

Publicaciones e interacciones del debate por la ley IVE en el Instagram de la revista femenina OHLALÁ!

María Laura Schaufler[1]

RESUMO
El objetivo de esta ponencia es analizar las repercusiones de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en Argentina (N° 27.610) en la red social Instagram de la revista femenina OHLALÁ! en diciembre de 2020, mes en que fue sancionada. Se dirige a abordar discusiones y reacciones que circularon en los comentarios de las publicaciones del Instagram de la revista durante el debate y sanción de la Ley. La metodología propuesta combina aportes de los estudios de mediatización, los estudios de género, la semiótica y el análisis del discurso. El referente empírico se compone de publicaciones de la revista OHLALÁ! en 2020 en la red social Instagram y las interacciones y comentarios de lectoras.

PALAVRAS-CHAVE: aborto legal, redes sociales, interacciones, prensa digital femenina

RESUMEN AMPLIADO

1. Introducción

El proceso de popularización feminista en el país se profundizó en 2018 durante los debates parlamentarios por el aborto legal y la formación del movimiento de apoyo conocido como la Marea Verde, en alusión a la predominancia del pañuelo distintivo de la Campaña por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito.

A fines de 2020, en un contexto signado por la pandemia de COVID-19, la ley se debatió rápidamente en las comisiones institucionales y se aprobó el 10 de diciembre en la Cámara de Diputados de la Nación y el 29 de diciembre en la Cámara de Senadores de la Nación. La redefinición del aborto como un derecho a la interrupción voluntaria del embarazo de los cuerpos con capacidad de gestar culminó con la sanción de la Ley N° 27.610 de aborto legal, seguro y gratuito el 30 de diciembre de 2020.

El debate por la ley de aborto legal en Argentina llegó a las revistas como un tópico insoslayable, largamente postergado por la esfera política argentina. Si bien la prensa femenina ha tendido a excluir los discursos políticos, durante el debate por la ley IVE fue signada por disputas discursivas (Schaufler, 2025) especialmente en el ámbito de sus redes sociales, que permiten la expresión de sus lectoras.

Este trabajo forma parte de los avances del proyecto de investigación (PIBAA-CONICET): “Mediatizaciones del feminismo en Argentina: Redefiniciones y reconfiguraciones del erotismo en revistas femeninas digitales durante el debate por

[1] Doctora en Comunicación Social (Universidad Nacional de Rosario). Investigadora Asistente CONICET, Grupo de Investigación Feminismos e Interseccionalidades de la Comunicación y la Cultura (GEFICC), Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos. E-mail: laura.schaufler@uner.edu.ar

derechos sexuales no reproductivos (2018-2020)", destinado a identificar y analizar, en un medio de comunicación destinado a público femenino, cómo se cuelan discursos feministas y antifeministas, y qué discusiones se instalan, tanto en las publicaciones de las revistas como en los comentarios de lectoras en las redes sociales de las mismas.
El objetivo de esta ponencia es analizar el abordaje de la temática del aborto y sus repercusiones en la red social Instagram de la OHLALÁ! en diciembre 2020, mes en que es finalmente sancionada la Ley N° 27.610. La ponencia aborda discusiones que circularon durante el debate por la legalización de la IVE en tanto tópico insoslayable para el periodismo 'femenino'.
El debate por la ley IVE supuso disputas discursivas especialmente en el ámbito de sus redes sociales que permiten la expresión de sus lectoras.
Las prácticas de interacción, contestación o adhesión, significan un cambio paradigmático para las revistas femeninas, que hasta hace unas décadas estaban basadas en *feedbacks* de correos de lectoras. Con las redes sociales, el medio fue obligado a reinventarse, implicando incluso la revisión de discursos y sentidos puestos en juego. Este avance se ubica en el estudio del contexto de discusión sobre las formas renovadas de interlocución de la recepción para con el campo de la producción mediática de las revistas femeninas, específicamente abreva al estudio sobre cómo tensionamientos histórico políticos en torno al género son entrelazados con las transformaciones sociotécnicas actuales, y estimulan la constitución de prácticas de adhesión, contestación, indiferencia o interpelación al propio medio digital.

2. Perspectiva teórico-metodológica

En esta ponencia analizaremos las publicaciones sobre la ley IVE de OHLALÁ! en la red Instagram.
La revista OHLALÁ!, perteneciente al grupo editorial La Nación, salió al mercado en 2008. Se define como "Comunidad de mujeres", slogan que figura debajo del encabezado en toda edición impresa. En su Manifiesto en línea se identifica como:"Una plataforma de contenidos pensados por y para una comunidad de mujeres poderosas que buscan estar informadas, acompañadas y mantenerse despiertas".
En OHLALÁ! el tema del aborto fue tratado en 2018, especialmente desde una posición a favor de la sanción de la ley pero que en ocasiones daba lugar a la práctica periodística de 'las dos campanas' (Schaufler, 2023). La temática, curiosamente, no fue retomada hasta enero de 2021, ya sancionada la Ley.
Para el abordaje de las publicaciones y comentarios en la red *Instagram* nos posicionamos desde el análisis del discurso, comprendiendo que los debates por la ley IVE forman parte de un fenómeno social entendido como un proceso de producción de sentido. En esta línea, entendemos discurso a la manera de Nelly Richard (2009) como un conjunto múltiple de prácticas significantes inscritas en materialidades diversas (no exclusivamente lingüísticas) y también un campo de realización simbólica, material y comunicativa de las ideologías en el que surgen conflictos de interpretación que se libran en torno al uso social y político de los signos.

Con este enfoque, realizamos un análisis artesanal, que se aleja de métodos muy estandarizados, protocolarizados y predefinidos, para abordar la producción del acontecimiento discursivo, los sentidos elegidos para presentar la problemática y la demanda, las estrategias y disciplinas o saberes en que se asientan los comentarios de lectoras como prácticas de contestación y debate, apoyo o adhesión, diálogo o indiferencia.

Para ello separamos algunas capas de sentidos, en conjuntos que presentan en sí mismos variaciones, intersecciones e inflexiones, pero que permiten distinguir valoraciones y clasificaciones, así como procedimientos mediante los cuales excluyen, controlan y delimitan el discurso.

Esta estrategia metodológica viene a organizar la lectura de cada publicación, marcando las negociaciones y los tensionamientos de los sentidos puestos en juego y que entran en disputa.

Abordar las repercusiones de las publicaciones en Instagram implica considerar los desafíos de análisis en el contexto de las plataformas digitales. Las revistas femeninas se han apropiado, estratégicamente, de este contexto de digitalización de las relaciones con sus públicos lectores. En la digitalidad, las revistas femeninas presentan nuevos formatos y nuevos abordajes de publicaciones que aún dialogan con el contexto del medio gráfico tradicional, aunque amparadas en una convergencia mediática. La posibilidad de interacción y participación desafían a las revistas en la proposición de nuevos modelos o nuevos formatos, ya que la interacción permite conocer mejor la demanda de las lectoras y alinear una comunicación más cercana a sus expectativas. Además de eso, se visualiza la participación y la discusión a través de la manifestación de diferentes públicos. De esta manera, las plataformas digitales redimensionan las dinámicas sociales y políticas en el contexto de sus redes de interacción y réplica, que interactúan en la causa social y la polémica, con potencial de viralización en un contexto de lectoras-productoras de contenido.

Capturar empíricamente estas prácticas de interacción es un desafío para este trabajo, dadas las especificidades del fenómeno. Se espera, a través de esta aproximación al análisis de los comentarios, contribuir a la comprensión de procesos de producción de sentidos y debates en redes sociales, abordando la interactividad de modo cualitativo.

La técnica de recolección de datos aplicada considera el número de visualizaciones de las publicaciones, las reacciones y los comentarios, a fin de comprender los impactos y alteraciones de la relación entre la revista y sus lectoras a través de la comunicación vía redes sociales, que se desarrolla de forma dialógica por la interactividad.

En temáticas en disputa como la IVE, la interacción de sus lectoras se vuelve una pieza clave para analizar. Para el análisis de los comentarios no nos interesan los nombres de sus autoras/usuarias sino los discursos puestos en juego.

3. Primeros análisis y resultados

En su Instagram @somosohlala, OHLALÁ presenta en diciembre de 2020, dos publicaciones donde las imágenes responden a titulares: “Hoy empieza el debate por

proyecto de legalización del aborto en senadores" y "Senadores aprobó el proyecto de legalización del aborto".[2]



Para el análisis de los comentarios de las publicaciones se buscaron abordar las cuestiones puestas en debate. Para una primera observación se organizaron al menos cuatro grupos principales de interacción:

1) Un grupo de comentarios a favor de la ley IVE, que apoya o discute la publicación realizada por la revista. Con comentarios con una perspectiva de derechos humanos y civiles, son pautados en valores y reivindicaciones históricas, muchas de ellas impulsadas a lo largo del tiempo por la actuación de los movimientos feministas. En ese sentido su apropiación y circulación a través de prácticas emprendidas en las redes pueden ser consideradas manifestaciones de un feminismo difuso, propio de los tiempos actuales (Wottrich, 2019).

2) Un grupo contrario a la sanción de la ley y que juzga que sus valores están siendo confrontados. Aquí se incluyen comentarios basados en la ideología religiosa, contrarios a la autonomía de las mujeres y cuerpos con capacidad de gestar.

3) Un tercer grupo que no se posiciona sobre la temática, que se mantiene 'en el armario' (Iribure, 2019), con comentarios que, de modo general, no penden para un lado ni para el otro, se trata en su mayoría de marcaciones y en algunas ocasiones los cuestionamientos que hacen en la publicación y rehuyen a la temática.

5) Un cuarto grupo de comentarios que interpela directamente a la revista.

4) Un grupo de comentarios que buscan entablar un diálogo con otros.[3]

4. Consideraciones finales

Con la ampliación de las posibilidades de interactividad por la internet, el escenario de las revistas femeninas se transforma. Las prácticas de comentarios e interacción amplían sus posibilidades de incidencia a través de los sitios de red social.

En un marco donde las redes sociales se convierten en un espacio de visibilidad para diversas reivindicaciones y debates, las prácticas de contestación en redes fomentan

[2] @somosohlala: "#NotiOHLALA: Hoy a las 16hs se dará inicio al debate por el proyecto de interrupción voluntaria del embarazo en Cámara de Senadores": https://www.instagram.com/p/CJYeJr2pzKW/ @somosohlala ""#NotiOHLALA: Es ley" https://www.instagram.com/p/CJaemsnJQ0N/

[3] Por falta de espacio en el marco del resumen ampliado, el análisis detallado se expondrá en la ponencia completa.

disputas en torno de los sentidos. En las prácticas de comentarios a través de los sitios de redes sociales, las usuarias se valen de nuevos espacios de interactividad propiciados por la estructuración de esos ambientes, generando así, nuevos tensionamientos en relación a la producción de notas periodísticas.

Aunque los comentarios pueden ser una información difusa, ruidosa y fragmentada, aluden a nuevos contratos en los modos en que las personas se relacionan entre sí, con las piezas mediáticas y con los debates sociales.

Las publicaciones en las redes se tornan un terreno de disputa sobre las concepciones en relación a la interrupción voluntaria del embarazo, en torno de los sentidos vehiculados por la revista, a partir del reconocimiento de una lucha cultural sobre lo que debe o no debe ser dicho.

Ahora bien es importante reflexionar que en 2020, en medio del malestar social por la pandemia COVID19, iba creciendo un movimiento antifeminista en tanto cruzada moral contra el reconocimiento de las desigualdades de género, que atizó una contraofensiva de las fuerzas conservadoras y la escalada de un enfurecido discurso antifeminista, con ataques reaccionarios y descalificaciones que aproximan la misoginia de otras épocas y que se visibilizaron en las elecciones presidenciales de 2023.

El ascenso de un enfurecido discurso antifeminista en redes y plataformas digitales apalancaron y promovieron discursos de odio al feminismo, junto a una posición contra la Ley IVE. La producción discursiva de una reacción ante los avances feministas, junto al re-ascenso del neoliberalismo conservador y el combate a las luchas sociales, luego de la cuarta ola del feminismo (Varela, 2020), aglutinó toda una contraofensiva de un conservadorismo radical, en dirección contraria a las demandas feministas cuyas características pueden hallarse en parte en los debates en redes.

5. Referencias bibliográficas

Iribure, A. (2019) “Representações LGBTQIA+ na publicidade televisiva e suas repercussões no Facebook”, en Freire, M. (2019) Publicidade e gênero. Representações e práticas em questão. Santa Maria: Facos-UFSM. Disponible en: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/21964/Publicidade_e_G%C3%AAnero_Oliveira-Cruz_Org_FACOS_UFSM_2019.pdf

Richard, N. (2009) La crítica feminista como modelo de crítica cultural. Debate Feminista, 40, pp. 75-85.

Schaufler, M. L. (2025). El debate por la Ley IVE en la web de tres revistas femeninas argentinas. *Textos Y Contextos*, *1*(30). https://doi.org/10.29166/tyc.v1i30.7365

Schaufler, M. L. (2023). Discursos de Género y Feministas en la Prensa Web Femenina en Argentina: OHLALÁ y las Nuevas Normas para su Comunidad de Mujeres, Mediaciones, 19(31), 65–87. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.19.31.2023.65-87



Varela, N. (2020) El tsunami feminista. Nueva Sociedad, 286, 93-106.

Wottrich, L. (2019) “A gente não vai deixar ninguém passar: os embates de gênero nas práticas de contestação da publicidade”, en Freire, M. Publicidade e gênero. Representações e práticas em questão. Santa Maria: Facos-UFSM.