https://www.instagram.com/p/Bl69e-4AjcT/?tagged=abortolegalya	aborto latinoamericana
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	11	31	0	team_abzurdah	65	https://www.instagram.com/p/Bl7B6rcj9Js/?tagged=abortolegalya	¿Cuándo es niño?
01-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	burbuja_pop	125	https://www.instagram.com/p/Bl7NISsBQyH/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
01-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	291	12	0	childfree_argentina	637	https://www.instagram.com/p/Bl78ZkNAW11/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
01-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	71	0	0	childfree_argentina	637	https://www.instagram.com/p/Bl79XfrgGEp/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	788	68	0	bruja.feminista	10300	https://www.instagram.com/p/Bl7-MdnFRzR/?tagged=abortolegalya	feminismo
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	143	5	0	gpangue	1613	https://www.instagram.com/p/Bl7-QSUHRHS/?tagged=abortolegalya	Feto
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	81	4	0	chileateo	663	https://www.instagram.com/p/Bl7-yf4FOFh/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
01-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	8	0	0	piko.7.8	118	https://www.instagram.com/p/Bl7_aEal6Pi/?tagged=abortolegalya	aborto
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	camilaacunat	462	https://www.instagram.com/p/Bl8Kis2FVY0/?tagged=abortolegalya	feminismo
01-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	7	0	0	lucha_verde8m	55	https://www.instagram.com/p/Bl8P7N-gB-U/?tagged=abortolegalya	patriarcado
01-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	15	0	0	mona_ph	810	https://www.instagram.com/p/Bl8YVy1Hx7B/?tagged=abortolegalya	feminismo
01-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	7	0	0	sofi_elizabeth_98	165	https://www.instagram.com/p/Bl8YnnEAgQ2/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
01-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	29	0	0	frenteparalaspibas	185	https://www.instagram.com/p/Bl8ZfCTgn6R/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	107	1	0	memesvirulos	4368	https://www.instagram.com/p/Bl8cw49AzQh/?tagged=abortolegalya	preservativo
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	0	0	feministaparadise	20	https://www.instagram.com/p/Bl8h-zQFqFY/?tagged=abortolegalya	preservativo
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	183	0	0	aborto.libre.seguro.gratuito	1031	https://www.instagram.com/p/Bl8ih9ehBiu/?tagged=abortolegalya	patriarcado

01-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	feministaparadise	20	https://www.instagram.com/p/Bl8i5W3lNfZ/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
01-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	44	0	0	campaabortolegal_seral	333	https://www.instagram.com/p/Bl8jw2Llgve/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	0	0	0	rosarioestadolaico	6	https://www.instagram.com/p/Bl8kDRAh5By/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
01-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	6	0	0	feministaparadise	20	https://www.instagram.com/p/Bl8kHNglVUI/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
01-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	potatoecaroline	756	https://www.instagram.com/p/Bl8sNQjBtpP/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
01-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	6	1	0	cuello.adri	87	https://www.instagram.com/p/Bl8seICn2a3/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
01-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	7	0	0	aita.tatiana	265	https://www.instagram.com/p/Bl557e7A1dl/?tagged=sialas2vidas	aborto
01-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	122	0	0	las_dos_vidas_cuentan	960	https://www.instagram.com/p/Bl6MQoxgZD1/?tagged=sialas2vidas	¿Cuándo es niño?
01-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	8	0	0	constructordehogares	149	https://www.instagram.com/p/Bl61fmqF30X/?tagged=sialas2vidas	Feto
01-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	14	0	0	julian109103	261	https://www.instagram.com/p/Bl8BVMRhUu7/?tagged=sialas2vidas	aborto
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	20	56	0	0	@zywdna	94	https://twitter.com/zywdna/status/1024879063272501249	discursos pro vida
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	1	0	0	@taticuschnir	474	https://twitter.com/taticuschnir/status/1025000455703867392	patriarcado
02-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	0	2	0	0	@silviomargoni	1559	https://twitter.com/silviomargoni/status/1024999219403415557	Feto
02-ago	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	1	2	0	0	@888Norah	4	https://twitter.com/888Norah/status/1023985303692955657	"Movimiento pro aborto"
02-ago	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	1	2	0	0	@888Norah	4	https://twitter.com/888Norah/status/1023985303692955657	aborto
02-ago	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	1	2	0	0	@888Norah	4	https://twitter.com/888Norah/status/1023985303692955657	"Movimiento pro aborto"
02-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	38	0	0	xeridex	574	https://www.instagram.com/p/Bl8tR_GByeH/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	25	0	0	troll_center_ok	151	https://www.instagram.com/p/Bl82VEjlX1L/?taken-by=troll_center_ok	Dichos...
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	27	0	0	luchecompanerx	53	https://www.instagram.com/p/Bl82-ppA_yz/?tagged=abortolegalya	feminismo
02-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	30	0	0	bartsitobebe123	77	https://www.instagram.com/p/Bl9AX9vhyx3/?tagged=abortolegalya	feminismo
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	5	0	0	abortxlegal_ya	55	https://www.instagram.com/p/Bl9GMhMHC2y/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

02-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	8	0	0	abortxlegal_ya	55	https://www.instagram.com/p/BI9GO_ina0B/?tagged=abortolegalya	aborto
02-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	10	0	0	abortxlegal_ya	55	https://www.instagram.com/p/BI9GSaIHw9/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	21	1	0	abortxlegal_ya	55	https://www.instagram.com/p/BI9GVqhnIRE/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	19	1	0	feminismo abortolegal	124	https://www.instagram.com/p/BI9HskLhjGq/?tagged=abortolegalya	patriarcado
02-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	ecosdesororidad	26	https://www.instagram.com/p/BI9JW7LgPnt/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
02-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	14	0	0	flor_che	239	https://www.instagram.com/p/BI9JYqVHAwN/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
02-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	80	0	0	disipadoo	11800	https://www.instagram.com/p/BI9OAFHgLQf/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
02-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	25	0	0	generacion.feminista	134	https://www.instagram.com/p/BI9dNBGg_d/?tagged=abortolegalya	feminismo
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	19	0	0	generacion.feminista	134	https://www.instagram.com/p/BI9dPWnAdc9/?tagged=abortolegalya	feminismo
02-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	5	0	0	ginarovere	285	https://www.instagram.com/p/BI9lWGOFUta/?tagged=abortolegalya	Feto
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	1	0	0	fetofriends	4	https://www.instagram.com/p/BI9toDAnHMo/?tagged=abortolegalya	Feto
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	100	2	0	femmevoice1	702	https://www.instagram.com/p/BI9xRvDFDWP/?tagged=abortolegalya	patriarcado
02-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	0	0	lucecitaverde.gomez	19	https://www.instagram.com/p/BI90ETPg62h/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
02-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	pitulinaa	182	https://www.instagram.com/p/BI-lcvlp9Z/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
02-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	23	0	0	julian109103	261	https://www.instagram.com/p/BI8BVMRhUu7/?tagged=sialas2vidas	aborto
02-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	16	0	0	constructordehogares	147	https://www.instagram.com/p/BI89THWlad2/?taken-by=constructordehogares	Feto
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@reins910	120	https://twitter.com/reins910/status/1025427640256274432	"Movimiento pro aborto"
03-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@__bz9	304	https://twitter.com/_bz9/status/1025426674647814144	Iglesia-Estado
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@pao_lin	237	https://twitter.com/pao_lin/status/1025423155047878657	Iglesia-Estado
03-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	2	0	@andrew48607217 14 hHace 14 horas	0	https://twitter.com/andrew48607217/status/1025233228507037696	Iglesia-Estado
03-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	0	0	2	0	@andrew48607217 14 hHace 14 horas	0	https://twitter.com/andrew48607217/status/1025233228507037696	Iglesia-Estado
03-ago	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@_jaquiromero	31	https://twitter.com/_jaquiromero/status/1025167988171919361	pro aborto

03-ago	#SiALas2Vidas	Collage	TW	0	0	0	0	@marceloverzi	119	https://twitter.com/marceloverzi/status/1025159794762698752	Feto
03-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	32	2	0	vicc_montenegro	408	https://www.instagram.com/p/Bl-6o4NgoEX/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	547	9	0	dasilshowok	92	https://www.instagram.com/p/Bl-9LCChab/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
03-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	12	0	0	homero._junior	29	https://www.instagram.com/p/Bl_XAHQBnt5/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
03-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	489	63	0	disipadoo	11800	https://www.instagram.com/p/Bl_Y6GXDGTH/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	36	7	0	america.feminista	334	https://www.instagram.com/p/Bl_hrf3gz0w/?tagged=abortolegalya	Dichos...
03-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	15	0	0	homero._junior	29	https://www.instagram.com/p/Bl_l2bcB0vY/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	15	2	0	fetichin_cigotin	58	https://www.instagram.com/p/Bl_qGv8ADie/?tagged=abortolegalya	Dichos...
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	40	1	0	feminiinja	672	https://www.instagram.com/p/Bl_vUol8Tl/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	117	1	0	feminiinja	672	https://www.instagram.com/p/Bl_wt5Fnu1/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	23	0	0	reginaphalange._	1304	https://www.instagram.com/p/Bl_qzLnWtk/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
03-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	22	4	0	69ista	150	https://www.instagram.com/p/BmAAuv0link/?tagged=abortolegalya	Feto
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	egoistic.mmm	7	https://www.instagram.com/p/BmABgHRA9ph/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
03-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	0	1	0	feministas_memes	7	https://www.instagram.com/p/BmAQIN-ADWC/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
03-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	7	0	0	chipi_power	69	https://www.instagram.com/p/BmBOGB2Bb1s/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	75	0	0	dasilshowok	92	https://www.instagram.com/p/BmBOzSoBarF/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
03-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	18	0	0	feministaparadise	117	https://www.instagram.com/p/BmBUDINFcR0/?tagged=abortolegalya	pro aborto
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	75	0	0	disipadoo	11800	https://www.instagram.com/p/BmBbs02DTck/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	1	0	diegoteele	1066	https://www.instagram.com/p/BmBeCXhnqks/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	0	0	abort0_legal	331	https://www.instagram.com/p/BmBlbjNBImH/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto

03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	0	0	julian109103	261	https://www.instagram.com/p/BmBPNIkhFt/?tagged=sialas2vidas	pro aborto
03-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	173	11	0	cuanta_verdad	609	https://www.instagram.com/p/Bl_B5PhjVan/?tagged=sialas2vidas	pro aborto
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@Stoll_D	269	https://twitter.com/Stoll_D/status/1025834289223610373	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@breslagerman	17	https://twitter.com/breslagerman/status/1025826182514790400	"dice mi mamá.."
04-ago	#AbortoLegalYa	Gif	TW	2	7	0	0	@gustavopecoraro	8713	https://twitter.com/gustavopecoraro/status/102582237348257803	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	1	0	0	@CamiDSosa	967	https://twitter.com/CamiDSosa/status/1025818661129519104	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	176	3	0	memesvirulos	4406	https://www.instagram.com/p/BmBvUYHgRbT/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	23	0	0	promosdeig	42	https://www.instagram.com/p/BmBxXkOl8B3/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	40	0	0	isadora_santa.fe	318	https://www.instagram.com/p/BmB3e47BC7W/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	22	2	0	homero. .junior	52	https://www.instagram.com/p/BmCBfmzh-9h/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	41	0	0	baggionmultifruta	128	https://www.instagram.com/p/BmCR-F2gVBc/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	496	6	0	ilustrandofeminismo	847	https://www.instagram.com/p/BmCWQIHlShC/?tagged=abortolegalya	patriarcado
04-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	112	0	0	disipadoo	11800	https://www.instagram.com/p/BmCb-DWjcnv/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	32	0	0	phcostasilva	5476	https://www.instagram.com/p/BmCkzZ-g2YA/?tagged=abortolegalya	patriarcado
04-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	23	0	0	promosdeig	43	https://www.instagram.com/p/BmCmwoHlvN1/?tagged=abortolegalya	pro aborto
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	jesus.dios.ok	293	https://www.instagram.com/p/BmCno_5FhB3/?tagged=abortolegalya	aborto
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	101	1	0	feministaparadise	196	https://www.instagram.com/p/BmCsnkv16-O/?tagged=abortolegalya	feminismo
04-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	109	1	0	feministaparadise	196	https://www.instagram.com/p/BmCvcqmFsrX/?tagged=abortolegalya	feminismo
04-ago	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	9	1	114	nosoyderoble	204	https://www.instagram.com/p/BmC958KBiHu/?tagged=abortolegalya	aborto
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	954	3	0	tessaimpresa	9500	https://www.instagram.com/p/BmD3t96Fg-L/?tagged=abortolegalya	patriarcado
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	16	0	0	fxlinistx	1474	https://www.instagram.com/p/BmD6oxcHQNW/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	16	1	0	cronopias engira	256	https://www.instagram.com/p/BmD6QrTgSf6/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	28	8	0	dasilshowok	92	https://www.instagram.com/p/BmD6qrlh1kh/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	81	0	0	disipadoo	11800	https://www.instagram.com/p/BmEB9NjDTSw/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	3	0	0	doralismontoyafernandez	2085	https://www.instagram.com/p/BmED9zXAOuK/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	30	0	0	aborto_legalysseguro	263	https://www.instagram.com/p/BmEGZNPAGx6/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	51	0	0	daigualtuorientacion	239	https://www.instagram.com/p/BmEJKJ2lt1p/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	31	1	0	feministaparadise	198	https://www.instagram.com/p/BmEKxQHLYi/?tagged=abortolegalya	Feto
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	25	0	0	generacion.feminista	136	https://www.instagram.com/p/BmEKovWFxWf/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
04-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	194	1	0	aantonegra	99375	https://www.instagram.com/p/BmEOfivnIXG/?tagged=abortolegalya	pro aborto
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	28	0	0	feministaparadise	198	https://www.instagram.com/p/BmEV_vclGT0/?tagged=abortolegalya	patriarcado
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	2	0	0	deangelisas	439	https://www.instagram.com/p/BmEXu0zlvWl/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	15	0	0	varela memes	492	https://www.instagram.com/p/BmEaxRDgTdd/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
04-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	19	0	0	bruja verdes	417	https://www.instagram.com/p/BmEbCLMBxev/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
04-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	0	0	0	aborto_l_s_g	3	https://www.instagram.com/p/BmEf1iKBvmo/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
04-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	56	0	0	trinibelen19	889	https://www.instagram.com/p/BmC0e-QhuF/?tagged=sialas2vidas	aborto
04-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	129	0	0	noalaborto	367	https://www.instagram.com/p/BmB3qljAORF/?tagged=sialas2vidas	Debate congreso-legisladores
05-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@CasiCuerdas	107	https://twitter.com/CasiCuerdas/status/1026250519743012864	"Movimiento pro aborto"
05-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	14	9	0	0	@OlaCelsteChiloe	149	https://twitter.com/OlaCelsteChiloe/status/1026134738422124545	discursos pro vida
05-ago	#AbortoLegalYa	Video	IG	0	10	0	24	lara.zna	184	https://www.instagram.com/p/BmHX0f7n0ab/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

05-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	0	0	0	female revolution01	2	https://www.instagram.com/p/BmHZWPSIVt9/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
05-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	19	0	0	feminista.cool	158	https://www.instagram.com/p/BmGwrCinJb5/?taken-by=feminista.cool	Movimiento "pro vida"
05-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	17	0	0	feminista rebelde	21	https://www.instagram.com/p/BmG0Bvbl12q/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	5	0	0	frank urticante	1142	https://www.instagram.com/p/BmG1l5QhkUc/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	51	1	0	floxmin army team	893	https://www.instagram.com/p/BmG9yY3na84/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
05-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	41	2	0	luchecompanerx	127	https://www.instagram.com/p/BmHDSKTH8pn/?taken-by=luchecompanerx	"Movimiento pro aborto"
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	113	1	0	feministaparadise	523	https://www.instagram.com/p/BmHE77YFXXf/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
05-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1046	29	0	lanegragedienta	9469	https://www.instagram.com/p/BmHNdaGntRC/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	94	3	0	disipadoo	11800	https://www.instagram.com/p/BmHPn8WgU07/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	5	0	0	la chape chapesita	765	https://www.instagram.com/p/BmHUSLogEeR/?taken-by=la_chape_chapesita	Iglesia-Estado
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	45	0	0	aborto legal fotos	750	https://www.instagram.com/p/BmHU5iQF1Wl/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	97	2	0	feministas.argentinas	873	https://www.instagram.com/p/BmHVEk_nWez/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
05-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	151	4	0	feministaparadise	523	https://www.instagram.com/p/BmFWZ4LFvKO/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	24	1	0	promosdeig	59	https://www.instagram.com/p/BmFf8ScFj6X/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	61	0	0	mr.williams4	2603	https://www.instagram.com/p/BmGnD4dnF77/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
05-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	27	0	0	nicoplop	1424	https://www.instagram.com/p/BmGnaQLHpUk/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
05-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	18	0	0	juanagallardo	188	https://www.instagram.com/p/BmGnrwUhb4b/?tagged=abortolegalya	kirchnerismo
05-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	100	0	0	disipadoo	11800	https://www.instagram.com/p/BmGpxpuDhNs/?tagged=abortolegalya	discursos pro vida
05-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	176	1	0	memesvirulos	4411	https://www.instagram.com/p/BmGtOKZA2ab/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
05-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	1	2	0	argentinosporlavida	1	https://www.instagram.com/p/BmGkwXeAFMv/?tagged=sialas2vidas	kirchnerismo
05-ago	#SiALas2Vidas	Simpsons	IG	0	6	0	0	argentinosporlavida	1	https://www.instagram.com/p/BmGl-ywAct_/?tagged=sialas2vidas	Movimiento "pro vida"

05-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	1	0	0	argentinosporlavid	1	https://www.instagram.com/p/BmHNbYZAnnr/?tagged=sialas2vidas	pro vida vs pro aborto
06-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@ Lulen	3	https://twitter.com/_Lulen/status/1026485353253949440	Movimiento "pro vida"
06-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	1	0	@nicodyk13	770	https://twitter.com/nicodyk13/status/1026478285314818048	Movimiento "pro vida"
06-ago	#AbortoLegalYa	Gif	TW	0	3	1	0	@parialapsus	2534	https://twitter.com/parialapsus/status/1026478065600344064	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	143	3	0	feministaparadise	750	https://www.instagram.com/p/BmHcPnkFqLj/?tagged=abortolegalya	patriarcado
06-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	31	1	0	promosdeig	60	https://www.instagram.com/p/BmHcyYcFqHE/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
06-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1001	4	0	sol despeinada	14100	https://www.instagram.com/p/BmHiH0TggWA/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
06-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	105	1	0	feministaparadise	751	https://www.instagram.com/p/BmHi1XfFg_Y/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
06-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	207	1	0	feministaparadise	752	https://www.instagram.com/p/BmHi_ICF9Vr/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	1	0	churros cosmicos	301	https://www.instagram.com/p/BmHsImQFiex/?tagged=abortolegalya	pro aborto
06-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	12	0	0	parauntoqueok	62	https://www.instagram.com/p/BmHwxE-hjNE/?tagged=abortolegalya	pro aborto
06-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	75	0	0	feminiismoo	620	https://www.instagram.com/p/BmIhcCxhOqJ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	16	0	0	malvape	787	https://www.instagram.com/p/BmIjVD7HQUG/?tagged=abortolegalya	Dichos...
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	0	0	cariolita	618	https://www.instagram.com/p/BmIl8llHkDE/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
06-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	3	0	0	frases de t	27	https://www.instagram.com/p/BmIoKMcFq5S/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	117	1	0	mismosderechos	394	https://www.instagram.com/p/BmIpMsnlVHA/?tagged=abortolegalya	feminismo
06-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	0	0	nadindaleis	197	https://www.instagram.com/p/BmIwAskHn97/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
06-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	70	6	0	tiapolitik	428	https://www.instagram.com/p/BmIwEJ3levY/?tagged=abortolegalya	pro aborto
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	0	0	cari.russo	114	https://www.instagram.com/p/BmIyFYfnzaT/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
06-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	18	10	0	zorrodelfindelmundo	568	https://www.instagram.com/p/BmIzUobAzwp/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	50	0	0	democratsabroadarg	133	https://www.instagram.com/p/BmI0i4XlmVu/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores

06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	13	0	0	dasilshowok	95	https://www.instagram.com/p/BmI4FxwhcoZ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	46	0	0	juanitacarcar	1848	https://www.instagram.com/p/BmI8BT4nroI/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	16	1	0	dasilshowok	95	https://www.instagram.com/p/BmI8 - XBNO7/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
06-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	32	0	0	da_strzatkowski	955	https://www.instagram.com/p/BmI9RQdnaQK/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
06-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	nadindaleis	197	https://www.instagram.com/p/BmI-RwZnYa1/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	61	2	0	ninacarmesi	3749	https://www.instagram.com/p/BmI-yvrAuy6/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
06-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	8	0	0	nossa hora legalizar aborto rj	172	https://www.instagram.com/p/BmJCleDreo/?tagged=abortolegalya	aborto
06-ago	#SiALas2Vidas	Imagen	IG	0	2	0	0	argentinosporlavida	1	https://www.instagram.com/p/BmGlrMcgnxa/?tagged=sialas2vidas	adoctrinamiento
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@HarryTamini	1474	https://twitter.com/HarryTamini/status/1026500128172138497	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	14	22	2	0	@PoneleWeb	523	https://twitter.com/PoneleWeb/status/1026811650870050816	Debate congreso-legisladores
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@NedyFlanders	166	https://twitter.com/NedyFlanders/status/1026846600797274112	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Gif	TW	3	2	0	13	@leobalmaceda	284	https://twitter.com/leobalmaceda/status/1026845527248449537	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@AlwaysbeyondCaro	214	https://twitter.com/AlwaysbeyondCaro/status/1026845031913742337	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@ambar_venanzett	126	https://twitter.com/ambar_venanzett/status/1026843728798015490	pro vida vs pro aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@Garachid1	2	https://twitter.com/Garachid1/status/1026666168126525441	LGTBIQ
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	6	1	0	simpson_y_el_pais	62	https://www.instagram.com/p/BmJw5VMnObd/?tagged=abortolegalya	LGTBIQ
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	4	0	0	simpson_y_el_pais	62	https://www.instagram.com/p/BmJycZUnNdH/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	107	3	0	celentanoana	1345	https://www.instagram.com/p/BmJ3_1unGH-/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	19	1	0	fuerzagraf	317	https://www.instagram.com/p/BmJ7zT7gGdV/?tagged=abortolegalya	farmacias del Dr. Aborto

07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	261	0	0	noesno.lv	2509	https://www.instagram.com/p/BmJ9Zl2BYCt/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	11	0	0	el_nandz	328	https://www.instagram.com/p/BmKNaTPAGOE/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4	0	0	anatalepatina	181	https://www.instagram.com/p/BmKOSpZH64y/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	161	0	0	abortadxs	451	https://www.instagram.com/p/BmKPgg1AFUI/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	95	1	0	momos_luisilloelpillo	622	https://www.instagram.com/p/BmKQZjsFrqC/?tagged=abortolegalya	pro aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	22	0	0	el.varsinso	145	https://www.instagram.com/p/BmKSyhUlo8s/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	femin7	9	https://www.instagram.com/p/BmKVuLFHkzU/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	114	1	0	feministaparadise	1016	https://www.instagram.com/p/BmKWO2HlGWA/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	14	0	0	maimaimdq	347	https://www.instagram.com/p/BmKX1d5nIdB/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	115	1	0	disipadoo	11700	https://www.instagram.com/p/BmKX4jGAqSI/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	48	4	0	mique.ms	502	https://www.instagram.com/p/BmKZl09Dbig/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	10	0	0	mirtina1917	223	https://www.instagram.com/p/BmKan1xHB-I/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	0	0	rainbow_of_letters	101	https://www.instagram.com/p/BmK0it8AyO5/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	5	0	0	fetojusticiero	50	https://www.instagram.com/p/BmLOZlGA293/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	23	0	0	fantasmafeminista	343	https://www.instagram.com/p/BmLRKhAlvXe/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	36	4	0	elferraok	444	https://www.instagram.com/p/BmLTcjYHjGb/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	24	0	0	julietaalons	404	https://www.instagram.com/p/BmLci0MnOcx/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	9	0	0	msolarellano	49	https://www.instagram.com/p/BmLdEzdAsZs/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	155	0	0	memesvirulos	4468	https://www.instagram.com/p/BmLdaXJAS7R/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	2	0	0	levogiroband	132	https://www.instagram.com/p/BmLekSHn4Dx/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"

07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	26	0	0	revueltas	471	https://www.instagram.com/p/BmLemh_FXqb/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	1	0	paublu	125	https://www.instagram.com/p/BmLff8fBvLN/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	4	0	0	laut ariel	776	https://www.instagram.com/p/BmLgcr4hZ8P/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	9	2	0	laut ariel	776	https://www.instagram.com/p/BmLgmWoB_Gz/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	25	0	0	maxi.tomatis	634	https://www.instagram.com/p/BmLhN2OgW4h/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	17	0	0	lautaacosoo	956	https://www.instagram.com/p/BmLh2cOHFO7/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	16	1	0	emile broust	512	https://www.instagram.com/p/BmLiZFCHN4z/?tagged=abortolegalya	pro aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	31	1	0	luisaniveyronoblia	1014	https://www.instagram.com/p/BmLi1YQlp0l/?tagged=abortolegalya	pro aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	7	0	0	feminista.cool	165	https://www.instagram.com/p/BmLjF-snM5V/?tagged=abortolegalya	patriarcado
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	31	0	0	gmarti.ok	2326	https://www.instagram.com/p/BmLkGOJHm1J/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	18	0	0	maruleb	244	https://www.instagram.com/p/BmLkCISHVvq/?tagged=abortolegalya	pro aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	333	8	0	guillermokuitca	6402	https://www.instagram.com/p/BmLhIERnp1a/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	93	1	0	feministas.argentinas	952	https://www.instagram.com/p/BmLkzbn0og/?tagged=abortolegalya	pro aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	0	0	pabloehgarista	450	https://www.instagram.com/p/BmLnJJKnwFT/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	0	0	feministaqw	65	https://www.instagram.com/p/BmLoO1yAqbs/?tagged=abortolegalya	feminismo
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	4	0	0	astromeliasas	178	https://www.instagram.com/p/BmLpU8In2li/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
07-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	9	0	0	servogrande	966	https://www.instagram.com/p/BmLpilgg6tB/?tagged=abortolegalya	aborto
07-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	7	0	0	micuerpo.mibatalla	267	https://www.instagram.com/p/BmLrkN7HZLI/?tagged=abortolegalya	feminismo
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	11	2	0	anterieart	1388	https://www.instagram.com/p/BmLsq-xBQz0/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	5	2	0	xblack flag	216	https://www.instagram.com/p/BmLuAnyAOuR/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#AbortoLegalYa	Gif	IG	0	53	0	37	fandenanchu	3127	https://www.instagram.com/p/BmLuOnOHHVO/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"

07-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	0	0	0	marys2226	265	https://www.instagram.com/p/BmJmnDUgBLS/?tagged=sialas2vidas	"Movimiento pro aborto"
07-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	41	2	0	alienada_antifeminista	109	https://www.instagram.com/p/BmKBsKdA3yV/?tagged=sialas2vidas	embarazo deseado vs. no deseado
07-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	28	3	0	si.alas.2vidas	32	https://www.instagram.com/p/BmKANyZBoIx/?tagged=sialas2vidas	aborto
07-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	11	0	0	si.alas.2vidas	32	https://www.instagram.com/p/BmKA5ZxhRiT/?tagged=sialas2vidas	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	44	55	0	0	@Furibundo1	23	https://twitter.com/Furibundo1/status/1027165646067515393	Movimiento "pro vida"
08-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	10	30	2	0	@luciaseisas	547	https://twitter.com/luciaseisas/status/1027183913305866240	Movimiento "pro vida"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	16	30	0	0	@NUNCAMS8	752	https://twitter.com/NUNCAMS8/status/1027187554641170434	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	7	18	0	0	@lacervezademica	10100	https://twitter.com/lacervezademica/status/1027198995054186496	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	28	52	0	0	@lsbozzi	219	https://twitter.com/lsbozzi/status/1027171297372065798	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	124	201	0	0	@activacongreso	9816	https://twitter.com/activacongreso/status/1027153543109779456	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	13	9	0	0	@GiuliettaViola	219	https://twitter.com/GiuliettaViola/status/1027180244728520706	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	105	168	3	0	@subversivos	13200	https://twitter.com/subversivos/status/1027128256032649216	Movimiento "pro vida"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	20	16	1	0	@mdoloresamadeo	960	https://twitter.com/mdoloresamadeo/status/1027098434296262656	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@loneliness	173	https://twitter.com/loneliness/status/1027223317743382528	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Gif	TW	0	0	0	0	@heyclementina	408	https://twitter.com/heyclementina/status/1027223180904148997	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	3	3	0	0	@martuzep	218	https://twitter.com/martuzep/status/1027223140856987649	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	1	0	0	0	@Khrischu	760	https://twitter.com/Khrischu/status/1027222943800217600	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@Tlahuicole1318	9765	https://twitter.com/Tlahuicole1318/status/1027222783858749440	Debate congreso-legisladores
08-ago	#SiALas2Vidas	Imagen	TW	0	0	0	0	@pame_haymal	167	https://twitter.com/pame_haymal/status/1027218334931185664	Feto

08-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	TW	0	0	0	0	@Luna69746792	0	https://twitter.com/Luna69746792/status/1027211306296909825	discursos pro vida
08-ago	#SiALas2Vidas	Simpsons	TW	0	0	0	0	@soydelaU_Chile	4386	https://twitter.com/soydelaU_Chile/status/1027206476845252608	pro vida vs pro aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	324	1	0	feministarevolucionaria	457	https://www.instagram.com/p/BmOMBsEFAhR/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	217	3	0	voodoo_cat_indumentaria	4977	https://www.instagram.com/p/BmONzK2gz_R/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	31	1	0	cazadora_vintage	1331	https://www.instagram.com/p/BmOK1Qnn_C/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	126	0	0	memesvirulos	4497	https://www.instagram.com/p/BmOOAqSAiAv/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	177	0	0	amoresrock	3516	https://www.instagram.com/p/BmOOG-KH_U6/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	21	0	0	leapaolinisomers	2509	https://www.instagram.com/p/BmOOQv6jktL/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	18	0	0	batidadicoco	326	https://www.instagram.com/p/BmOOoVFg8H0/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	3	0	0	ps.ibanez	124	https://www.instagram.com/p/BmOOumTnLkj/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	22	0	0	sofiafraga	2370	https://www.instagram.com/p/BmOOu54HiqU/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	0	0	im_a_feminist_human	3	https://www.instagram.com/p/BmOQklzhwMQ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	38	1	0	patricia_stover	668	https://www.instagram.com/p/BmOI729n1VQ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	68	4	0	aviturzi	718	https://www.instagram.com/p/BmOSB51HbyQ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	18	5	0	ectita_merello	860	https://www.instagram.com/p/BmOSFmhH_t1/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	27	5	0	darkpaino	402	https://www.instagram.com/p/BmOSZwtAA2z/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1	0	0	di.bi.nas	25	https://www.instagram.com/p/BmOShWon4CE/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
08-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	10	0	0	waan.porto	810	https://www.instagram.com/p/BmOTo3ZHhsA/?tagged=abortolegalya	aborto

08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	1	0	0	bean_dj	71	https://www.instagram.com/p/BmOT1g1jiYO/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	5	0	0	webchicasombra	1697	https://www.instagram.com/p/BmOT1PjAerb/?tagged=abortolegalya	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	47	0	0	a.18.min.del.sol	1087	https://www.instagram.com/p/BmORsYsnv5S/?tagged=abortolegalya	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	6	0	0	natisscarfo	1685	https://www.instagram.com/p/BmOVaoHBzLH/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	20	1	0	memes_chajari	1375	https://www.instagram.com/p/BmOVbXP93l/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	21	1	0	lulus.90	1681	https://www.instagram.com/p/BmOVcuBnX5-/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	13	0	0	nfernandez1201	219	https://www.instagram.com/p/BmOTQxSnG5B/?tagged=abortolegalya	feminismo
08-ago	#AbortoLegalYa	Gif	IG	0	21	0	61	marivir.____	939	https://www.instagram.com/p/BmOV09NAGDA/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	13	1	0	fedezingman	742	https://www.instagram.com/p/BmOWv-JnPpr/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	0	0	agoospoliti	501	https://www.instagram.com/p/BmOW8DjhTqK/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	13	0	0	promosdeig	60	https://www.instagram.com/p/BmOXNGiFYsW/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1	0	0	claudiapontoevirgula	96	https://www.instagram.com/p/BmOX6wZBU-Q/?tagged=abortolegalya	feminismo
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	1	0	0	hellish.thunder	176	https://www.instagram.com/p/BmOYOSkA8CO/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	40	0	0	the.feminist.power	5126	https://www.instagram.com/p/BmOYbdmF7_z/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	0	0	0	florenia.martinez	1495	https://www.instagram.com/p/BmOYgz2FIOU/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	3	0	0	natasharomanoffbarnes	988	https://www.instagram.com/p/BmOYin6BudZ/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	0	0	0	tdc.rockargentina	305	https://www.instagram.com/p/BmOYs7YgGon/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	78	2	0	cecilianon	1148	https://www.instagram.com/p/BmOB5GZntwW/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores

08-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	353	9	0	somoswarriors	4105	https://www.instagram.com/p/BmOE9GHiut/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	17	0	0	mofisercuri	766	https://www.instagram.com/p/BmOGmpYlg_u/?tagged=abortolegalya	patriarcado
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	1	0	morant18	507	https://www.instagram.com/p/BmOICBPg4J9/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	0	0	dasilshowok	97	https://www.instagram.com/p/BmOlAhWht9z/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	20	0	0	diegogarufas	278	https://www.instagram.com/p/BmOJFTMh2Z4/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	6	0	0	tu momero preferido	47	https://www.instagram.com/p/BmOJ5qrAcBi/?tagged=abortolegalya	pro aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	29	0	0	tellevoparaquemelleve	908	https://www.instagram.com/p/BmN9Gxyn-cX/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	154	14	0	loup.garoudg	973	https://www.instagram.com/p/BmN_s6kDeBQ/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	12	0	0	egoistic.mmm	36	https://www.instagram.com/p/BmN-YYTnOsm/?tagged=abortolegalya	ironía sobre la discusión
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	41	0	0	xol.te.josh	525	https://www.instagram.com/p/BmN9PaRhpZH/?hl=es-la&tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	25	0	0	hotwavesvintagehair	133	https://www.instagram.com/p/BmN7GkygTjh/?tagged=abortolegalya	feminismo
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	30	0	0	feminismo power	139	https://www.instagram.com/p/BmNufenBr-O/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	30	0	0	natipolacino	641	https://www.instagram.com/p/BmNqPiEH_aM/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	29	0	0	luketrotamundos	3462	https://www.instagram.com/p/BmM4z0MAp47/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	10	1	0	eleuceiaeneo	105	https://www.instagram.com/p/BmM6CdVn-ZD/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	78	0	0	fran.coso	680	https://www.instagram.com/p/BmM7dIPHSm-/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	24	0	0	atrevah	395	https://www.instagram.com/p/BmNIT5Ln-uS/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	63	0	0	tortudecruz	1832	https://www.instagram.com/p/BmNO-20BTsO/?tagged=abortolegalya	pro aborto
08-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	19	0	0	matias1768	403	https://www.instagram.com/p/BmM4XByFxZK/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida

08-ago	#SiALas2Vidas	Imagen	IG	0	2	0	0	gurenjarutobi	433	https://www.instagram.com/p/BmM8jt1HPMt/?tagged=sialas2vidas	Feto
08-ago	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	IG	0	53	0	0	losdescalzos	1346	https://www.instagram.com/p/BmNA6RRFnBn/?tagged=sialas2vidas	aborto
08-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	10	2	0	myrianeok	1042	https://www.instagram.com/p/BmNHulaleKo/?tagged=sialas2vidas	pro vida vs pro aborto
08-ago	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	IG	0	15	0	0	marianaltoro	941	https://www.instagram.com/p/BmNL4l7hSa9/?tagged=sialas2vidas	aborto
08-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	117	34	0	jokelum	6261	https://www.instagram.com/p/BmOO-JtnJN3/?tagged=sialas2vidas	discursos pro vida
08-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	11	0	0	nancyviral3	509	https://www.instagram.com/p/BmOjlv_B0MZ/?tagged=sialas2vidas	pro vida vs pro aborto
08-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	12	2	0	katy_cai7	1302	https://www.instagram.com/p/BmOnxXJL-x5/?tagged=sialas2vidas	Feto
08-ago	#SiALas2Vidas	Simpsons	IG	0	8	2	0	momosvirales_ar	136	https://www.instagram.com/p/BmOqpaqHbk5/?tagged=sialas2vidas	Debate congreso-legisladores
08-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	22	0	0	jokelum	6261	https://www.instagram.com/p/BmOu_DHHXjt/?tagged=sialas2vidas	Debate congreso-legisladores
08-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	4	0	0	evi.rios	1064	https://www.instagram.com/p/BmO5OO0nyi6/?tagged=sialas2vidas	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	1201	102	0	nachoprietto	32800	https://www.instagram.com/p/BmOpDzEHjOa/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	1	0	influenzerfiebreñared	1706	https://www.instagram.com/p/BmO52rDIIn-/?tagged=abortolegalya	argentina abortera
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	m4ca_mims	38	https://www.instagram.com/p/BmO8b05HBzi/?tagged=abortolegalya	ironía sobre la discusión
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	nvillares80	122	https://www.instagram.com/p/BmO-T4dAt88/?taken-by=nvillares80	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	3	0	0	jonydizeok	513	https://www.instagram.com/p/BmO-WztATFp/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	cecic76	392	https://www.instagram.com/p/BmO-dp7hZm7/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
08-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	12	0	0	josepe_momos	489	https://www.instagram.com/p/BmO-n4alnp4/?tagged=abortolegalya	aborto
08-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	1	0	0	arriba.nuestrofeminismo	43	https://www.instagram.com/p/BmO_CyQgmih/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
08-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	4	0	0	sr. r .	1730	https://www.instagram.com/p/BmO_hu5lrth/?tagged=abortolegalya	"Movimiento pro aborto"
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	0	0	0	0	@guaschetti	13200	https://twitter.com/guaschetti/status/1027214106430988289	pro vida vs pro aborto

09-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	30	46	1	0	@klarolinesquad	157	https://twitter.com/klarolinesquad/status/1027370216194564096	"Movimiento pro aborto"
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	23	29	1	0	@estrambolicon	211	https://twitter.com/estrambolicon/status/1027374888892477440	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	36	42	0	0	@LibrsyCombativs	3408	https://twitter.com/LibrsyCombativs/status/1027504853227061248	aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	67	94	4	0	@TodoNegativo	62000	https://twitter.com/TodoNegativo/status/1027433361302794240	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	TW	4	6	0	0	@Lucas_millo14	388	https://twitter.com/Lucas_millo14/status/1027490327458979840	"Movimiento pro aborto"
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	15	15	0	0	@skakeofanzine	2135	https://twitter.com/skakeofanzine/status/1027505454153383938	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	TW	103	188	9	0	@berweber	1749	https://twitter.com/berweber/status/1027423424090652673	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	16	75	0	0	@valeriafgl	13800	https://twitter.com/valeriafgl/status/1027423520048009216	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	12	59	1	0	@AllYouNeedIsRob	357	https://twitter.com/AllYouNeedIsRob/status/1027414696092229632	"Movimiento pro aborto"
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	11	36	0	0	@T_fuggi	54	https://twitter.com/T_fuggi/status/1027395292356915200	"dice mi mamá.."
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	42	98	0	0	@kelseysantx	3245	https://twitter.com/kelseysantx/status/1027368648741191680	Feto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	17	52	0	0	@autochocadora	945	https://twitter.com/autochocadora/status/1027390588805677056	"Movimiento pro aborto"
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@_LittleLulu_	359	https://twitter.com/_LittleLulu_/status/1027559128951128064	Feto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	2	0	0	0	@cariolita	690	https://twitter.com/cariolita/status/1027557838703476738	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	1	1	0	0	@MARIAJ_SALADO	3151	https://twitter.com/MARIAJ_SALADO/status/1027557487006941184	pro vida vs pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	2	5	0	0	@sofiaschirripa5	263	https://twitter.com/sofiaschirripa5/status/1027556983640076288	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	TW	1	1	0	0	@UnadeMarte	242	https://twitter.com/UnadeMarte/status/1027556640608927744	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@Regveintitres	148	https://twitter.com/Regveintitres/status/1027556395703574528	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@Sinsus1	284	https://twitter.com/Sinsus1/status/1027555759725457410	Iglesia-Estado
09-ago	#AbortoLegalYa	Gif	TW	0	0	0	0	@edu_onelove	29	https://twitter.com/edu_onelove/status/1027555549066477569	Debate congreso-legisladores

09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	1	0	0	0	@Rober_taylor	88	https://twitter.com/Rober_taylor/status/1027553990832259077	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	0	0	0	@NegroYCabezonn	73	https://twitter.com/NegroYCabezonn/status/1027552927894986753	Iglesia-Estado
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	TW	7	4	0	0	@gabu04pi	2196	https://twitter.com/gabu04pi/status/1027551601748271105	Debate congreso-legisladores
09-ago	#SiALas2Vidas	Imagen	TW	2	8	1	0	@alevalverde01	166	https://twitter.com/alevalverde01/status/1027376472451948545	Debate congreso-legisladores
09-ago	#SiALas2Vidas	Fotomontaje	TW	0	0	0	0	@Mauri07142_35	4	https://twitter.com/Mauri07142/status/1027566833799454720	pro vida vs pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	TW	0	1	1	0	@JhosephJimenez_	53	https://twitter.com/JhosephJimenez_/status/1027556037514158080	Feto
09-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	3	0	0	lauriabad	531	https://www.instagram.com/p/BmQ09AVHIE7/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	4855	36	0	me lo conto un facho	12000	https://www.instagram.com/p/BmPY6WyAGGi/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	14	0	0	flordeamapola	420	https://www.instagram.com/p/BmP2N8khtuS/?tagged=abortolegalya	kirchnerismo
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	angie_perdomo_1980	167	https://www.instagram.com/p/BmP2vHiF5wc/?tagged=abortolegalya	pro vida vs pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	57	4	0	momos y memingos	1028	https://www.instagram.com/p/BmP232lHK7d/?tagged=abortolegalya	pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	6	0	0	momos y memingos	1028	https://www.instagram.com/p/BmRKA_cn-nC/?taken-by=momos_y_memingos	pro vida vs pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	5	0	0	marxiana.	90	https://www.instagram.com/p/BmP6VQ9D4Eh/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	51	2	0	gordo_picante	272	https://www.instagram.com/p/BmQLG6RFt3P/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	8	0	0	dona_homero	20	https://www.instagram.com/p/BmQM-M6ASAn/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	16	0	0	maba_maga	228	https://www.instagram.com/p/BmQR8VU11--/?tagged=abortolegalya	aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	15	0	0	nicoaguilera9	1666	https://www.instagram.com/p/BmQVCUMHA8J/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	13	0	0	nicoaguilera9	1666	https://www.instagram.com/p/BmQX7CNH1vZ/?tagged=abortolegalya	pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	5	0	0	momazoz_anonymouz	118	https://www.instagram.com/p/BmQYTM_H9MP/?tagged=abortolegalya	pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	111	7	0	tiapolitik	460	https://www.instagram.com/p/BmQbJxsFqqm/?tagged=abortolegalya	feminismo

09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	1	0	0	lucianohernandez84	56	https://www.instagram.com/p/BmQdYHHAhQx/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	4	0	0	cynthia_vargasc	128	https://www.instagram.com/p/BmQdmG5n1xd/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	yo_canibal_rafa	634	https://www.instagram.com/p/BmQNGi6lONw/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	0	0	yo_canibal_rafa	634	https://www.instagram.com/p/BmQkPbdF4pc/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	2	0	0	claudi_orellano	1163	https://www.instagram.com/p/BmQlP2gnoqm/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	22	0	0	orii.xx	990	https://www.instagram.com/p/BmQm-jijz75/?tagged=abortolegalya	"dice mi mamá.."
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	6	0	0	maiparcero	709	https://www.instagram.com/p/BmQpY7BAS-N/?tagged=abortolegalya	aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	9	0	0	koragg__	449	https://www.instagram.com/p/BmQqRP0ngWX/?tagged=abortolegalya	ironía sobre la discusión
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	45	1	0	abentemacs	1682	https://www.instagram.com/p/BmQqk2GHXEa/?tagged=abortolegalya	aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	20	0	0	noeli_p	663	https://www.instagram.com/p/BmQriBwHxWR/?tagged=abortolegalya	Iglesia-Estado
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	16	0	0	inthenameof.	122	https://www.instagram.com/p/BmQsisDBNAX/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	2	0	0	laureanoordoqui	168	https://www.instagram.com/p/BmQsjE3HAvX/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Caricatura	IG	0	21	0	0	elbudatom	1701	https://www.instagram.com/p/BmQswwOH263/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	190	7	0	anarquismos14	11400	https://www.instagram.com/p/BmQwUCfF3w_/?tagged=abortolegalya	aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	23	0	0	juaanimiremont	785	https://www.instagram.com/p/BmQw8siA3gP/?tagged=abortolegalya	aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	319	12	0	nahuelsteneri	5919	https://www.instagram.com/p/BmQw7rWnGzN/?tagged=abortolegalya	pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	7	0	0	comprateunpony	118	https://www.instagram.com/p/BmQxbnzBrTI/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	4	0	0	king_of_cafeine	1784	https://www.instagram.com/p/BmQyl88AbgV/?tagged=abortolegalya	pro aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	3	0	0	accion.feministaovalle	63	https://www.instagram.com/p/BmQzKEXHLnv/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	51	0	0	tiovidela	686	https://www.instagram.com/p/BmQ0HuCFF-U/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	2	0	0	__ruben_dario__	103	https://www.instagram.com/p/BmQpyTgn-JT/?tagged=abortolegalya	kirchnerismo
09-ago	#AbortoLegalYa	Imagen	IG	0	4	0	0	zoshen8	273	https://www.instagram.com/p/BmQ0kIMlb8C/?tagged=abortolegalya	aborto
09-ago	#AbortoLegalYa	Collage	IG	0	27	9	0	cuadrosquehablan	1141	https://www.instagram.com/p/BmQ0sVEHgXu/?tagged=abortolegalya	Movimiento "pro vida"

09-ago	#AbortoLegalYa	Fotomontaje	IG	0	2	0	0	lslrcompanytemplate	179	https://www.instagram.com/p/BmPpBGuFHth/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	921	20	0	enfermito_simpson	5618	https://www.instagram.com/p/BmPs8cMnhpn/?tagged=abortolegalya	Debate congreso-legisladores
09-ago	#AbortoLegalYa	Simpsons	IG	0	262	3	0	enfermito_simpson	5618	https://www.instagram.com/p/BmRI6N8H8AK/?taken-by=enfermito_simpson	pro aborto
09-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	11	0	0	tacloespinosa	1037	https://www.instagram.com/p/BmPC_PQlfZ-/?tagged=sialas2vidas	Iglesia-Estado
09-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	14	2	0	momosvirales_ar	139	https://www.instagram.com/p/BmPm4ibn62Y/?tagged=sialas2vidas	"Movimiento pro aborto"
09-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	9	0	0	ruycordoba	336	https://www.instagram.com/p/BmQ7LeWhXW7/?tagged=sialas2vidas	Debate congreso-legisladores
09-ago	#SiALas2Vidas	Simpsons	IG	0	0	0	0	si alas 2 vidas	25	https://www.instagram.com/p/BmRJ6sPB5ec/?tagged=sialas2vidas	pro aborto
09-ago	#SiALas2Vidas	Collage	IG	0	2	0	0	mauricixiolacri	3	https://www.instagram.com/p/BmRMRfRHEPk/?tagged=sialas2vidas	pro aborto
09-ago	#SiALas2Vidas	Caricatura	IG	0	14	2	0	jokelum	6228	https://www.instagram.com/p/BmROJT6nfjQ/?tagged=sialas2vidas	Debate congreso-legisladores

