

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

PRATIQUES ET THÈMES DE LA MOBILISATION FÉMINISTE CHILIENNE SUR  
INSTAGRAM

TRAVAIL DIRIGÉ

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

MAITRISE EN SCIENCE POLITIQUE (SANS MÉMOIRE)

PAR

ADÉLIE AUDET

JANVIER 2024

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce document diplômant se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév. 04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX.....	iii
RÉSUMÉ.....	iv
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 REVUE DE LITTÉRATURE .....	3
1.1 Mobilisation en ligne .....	3
1.2 Féminisme en ligne.....	5
1.3 Féminisme sur Instagram.....	11
CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE.....	14
2.1 Caractéristiques de la 4e vague.....	15
2.1.1 Pratiques et méthodes : les liens avec la technologie .....	15
2.2 Les thématiques du féminisme actuel.....	18
2.2.1 Lutte contre le néolibéralisme .....	18
2.2.2 Lutte contre le patriarcat.....	19
2.2.3 Lutte contre la violence et le harcèlement sexuel.....	19
CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE .....	21
3.1 Sélection des cas et collecte des données .....	21
3.2 Grille d'analyse.....	22
3.3 Résultats.....	26
3.3.1 Aspects généraux.....	26
3.3.2 Pratiques de mobilisation.....	27
3.3.3 Représentation .....	30
3.3.4 Thématiques.....	32
3.3.5 Thèmes émergents .....	36
CONCLUSION.....	42
BIBLIOGRAPHIE .....	46

## LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

Tableau 3.1 Schéma de codage.....	25
Figure 3.2 Publication Insólito!!!, @plazaitaliaabajo, (19/12/2019) .....	28
Figure 3.3 Publication Huelga General Feminista, 8 de marzo 2020. @frnc.sc, (9 mars 2020). .....	31
Figure 3.4 Publication hola a todes!, @secundarias_mm, (2 mars 2020). .....	32
Figure 3.5 Publication Jornada de feria e intervenciones de espacios públikos, visibilizando el trabajo doméstiko no remunerado, @comision.genero_14, (7 mars 2020). .....	33
Figure 3.6 Publication Volver a la calle con mis compañerxs me llenó el corazón, @nicole_kramm. (1er mars 2020). .....	37
Figure 3.7 Publication Fotos de la marche del #8m2020, @ranita_ameko, (2020, 12 mars). .....	39
Figure 3.8 Tableau des résultats .....	40

## RÉSUMÉ

### Résumé

Cette recherche vise à identifier les thématiques mises en avant au cours des dernières années par les féministes chiliennes sur les réseaux sociaux, et à évaluer si ces thèmes sont en lien avec les enjeux caractéristiques de la quatrième vague du féminisme. Il s'agit d'une analyse du contenu visuel et textuel d'un échantillon des publications sur Instagram du mot-clic #feministachile afin de déterminer la nature des enjeux, si ces publications reflètent ceux de la quatrième vague du féminisme, et comment les thèmes sont déployés. Les sujets abordés dans cette recherche sont les mouvements sociaux en ligne et l'activisme féministe en ligne, plus particulièrement sur Instagram et dans le cadre du Chili. Cette recherche tente de répondre à la question suivante : quelles sont les thématiques mises de l'avant sur Instagram dans le cadre de la mobilisation féministe chilienne actuelle ? Le contenu textuel et visuel de 79 publications Instagram ont été analysés selon un schéma de codage qualitatif dont les catégories de codage ont été choisies en fonction d'attributs de la 4<sup>e</sup> vague du féminisme. Il ressort clairement de cette étude que les pratiques et thématiques abordées sur Instagram par les féministes chiliennes en 2019-2020 reflètent la majorité des enjeux emblématiques de la quatrième vague du féminisme. Les pratiques de mobilisation mises en évidence dans les résultats reflètent un fort engagement et une détermination à dénoncer les injustices et à promouvoir le changement social en faveur des femmes.

Mots clés : féminisme en ligne, féminisme au Chili, réseaux sociaux, Instagram, quatrième vague de féminisme

## INTRODUCTION

Depuis octobre 2019, le Chili a été le lieu de plusieurs manifestations importantes à travers le pays dans le cadre de ce qui s'appelle l'*estallido social* (éclatement social). Cela a commencé avec le refus de plusieurs étudiantes et étudiants de payer leurs titres de transport à la suite de l'augmentation du prix de ceux-ci. Les manifestations se poursuivent encore avec comme revendications principales, la démission du président Sebastián Piñera et la réécriture complète de la constitution par une assemblée constituante entièrement élue et le rejet du modèle néolibéral qui prime au pays. Ce mouvement social est très large et comprend non seulement la population étudiante, mais aussi divers groupes tels les peuples autochtones et les groupes féministes. Ces groupes partagent certaines revendications, mais ont aussi des demandes propres à chacun. Il en va de même pour les répertoires d'actions. Cependant, une caractéristique associée à l'ensemble du mouvement est la façon dont les réseaux sociaux sont utilisés pour organiser et maintenir la mobilisation. Les groupes s'approprient des espaces hors ligne et en ligne dont les frontières sont de moins en moins distinguables, afin de mobiliser, coordonner, et exécuter différentes actions et diffuser les enjeux.

Les groupes féministes sont très actifs dans le cadre de ce mouvement social. Leurs revendications sont l'établissement d' « un État plurinational, la dépénalisation totale de l'avortement, l'abolition du concept de famille comme fondement de la société, la suppression du Code du travail et du Code civil actuels [et] une éducation non sexiste » (Gaudichaud & Nogué, 2020, p.116). L'engagement dans l'*estallido social* est venu s'inscrire dans la continuité d'une récente vague de mobilisations féministes, qui a commencé au Chili au début des années 2010 et a gagné en ampleur avec le mouvement féministe étudiant au printemps 2018. Les mobilisations féministes actuelles porteraient des enjeux marqués par la globalisation du mouvement féministe ainsi qu'un intérêt pour les politiques mondiales d'une nouvelle génération de féministes engagées; l'intersectionnalité; la lutte contre le néolibéralisme et divers type de violence sexuelle et de genre ; et des mobilisations visant des sources d'inégalités telles la pauvreté, le chômage, et les obstacles à l'éducation, aux droits sexuels et à la santé des femmes (Ponce, 2020).

Cette recherche vise à identifier les thématiques mises en avant au cours des dernières années par les féministes chiliennes sur les réseaux sociaux, et à évaluer si ces thèmes sont en lien avec les enjeux caractéristiques de la quatrième vague du féminisme. Plus précisément, notre question de recherche est la suivante : Quelles sont les thématiques mises de l'avant sur Instagram dans le cadre de la mobilisation féministe chilienne actuelle ?

Bien que la littérature et l'activisme en ligne et les mobilisations sur les réseaux sociaux soient en constante évolution, la plupart des études analysent Facebook et Twitter, et se concentrent surtout sur les États-Unis et l'Europe (Adi, Geronimo & Lilleker, 2018, p.316). Il n'existe que peu de recherches qui portent sur les autres plateformes, et celles qui s'intéressent à d'autres régions du monde sont également moins nombreuses. Les travaux sur les mouvements sociaux ne se penchent pas encore sur Instagram, que les groupes utilisent pourtant pour diffuser leurs messages et gagner des partisans (St-Pierre, 2021, p.27). Le féminisme sur Instagram n'est pas encore beaucoup documenté, contrairement au phénomène sur Twitter. La particularité d'Instagram est de produire une « culture hautement visuelle qui transmet souvent un sens au moyen de photographies, avec du texte et des mots-clics utilisés au besoin pour le contexte » (Laestadius, 2016, p.575). Selon St-Pierre (2021, p.27), l'esthétique visuelle d'Instagram la différencie des autres plateformes de médias sociaux (St-Pierre, 2021, p.27). Actuellement, Instagram est la 4e plateforme sociale la plus utilisée dans le monde après Facebook, YouTube et WhatsApp. Au Chili en 2019, 48% de la population utilisait Instagram et en 2022, ce pourcentage est passé à un peu plus de 60% de la population totale (Kemp, 2019, 2022). L'importance qu'a prise ce réseau justifie selon nous d'y consacrer notre recherche.

Pour répondre à la question de recherche, nous proposons une analyse du contenu visuel et textuel d'un échantillon des publications sur Instagram du mot-clic #feministachile afin de déterminer la nature des enjeux, si ces publications reflètent ceux de la quatrième vague du féminisme, et comment les thèmes sont déployés. Dans ce travail, nous présenterons d'abord une revue de la littérature sur les mouvements sociaux en ligne et l'activisme féministe en ligne, plus particulièrement sur Instagram. Nous présenterons ensuite la méthodologie utilisée pour l'analyse ainsi que les résultats.

# CHAPITRE 1

## REVUE DE LITTÉRATURE

La revue de littérature est divisée en trois sections. La première aborde les travaux concernant la mobilisation en ligne ; la seconde traite du féminisme en ligne et la dernière porte sur le féminisme sur Instagram.

### 1.1 Mobilisation en ligne

Cette section examine le rôle des médias sociaux numériques dans la mobilisation en ligne, en particulier dans le contexte de l'activisme sociopolitique. Les réseaux sociaux numériques sont des plateformes permettant aux personnes de se connecter, partager des informations et s'engager dans des actions collectives. L'activisme en ligne consiste à utiliser les médias sociaux pour organiser des mouvements et exprimer une résistance contre les élites et les structures dominantes.

Pour mieux comprendre l'activisme en ligne, il est important de définir les réseaux sociaux numériques et leur potentiel. Ces réseaux sont des plateformes de bases de données en réseau reliant la communication publique et personnelle (Meikle, 2016, p.5). Ils jouent un rôle essentiel dans les interactions sociales et l'activisme sociopolitique. Ils ont la capacité de mobiliser un large public sur diverses questions, avec la possibilité de faciliter une mobilisation rapide et des actions collectives (Kavada, 2015, p.873). L'activisme en ligne, en tant que pratique politico-sociale utilisant les médias sociaux numériques pour la mobilisation et le changement social, est devenu une stratégie commune pour partager des informations et organiser des individus exprimant leur résistance (Knipp Silva, 2021, p.180).

Les médias sociaux numériques sont devenus de plus en plus importants pour organiser, planifier, partager et documenter les événements politiques (Lee et Chau, 2018, p.22). Les utilisatrices et utilisateurs des technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent accéder à de l'information et communiquer d'une nouvelle manière et à une plus grande échelle qu'auparavant (Brimacombe, 2018, p.512). Ces plateformes parviennent à créer une forme distincte de mobilisation (la logique de la connective action, selon le concept popularisé par W. Lance Bennett et ses collègues). L'activisme sur les médias sociaux numériques crée un type d'engagement politique

plus souple et personnalisé qui permet une meilleure coordination entre les personnes qui prennent part à l'action collective (Kavada, 2015, p.873). De plus, les médias socionumériques brouillent la distinction entre celles et ceux qui produisent et celles et ceux qui consomment les contenus. L'audience sur les réseaux sociaux participe activement à la création et la distribution de l'information à des niveaux divers (Sjöberg, 2019, p.18).

Bien que l'activisme en ligne offre des avantages tels que la mobilisation rapide et la coordination d'actions collectives, il rencontre également des défis. En effet, les algorithmes peuvent limiter les possibilités de connaissance, de diversité et de navigation dans les réseaux. Ces derniers agissent comme des filtres de l'information que les utilisatrices et utilisateurs reçoivent sur les réseaux (Giraldo-Luque, Fernández-García, Pérez Arce, 2018, p.97). L'activisme se retrouve confronté aux modèles commerciaux, au contrôle et à la surveillance des données privées de la clientèle des réseaux, ainsi qu'à l'opacité dans l'utilisation ou le partage des données par des entreprises comme Google (Rosales, 2018, p.71). L'accès aux médias socionumériques, malgré une tendance à se vouloir démocratique, n'est pas égal pour tous. Cet effet de fracture numérique fait varier la capacité d'accès aux réseaux selon l'âge, l'origine, la capacité économique et la classe sociale. Selon certaines et certains, la capacité d'influence de certains utilisateurs sur la plateforme reproduirait les mêmes conditions d'exclusion sociale dans toute société et éliminerait même purement et simplement le caractère égalitaire des réseaux (Giraldo-Luque, Fernández-García, Pérez Arce, 2018, p.98). Il faut aussi noter que le pouvoir de mobilisation des médias socionumériques permet également le harcèlement individuel et collectif et l'intimidation. Ces réseaux peuvent permettre la prolifération de divers types de discours haineux (Boynton, 2021, p.539).

Des autrices et auteurs considèrent ces réseaux comme un facteur de changements sociaux et comme un support pour les groupes plus marginalisés. Ces groupes marginalisés qui utilisent les médias socionumériques ne sont pas seulement des groupes positionnés idéologiquement à gauche, mais aussi des groupes d'extrême droite. La gauche et la droite n'utiliseraient cependant pas de la même manière les réseaux. En effet, la gauche aurait plus tendance à combiner les actions en ligne et hors ligne pour manifester et emploierait *l'activisme du hashtag*. Le hashtag est utilisé pour l'évocation d'un récit collectif, d'idéaux partagés et de plus grandes conversations autour des mouvements sociaux à l'échelle mondiale, les établissant dans l'imaginaire public (Dobrin, 2020,

p.1). Tandis que la droite aurait tendance à éviter les manifestations hors ligne (malgré quelques exceptions importantes), préférant une combinaison de *trolling* et de manipulation des médias grand public. Ces groupes de droites auront plus tendance à utiliser des médias qui leur sont favorables idéologiquement que les plateformes appartenant aux grandes corporations technologiques (Frelon, Marwick & Kreiss, 2020, p.1197). Ces problèmes soulèvent des questions concernant le potentiel techno-optimiste des plateformes numériques pour la démocratisation.

En résumé, les autrices et auteurs soulignent les avantages de l'activisme en ligne, tels que la capacité à mobiliser rapidement des publics divers et à coordonner des actions collectives. Cependant, ils lui reconnaissent également des limites, notamment les filtres d'information des algorithmes, la fracture numérique et les risques de discours haineux et de harcèlement en ligne.

## 1.2 Féminisme en ligne

Cette section explore comment internet et les médias sociaux ont transformé le mouvement féministe et la manière dont les femmes utilisent ces plateformes pour promouvoir l'activisme en ligne.

L'internet a permis de transformer le mouvement féministe ainsi que son répertoire d'actions. Les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour favoriser les mobilisations; pour rejoindre un plus grand auditoire; pour construire un récit féministe; pour changer les construits sociaux sur le sexe ou le genre. Le militantisme féminin en ligne peut être considéré non plus comme une simple façon de rendre visibles les actions posées dans la « rue », mais comme une façon de militer directement en ligne (Turley & Fisher, 2018, p.128). C'est pourquoi, ces dernières années, nous avons constaté un soutien international croissant à des mouvements tels que Million Women Rise et la campagne Me Too, qui ont encouragé, via des plateformes numériques, des millions de femmes à dénoncer la violence sexiste, la misogynie et le harcèlement sexuel (Chavez, Del Pozo & Vargas, 2021, p.215).

Le féminisme en ligne utilise les espaces numériques pour l'activisme, passant des pages web statiques aux plateformes web 2.0 flexibles comme les médias sociaux., le potentiel de visibilité des causes féministes s'est accru. Or, le concept de cyberféminisme n'est pas apparu avec le réseau 2.0; le cyberféminisme, ancré dans des idées telles que le Manifeste Cyborg de Donna Haraway,

met l'accent sur des processus qui brouillent les frontières entre l'humain et la machine (Knipp Silva, 2021, p.183). Le terme « cyberféminisme » a été forgé en 1995, décrivant l'idée selon laquelle internet est idéal pour les luttes politiques féministes en raison de sa flexibilité (Mazón Martínez, 2021, p.34). Le groupe d'artistes activistes VeNuS Matrix en Australie crée le premier manifeste cyberféministe qui appelait non seulement à renverser le système patriarcal et les rôles de genre établis, mais aussi à démanteler les fondements et les infrastructures du capitalisme (Sádaba & Barranquero, 2019, p.3).

Le féminisme en ligne cherche à générer des connaissances et les moyens de partager les problèmes qui affectent la vie des femmes, avec la violence de genre comme point principal. L'utilisation d'internet permettrait de créer des relations entre elles toutes au-delà du physique, donc des contacts entre groupes féministes à travers le monde seraient possibles, ce qui permettrait un échange d'idées pour la lutte contre les violences sexistes (Mazón Martínez, 2021, p.36). L'objectif du mouvement s'est concentré sur l'utilisation des réseaux sociaux pour manifester et donner de la visibilité aux problèmes subis par les femmes, ce qui s'est fait à travers l'art, la création de groupes et à travers des plaintes qui sont devenues des tendances mondiales. Le féminisme en ligne est une réponse aux manifestations du patriarcat à l'ère moderne (Mazón Martínez, 2021, p.34).

Un défi pour aborder le cyberféminisme est que sa définition n'est pas consensuelle. Le cyberféminisme peut être vu simplement comme l'engagement d'une action féministe dans le *cyberespace*. Cependant, beaucoup suggèrent que *cyberactivisme* est un terme approprié pour l'engagement civique féministe en ligne, mais que le *cyberféminisme* devrait être réservé pour les formes d'activisme en ligne qui comprennent également une réflexion critique sur la façon dont le sexisme et d'autres oppressions sont des composantes de l'expérience en ligne. Le collectif cyberféministe Old Boys Network (OBN) suggère que « Le cyberféminisme n'est pas simplement une évolution du féminisme historique créé comme une réponse plus adéquate pour répondre aux changements apportés par l'ère de l'information. Le cyberféminisme peut peut-être mieux être décrit comme une intervention féministe dans ces nouvelles conditions, et une exploration de la façon dont ils remettent en question la politique et les conditions sociales du féminisme » [Notre traduction] (Eudey, 2012, p.241). Dans ce travail, nous utilisons l'expression féminisme en ligne pour désigner l'ensemble des pratiques et thèmes d'activisme féministe en ligne. Tandis que le cyberféminisme aborde plus une vision où le cyberespace est fondamentalement libérateur,

théorisant les capacités à dépasser les binaires des politiques populaires en matière de genre et de féminisme. Les fusions personne-machine rendues possibles par la technologie ont été imaginées comme des facilitateurs de « monde post-genre » et les espaces virtuels ont été initialement envisagés comme des sites utopiques d'émancipation transcendants et sans restriction des contraintes liées au genre [Notre traduction] (Milford, 2015). Étant donné que notre travail se concentre seulement sur les réseaux sociaux et non sur tous les espaces virtuels, nous préférons parler de féminisme en ligne ou activisme féministe en ligne.

Selon Zimmerman, l'usage des réseaux sociaux pour la mobilisation féministe se fait en complément de la présence des féministes dans la rue (Zimmerman, 2017, p.56). L'autrice avance que la mobilisation en ligne et hors ligne forme une seule sphère de la mobilisation féministe (Zimmerman, 2017, p.56). Les féministes profitent des espaces en ligne et hors ligne pour se créer et se développer, et font des allers-retours entre l'internet et la rue (Zimmerman, 2017, p.56). La frontière entre la mobilisation dans la rue et celle en ligne n'est plus considérée comme nécessaire et elle disparaît.

Le féminisme en ligne se concentre surtout sur la visibilité et la connectivité. Il est très performatif et permet de renforcer la mobilisation dans la sphère publique. L'activisme en ligne permet de créer des cadres d'action qui génèrent un plus grand engagement (Jouët, 2018, p.146). Les cadres numériques d'action collective se situent à différents niveaux. Les réseaux sociaux peuvent servir de support pour organiser et coordonner les actions conventionnelles hors ligne comme les manifestations ou les grèves. Certaines stratégies ne se produisent que sur les réseaux. En termes d'action, les réseaux ont levé certaines barrières pour créer des coalitions temporaires à partir du numérique (Sánchez-Duarte & Fernández-Romero, 2017). Jain avance qu'il permet la démocratisation du mouvement féministe, encourage l'inclusion et améliore l'accès des femmes marginalisées aux actions collectives, notamment en surpassant les limites spatiales du mouvement (Jain, 2020, p. 1-7). L'utilisation d'internet par le militantisme féministe signifie donc la création d'espaces de rencontre en renforçant la participation au mouvement autant individuellement que collectivement.

Les contextes numériques permettent aux nouvelles générations féministes de partager des stratégies, des contenus, des images et des dialogues d'expériences interconnectées de manière

amplifiée et instantanée. C'est-à-dire une dimension de l'action politique radicalement différente de celles qui se sont développées jusqu'à présent. Actuellement, la culture collaborative du partage derrière les principaux médias de réseau est l'une des principales pratiques de l'activisme social, dans l'interrelation des mobilisations sociales et des technologies numériques (Rosales, 2018, p.65-66).

Les réseaux en ligne ont permis aux femmes de faire avancer plusieurs problèmes tels que la violence de genre, les droits reproductifs, l'éducation pour des groupes de femmes divers à travers le monde (Matos, 2017, p.422). Le féminisme a bénéficié de l'essor des réseaux numériques dans le cadre de la communication globale, qui permet aux concepts de devenir plus faciles « à saisir, à diffuser et à rendre visibles ». Les réseaux en ligne permettent aussi aux femmes de créer leur propre agenda politique et économique à travers l'activisme en ligne et de créer des groupes de soutiens contre la discrimination et pour l'avancement de projets féministes (Matos, 2017, p.422).

L'utilisation d'internet par le mouvement féministe l'a transformé. Les formes de revendication et les idées défendues par le féminisme sont donc modifiées en raison de la structure et du fonctionnement des médias socionumériques (Bertrand, 2018, p.238). Le cyberspace accélère, amplifie, offre la possibilité de transfigurer, resignifier et approfondir les tendances et les structures sociales. En parallèle, il propose des outils de militantisme pour l'action politique : appels à campagnes via les réseaux sociaux, groupes de discussion et forums, lettres d'information, bulletin d'information, courriels, documents préparés en ligne, portails de groupes féministes, sites internet d'associations et d'agences d'information avec une perspective de genre (Rosales, 2018, p.72). Selon certaines et certains, les médias sociaux génèrent une communication plus cohésive et rendent le débat féministe plus pertinent (Sánchez-Duarte & Fernández-Romero, 2017, p.898).

La technologie permet aux femmes de se construire comme des sujets autonomes et populaires dans le cadre d'un mouvement en ligne. Des pratiques comme le *public shaming* (Bertrand, 2018, p.253), la création de contenu satirique ou bien le regain du discours contre le harcèlement sexuel ont vu leur apparition avec l'utilisation de l'espace en ligne par les féministes (Jain, 2020, p.3). Le combat a été mené à travers des publications dans lesquels des femmes font connaître la manière dont la violence patriarcale a impacté leur vie tout au long de leur vie, ces histoires étant partagées grâce aux opportunités que les réseaux offrent avec la rupture des barrières spatiales (Mazón

Martínez, 2021, p.36). Les médias sociaux ont donc le potentiel d'organiser les communautés internationales autour de questions qui affectent les femmes et les filles du monde entier. Les interventions des activistes féministes semblent attirer davantage l'attention lorsqu'elles exploitent les communautés numériques pour influencer les politiques, les conversations ou les actions des publics du monde réel » (Sjöberg, 2018, p.16).

Au sein des actions collectives qui se déroulent sur les plateformes de réseaux sociaux, on observe la génération de campagnes média numériques par l'utilisation massive de *hashtags*, notamment sur les plateformes commerciales Twitter et Instagram. Le *hashtag* est un outil de recherche facile à utiliser qui relie les discours à partir de mots clés (Looft, 2017, p.895). Lee et Chau ont démontré que les *hashtags* avaient des fonctions multiples pour les mouvements sociopolitiques. Ils permettent aux gens de suivre plus facilement l'évolution du mouvement, ils connectent plus facilement les gens ensemble, et ils alimentent les conversations en ligne (2018, p.22). L'objectif général de l'utilisation de ce type d'étiquette est de rendre visible ou viral le déroulement d'un certain type d'action. Un autre usage fait référence à l'appel à l'action, en développant diverses activités pour exprimer le mécontentement. Le répertoire d'activités est divers et comprend entre autres des marches, des rassemblements, des grèves, complétés par de nouvelles activités. Parmi ces dernières, les tweets se distinguent, c'est-à-dire l'envoi massif de messages avec un *hashtag* pour une cause particulière (Knipp, Silva, 2021, p.181). De plus, l'utilisation massive des *hashtags* permet de générer des campagnes en ligne. Les médias sionumériques sont aussi utilisés par les activistes comme un moyen de créer des narrations alternatives à celles des institutions et des médias traditionnels (Brimacombe, 2018, p.514). Ils permettent aussi d'avoir une plus grande participation en brisant des barrières physiques, territoriales ou sociales qui excluaient des individus qui ne réussissent pas à obtenir une voix normalement (Brimacombe, 2018, p.512). La création de *hashtags* est donc importante dans la mobilisation des mouvements.

L'accès internet s'est étendu à des régions, des classes sociales et culturelles différentes et a permis l'intégration de nouvelles voix et de voix qui étaient minoritaires ou exclues auparavant (Jain, 2020, p.4). Cela transforme également le discours féministe. Les nouvelles technologies peuvent contribuer à réduire les inégalités entre les sexes grâce à de nouvelles formes d'activisme politique et d'interactions horizontales (Sánchez-Duarte & Fernández-Romero, 2017, p.896). Cela permet d'y inclure des perspectives postmodernes et postcoloniales qui apportent une plus grande diversité

dans le mouvement (Jain, 2020, p.4). La nature d'internet permet aux individus de participer directement à un discours en cours sur divers enjeux féministes et leur permet d'inclure leurs propres expériences (Jain, 2020, p.6). L'internet et les TIC donnent l'opportunité d'être des participantes et participants actifs dans le mouvement féministe et peuvent offrir un espace sécuritaire pour partager des expériences communes ou organiser des mouvements protestataires (Jain, 2020, p.10).

Il est important de nuancer le potentiel de l'activisme féministe en ligne, car il rencontre tout de même plusieurs défis, notamment la présence de menaces en ligne, la marchandisation des données, la fracture numérique et les compromis que certaines féministes doivent faire pour s'adapter aux normes des médias sociaux. Le cyberactivisme n'est pas à la portée de quiconque ; par conséquent, celles qui souffrent ou sont plus susceptibles de souffrir de discrimination parce qu'elles sont femmes, noires, latines, migrantes, pauvres, lesbiennes, analphabètes, indigènes, etc., risquent plus de ne pas être prises en compte et leurs problèmes seront moins visibilisés sur les plateformes comme Facebook ou Twitter. Ces biais proviennent entre autres de la manière dont se constituent les technologies, puisque les réseaux sociaux dictent une manière dont il faut être et se comporter face aux autres dans le monde virtuel ; l'individualisme et la compétition pour une plus grande approbation sont les piliers fondamentaux des réseaux (Mazón Martínez, 2021, p.37).

Des chercheuses et chercheurs ont observé que les hommes latino-américains utilisent davantage Internet que les femmes. Les hommes sont également plus actifs sur les médias sociaux et s'informent plus fréquemment sur la politique en ligne. De plus, cette tendance est plus marquée dans les pays où l'égalité des sexes est plus prononcée. Cependant, le potentiel d'Internet en tant que levier d'égalité sociale et politique en Amérique latine est limité en raison de la disparité numérique entre les sexes (Gray, Gainous, Wagner, 2017, p.326). La croissance relative de la pénétration d'Internet en Amérique latine et dans les Caraïbes entre 2016 et 2020 a été de 16%. Cependant, le Chili se distingue avec une pénétration d'Internet de plus de 80% en 2017, le plaçant en tête de la région. Cette réussite contraste avec des pays comme la Bolivie et Haïti, qui avaient une pénétration d'Internet inférieure à 45%, ce qui a des implications importantes pour leurs économies, le niveau d'éducation et leur développement social (Pick, Sarkar & Parrish, 2021, p.235).

En bref, en adaptant et en utilisant les espaces numériques, les féministes peuvent construire des mouvements inclusifs, sensibiliser et remettre en question les normes sociétales. Internet permet l'interaction et la mobilisation, permettant aux femmes de s'engager activement dans le discours féministe et de provoquer le changement.

### 1.3 Féminisme sur Instagram

Cette section se concentre spécifiquement sur l'utilisation d'Instagram comme plateforme pour le féminisme en ligne. Instagram est l'un des réseaux sociaux les plus populaires axés sur la publication de contenu audiovisuel. Les publications doivent inclure une image ou une courte vidéo, d'une durée de 3 à 60 secondes, auxquelles des filtres peuvent être ajoutés pour les mettre en valeur. Les éléments visuels peuvent être combinés avec des éléments textuels tels que des *hashtags*, des commentaires, des tags d'utilisateurs, des emplacements géographiques ou des messages directs (privés). Ainsi, la nature visuelle d'Instagram transmet du sens à travers des éléments visuels et le texte n'est utilisé que pour fournir un contexte (López-Ortega & Noronha, 2021, p.175-176).

Seule une poignée d'études portent sur le féminisme sur Instagram et les recherches existantes se concentrent largement sur l'utilisation des mèmes et de l'humour (Westfall, 2018 ; Brejny, 2017 ; Boling, 2019) ou des discours positifs sur le corps (Cohen et al., 2019 ; Caldeira et De Ridder, 2017 ; Bahr, 2018). Savolainen, Uitermark et Boy ont étudié la visibilité du féminisme sur la plateforme. Elles et ils se penchent sur l'usage des filtres (Savolainen et al, 2020, p.1). Elles et ils ont conclu que les féministes sur Instagram doivent faire des compromis sur la plateforme quand elles contestent les normes et les idéaux de genre. Ce qui donne une contestation modérée seulement. Cela est dû au fait que les médias socionumériques font plutôt la promotion de l'avancement personnel et l'amélioration stratégique de soi. Ces tendances font en sorte que les féministes risquent d'adhérer à l'image de marque ou aux relations compétitives que les réseaux sociaux favorisent, afin d'améliorer leurs profils et d'avoir un plus grand capital social (Savolainen et al., 2020, p.19). L'imaginaire féministe construit sur Instagram a tendance à mettre de côté certains enjeux qui cadrent moins avec les interactions permises par la plateforme, telles que le besoin de subjectivités féministes collectives ou les conflits internes des féministes (Savolainen et al., 2020, p.20).

Crepax se penche sur l'impact de la numérisation de la culture contemporaine et de la vie de tous les jours en lien avec l'esthétique du féminisme sur Instagram en se concentrant sur la mode et l'art. Selon elle, la culture populaire contemporaine a contribué à l'esthétisation du féminisme (Crepax, 2020, p.71-2). L'autrice avance qu'Instagram permet de contextualiser les formes de féminisme sur la plateforme par rapport à une dynamique plus large à travers laquelle les frontières entre le sérieux et le frivole sont de plus en plus floues par le biais de l'esthétique. Cela a pour effet de rendre plus superficiels les enjeux importants du féminisme. L'autrice nuance toutefois en disant que la popularisation et l'esthétisation du féminisme sur les réseaux sociaux ont un potentiel intéressant. Le féminisme aurait récemment gagné un élan culturel sans précédent, ainsi qu'un large attrait auprès des jeunes femmes (Crepax, 2020, p.79).

Caldeira, De Ridder et Van Bauwel (2020) ont étudié un groupe d'utilisatrices d'Instagram, analysant leur autoreprésentation à travers leurs publications. Leur recherche a abouti à trois conclusions principales. Premièrement, Instagram élargit l'éventail de ce qui est photographié et donc de ce qui est représenté. Deuxièmement, Instagram permet une plus grande représentation des populations sous-représentées, ce qui perturbe les hiérarchies traditionnelles de visibilité. Troisièmement, des thèmes politiques tels que la célébration des femmes marginalisées, l'agentivité personnelle et l'estime de soi s'enracinent dans ces représentations de soi sur Instagram.

Leaver, Highfield et Abidin avancent dans leur ouvrage qu'Instagram peut être employé par plusieurs utilisatrices et utilisateurs pour la sensibilisation sociale à différentes causes (2020, p.151). Cela peut se faire de différentes façons. Une première façon est que les utilisatrices et utilisateurs d'Instagram peuvent utiliser leurs comptes pour promouvoir des causes par le biais de leurs récits biographiques (2020, p.152). Une autre façon est la création de campagnes de sensibilisation (avec l'emploi des #) qui sont soutenues par plusieurs personnes (2020, p.153). Les autrices et auteurs notent que, depuis 2014, chaque fois qu'un événement mondial comme une catastrophe naturelle, une attaque violente ou un mouvement social a lieu, les personnes utilisent la plateforme pour afficher des réactions exprimant le chagrin, la solidarité, le dégoût, faire des observations, pour critiquer ou s'opposer (Leaver & Abidin, 2020, p.157).

Einwohner et Rochford ont analysé 134 messages Instagram concernant la Marche des femmes entre les marches de 2017 et 2018, 67 du compte Instagram de la Marche des femmes et 67

messages publics de #WomensMarch. Elles se sont intéressées à la fonction des publications et aux messages qu'elles portent. Les chercheuses ont conclu qu'Instagram peut être utilisé pour la manifestation politique afin de maintenir l'élan entre les événements qui ont lieu hors ligne (2019, citées dans St-Pierre 2021, p. 22.).

En résumé, la revue de littérature examine en détail la mobilisation en ligne, le féminisme en ligne et le féminisme sur Instagram. Elle souligne les avantages et les limites de l'activisme en ligne, l'impact de cet activisme sur la mobilisation féministe, et l'utilisation d'Instagram comme plateforme pour le féminisme et la visibilité des enjeux de genre.

## **CHAPITRE 2**

### **CADRE THÉORIQUE**

Les femmes utilisent internet et les nouvelles technologies de l'information pour la lutte politique féministe. Le féminisme en ligne consiste à exploiter le pouvoir des médias en ligne pour discuter, élever et activer l'égalité des sexes et la justice sociale (Bertrand, 2018, p.235). Les espaces numériques permettent aux nouvelles générations de militantes féministes de partager instantanément des stratégies, des contenus, des images et des dialogues issus de leurs expériences interconnectées (Rosales, 2018, p. 65). L'activisme en ligne offre également aux femmes la possibilité de définir leur propre programme politique et économique, et de créer des groupes de soutien pour lutter contre la discrimination et promouvoir des projets féministes (Matos, 2017, p. 422).

Le féminisme est un mouvement qui se révèle assez fragmenté sur les plans théorique et empirique (Bouchard, 1991, p. 121). Cette diversité rend difficiles la classification et la caractérisation des différentes pensées et mouvements féministes (Bertrand, 2018, p. 236). De nombreux auteurs et autrices structurent le féminisme en « vagues », peut-être parce que ce concept reflète mieux la nature continue et plurielle de ce mouvement social et politique, constitué d'événements variés vécus de manière distincte, mais simultanée à travers le monde. Cette métaphore peut également illustrer les réactions du patriarcat face à chaque avancée féministe (Varela, 2020, p. 94). Cependant, il est important de noter que la notion de vague peut simplifier à l'excès la complexité et la diversité des idées qui traversent l'histoire et le présent du mouvement féministe (Blais et al., 2007, p. 2).

Pour Bertrand, «la notion de vague désigne donc un fait social ; elle permet de caractériser un regain et un renouvellement du mouvement féministe, tout en aidant à contextualiser ce phénomène (Bertrand, 2018, p.236). » L'utilisation de la notion de vagues dans le contexte d'un mouvement social permet de classer et de caractériser ses activités, sa mobilisation, sa visibilité, ainsi que son impact (Dahlerup, 2013, p. 27-28). Dans notre étude, nous faisons appel à cette notion de vagues pour décrire les activités du féminisme contemporain au Chili, tout en reconnaissant sa valeur heuristique.

Le débat académique sur l'émergence d'une quatrième vague de féminisme est en pleine effervescence. On parle souvent de cette quatrième vague comme étant une réaction, une réponse à la contre-réaction patriarcale (Barriga, 2020, p. 137), elle-même suscitée par un féminisme qui embrasse la diversité des femmes, l'intègre dans sa structure idéologique, et s'attaque aux phénomènes patriarcaux les plus oppressants (Varela, 2020, p. 102). Les chercheuses et chercheurs qui distinguent une quatrième vague de féminisme s'appuient sur deux indicateurs principaux : « le constat d'un engagement féministe croissant, ou d'une hausse marquée de l'intérêt porté au féminisme et aux problématiques qu'il soulève dans l'espace public ; et le renouvellement des méthodes et des thèmes principaux abordés par les militant.e.s. » (Bertrand, 2018, p. 236).

## 2.1 Caractéristiques de la 4e vague

Malgré les débats qui l'entourent et le caractère heuristique de la notion de vague, plusieurs éléments sont généralement associés à la quatrième vague du féminisme, donc teintant les mouvements féministes tel qu'ils se déclinent actuellement un peu partout dans le monde. Nous les regroupons en deux grandes catégories, les pratiques de mobilisation ainsi que les thématiques portées par les mouvements féministes. Ces deux catégories se chevauchent parfois comme nous l'expliquons dans la suite de cette section, mais sont utiles pour organiser l'analyse empirique.

### 2.1.1 Pratiques et méthodes : les liens avec la technologie

La nouvelle technologie a élargi la capacité communicationnelle et organisationnelle au féminisme (Molyneux, 2022). Les médias socionumériques sont considérés des outils privilégiés de la quatrième vague de féminisme. Ils modifient les façons de mobiliser ainsi que les personnes qui sont mobilisées, c'est-à-dire la composition même du mouvement féministe.

Dans cette section, il est essentiel de souligner l'importance des dénonciations dans le contexte du féminisme en ligne contemporain. Les dénonciations, notamment celles liées au harcèlement sexuel et aux violences faites aux femmes, sont devenues une pratique caractéristique de la quatrième vague féministe. Cette époque se caractérise par la montée d'une «*call-out culture*», où les individus interpellent et dénoncent publiquement les comportements sexistes, misogynes, ou racistes, en utilisant les réseaux sociaux comme plateforme de dénonciation en temps réel (Bertrand, 2018, p.241).

Les médias sociaux ont facilité la visibilité et la viralité de ces dénonciations, permettant à quiconque de signaler des contenus problématiques en les associant à des hashtags pertinents. Cette "call-out culture" a accru la pression sociale autour des comportements déviants, les qualifiant de "microagressions" moralement condamnables. Le recours au *public shaming* sur les réseaux sociaux est devenu un moyen puissant d'exposer et de confronter la déviance morale, incitant à une réévaluation des normes sociales. Cela reflète la capacité des réseaux sociaux à mobiliser rapidement un public militant et à faire évoluer les normes morales au sein de la société (Rost, Stahel et Frey, 2016).

En somme, la pratique des dénonciations en ligne constitue une caractéristique distinctive de la quatrième vague féministe, mettant en lumière la manière dont les médias sociaux façonnent le discours sur l'égalité des sexes et la justice sociale, tout en amplifiant la voix des militantes et en mobilisant le public pour promouvoir des comportements respectueux et éthiques (Bertrand, 2018, p.244).

Les performances artistiques sont devenues un élément clé du féminisme contemporain, en particulier dans l'espace en ligne. Ces expressions créatives et politiques, qu'elles se manifestent par des actions provocatrices dans la rue (qui sont photographiées ou filmées pour ensuite être diffusées en ligne) ou des vidéos virales sur les réseaux sociaux, sont devenues emblématiques du féminisme actuel en raison de leur capacité à transmettre des messages puissants et à susciter la réflexion. Cela crée encore une fois une instance de fluidité entre en et hors ligne. Les militantes féministes utilisent ces performances pour dénoncer le patriarcat, mettre en lumière les violences faites aux femmes, et donner une voix aux victimes. Un exemple marquant est celui du collectif Las Tesis, qui a révolutionné la mobilisation en exposant les théories féministes inspirées de Silvia Federici et Rita Segato (Las Tesis, 2019) à travers des performances visuelles, contribuant ainsi à transformer la perception du patriarcat en tant qu'institution systémique. Ces performances incarnent la créativité et la résilience des militantes féministes dans leur lutte pour l'égalité des sexes et une société plus inclusive (Ponce, 2020).

Selon Zimmerman, l'usage des réseaux sociaux pour la mobilisation féministe se fait en complément de la présence des féministes dans la rue. L'autrice avance que la mobilisation en ligne et hors ligne forme une seule sphère de la mobilisation féministe. Les manifestations féministes

profitent des espaces en ligne et hors ligne pour se créer et se développer et font des allers-retours entre l'internet et la rue (Zimmerman, 2017, p.56). La frontière entre la mobilisation dans la rue et celle en ligne n'est plus considérée comme nécessaire et elle disparaît. Les modes de communication en ligne et hors ligne se traduisent par une plus grande intensité des contacts. Cette intensité résulterait en, un resserrement des liens entre les membres du groupe et des formes d'organisation des femmes plus fortes et plus efficaces dans le monde « réel » (Peroni & Rodak, 2020, p.6S).

Les médias sociaux et les groupes en ligne facilitent l'interaction entre les femmes, ce qui a pour effet de diversifier et de globaliser le mouvement féministe. Selon Cobo, la globalisation du mouvement féministe est une caractéristique de la quatrième vague (2019, p.134) grâce à l'utilisation du web et, en particulier, des réseaux sociaux par les nouvelles générations de femmes de tous les continents (Peroni & Rodak, 2020, p.5S). L'activisme est encore plus mondial qu'auparavant et les pays du Sud abritent certains des mouvements les plus dynamiques (Molyneux, 2022). La présence des femmes dans les sphères transnationales les a amenées à devenir des protagonistes visibles des relations internationales et des participantes actives, aux côtés d'autres mouvements – écologistes, pour les droits de l'homme, des minorités sexuelles, des personnes racisées noires, des peuples autochtones – dans les processus d'élaboration des lois, de cadres réglementaires et internationaux, de programmes politiques. La création de réseaux a mis en relation différents groupes féministes à travers le monde et a permis la circulation d'idées, de ressources et de comportements solidaires. (Varela, 2020, p.104), reflétés notamment dans les thématiques portées par le mouvement.

Le féminisme actuel a également un caractère plus intergénérationnel (Cobo, 2019, p.134). Dans la quatrième vague convergent différentes générations d'activistes qui ont traversé les quarante dernières années de mobilisations et de réseautage souvent sans communication entre elles, parfois même en conflit (Peroni & Rodak, 2020, p.8S). Un dialogue intergénérationnel se met en place dans lequel des féministes aux parcours plus ou moins longs partagent leadership, propositions et discours. Plus fréquemment qu'auparavant, les jeunes rejoignent le mouvement féministe très tôt, certains groupes s'organisant dès l'école secondaire (Varela, 2020, p.106).

## 2.2 Les thématiques du féminisme actuel

Les TIC permettent de s'attaquer aux mêmes problèmes que les vagues précédentes ainsi que d'autres, plus nouveaux. Comme mentionné plus haut, Internet encourage également l'inclusion et permet à plus de femmes de participer aux actions collectives, provoquant la démocratisation du mouvement féministe (Jain 2020, p.1). Ce changement dans la composition du mouvement s'accompagne d'un accent sur les thèmes liés à l'intersectionnalité. Le féminisme combat des oppressions qui relèvent des discriminations non seulement de genre et de sexe, mais aussi de race, de classes ou d'orientation sexuelle (Zimmerman, 2017, p.54). L'idée que « différents axes d'oppression se croisent, produisant des résultats complexes et souvent contradictoires, est désormais un principe essentiel du féminisme contemporain » (St-Pierre, 2021, p.13). L'accent sur l'intersectionnalité et l'inclusion se combine avec la diversification des activistes féministes et les efforts pour représenter et inclure les femmes LGBTQI+, afro-latines, et autochtones, de même que pour développer une pensée et une pratique critique forte et intégrant le processus de décolonisation (Molyneux, 2022). Les activistes de la quatrième vague vont donc se concentrer sur les problèmes de privilèges, de différence, de représentation et de racisme (Zimmerman, 2017, p.64). Ainsi, les conflits et les inégalités que les femmes subissent ne sont plus seulement considérés comme entre les hommes et les femmes, mais aussi entre les femmes elles-mêmes (Cobo, 2019, p.221).

### 2.2.1 Lutte contre le néolibéralisme

La lutte féministe de cette nouvelle vague se concentre aussi sur le capitalisme néolibéral qui est vu comme étant à l'origine des multiples oppressions que les femmes vivent (Cobo, 2019, p.137). La philosophie néolibérale selon laquelle tout s'achète et se vend contribue à l'exploitation économique et sexuelle des femmes (féminisation de la pauvreté, écart salarial, emplois précaires, économie souterraine, croissance exponentielle de la traite et de la prostitution, émergence de nouvelles niches d'affaires, comme la vente et la location d'utérus, etc.). De nombreuses féministes revendiquaient déjà des politiques plus redistributives, mais le mouvement actuel tend à placer la précarité des femmes au premier plan du débat politique (Varela, 2020, p.103). Le féminisme de la quatrième vague lutte « pour libérer la sexualité non seulement de la procréation et des formes de la famille normative, mais aussi des restrictions de genre, de classe et de race et des déformations de l'étatisme et du consumérisme » [Notre traduction] (Icart, 2020, p.407).

### 2.2.2 Lutte contre le patriarcat

La quatrième vague féministe ne se contente plus de se défendre contre le patriarcat, elle s'y attaque résolument (Cobo, 2019, p.135). Elle représente une rébellion contre ce qui semble émerger comme le nouveau visage du patriarcat, marqué par la violence. Dans un monde globalisé, de nombreuses femmes continuent de faire face à des conditions de vie précaires, nécessitant une réflexion féministe sur l'émancipation à travers les sphères sociales, politiques, culturelles et personnelles (Barriga, 2020, p.137).

Cette lutte contre la violence patriarcale s'est également concentrée sur la multiplicité de ses formes et sur la dénonciation de la complicité des médias, des lieux de travail, des institutions éducatives et des institutions d'État. Elle a abouti à la reconnaissance juridique du féminicide et à des progrès dans la prévention, la répression et l'éradication de toutes les formes de violence patriarcale, y compris la violence économique, sexuelle, psychologique et symbolique (Schroder Babarovic, p.15). Les racines de cette agitation sociale et les ressources mobilisées par les luttes populaires trouvent leur origine dans la nature systématique et structurelle des multiples violences associées au modèle de l'accumulation capitaliste, colonialiste et patriarcal.

### 2.2.3 Lutte contre la violence et le harcèlement sexuel

La lutte contre les formes de violence à l'égard des femmes, notamment les violences sexuelles et la prostitution, est un thème majeur des mouvements féministes actuels. Les plaintes pour violences et harcèlement des femmes sont rendues visibles et ont un fort potentiel éducatif (Chavez, Del Pozo & Vargas, 2021, p.255). La violence à laquelle les femmes sont exposées s'exprime de bien des manières : viol, harcèlement, maltraitance, meurtre, inégalités économiques, d'opportunités d'emploi et au travail, pornographie, prostitution, traite (Barriga, 2020, p.137 ; Cobo, 2019, p.138). Les violences sexuelles sont un puissant mécanisme de contrôle social qui empêche les femmes de s'approprier l'espace public et de faire usage de leur autonomie et de leur liberté.

Ce travail vise à identifier les principaux thèmes et pratiques mobilisés sur Instagram par le mouvement féministe chilien en 2019 et en 2020. Nous avançons comme hypothèse que ces thématiques correspondent à celles associées à la quatrième vague de féminisme qui se caractérise principalement par une mouvance sans distinction entre la mobilisation en ligne et la mobilisation

dans la rue. De plus, on peut retrouver sur la plupart des publications Instagram liées au féminisme chilien des thématiques qui correspondent aux principales thématiques liées à l'activisme féministe numérique, telles que la lutte contre le patriarcat ou pour l'égalité de genre, contre les violences envers les femmes et l'inclusion de femmes de divers horizons et générations.

## CHAPITRE 3

### MÉTHODOLOGIE

La méthode employée pour cette recherche est une analyse de contenu de publications sur Instagram. L'analyse de contenu mobilise des indicateurs quantitatifs ou qualitatifs afin de produire une description du contenu systématique des messages, ce qui permet de faire des inférences concernant la production et la réception de ces messages (Krippendorff, 2004, p.32). L'analyse de contenu permet de faire ressortir les thèmes et les idées qui sont présents dans le corpus analysé (Leray & Bourgeois, 2016, p.427). Pour l'analyse des publications sur Instagram, nous développons un schéma de codage qualitatif qui porte sur le contenu textuel et visuel présenté dans la section des résultats. Nous détaillons tout d'abord le processus de sélection des publications Instagram soumises à l'analyse.

#### 3.1 Sélection des cas et collecte des données

Le mot-clic #feministachile est un de ceux qui revient le plus souvent dans les publications des divers collectifs et organismes féministes chiliens le plus souvent ; il y a plus de 1 000 publications affiliées à ce *hashtag*. Afin de réduire l'échantillon pour le soumettre à une analyse qualitative, nous nous concentrerons sur les publications autour de périodes clés correspondant à des moments où il y a une forte mobilisation des femmes chiliennes dans la rue. Il s'agit des semaines précédant et suivant le 19 décembre 2019 et le 8 mars 2020, pour un total de quatre semaines. Le 19 décembre 2019 est la journée internationale contre le féminicide, marquée par de nombreuses manifestations féministes, qui s'inscrivent également dans le début de la crise sociale chilienne en octobre de la même année (Franssen, 2020). Le 8 mars est la journée internationale de la femme et, en 2020, la CF8M a lancé encore une fois une grève générale féministe, près de 2 millions de personnes ont participé à des manifestations dans les grandes villes du Chili (Gaudichaud & Nogué, 2020, p.107). Le choix de ces périodes permet d'obtenir un échantillon de publications pertinentes se prêtant à une analyse qualitative, et qui donne la possibilité d'identifier un éventuel lien entre la mobilisation hors ligne et en ligne. Nous avons aussi exclu les publications provenant des publications utilisant

le mot-clic uniquement à des fins commerciales.<sup>1</sup> L'échantillon contient un total de 79 publications, 18 en décembre 2019 et 61 en mars 2020. Ces publications ont été collectées manuellement à partir de captures d'écran pour les publications avec des images et d'enregistrements d'écran pour les vidéos. La collecte des publications a eu lieu au mois de juin 2022. Les légendes de chaque publication ont été incluses dans la collecte puisque le fait de séparer une image de sa légende entraîne une perte importante de contexte (St-Pierre, 2021, p.31). L'analyse inclut les publications avec images et photos (70) et avec vidéo (9). Bien que la durée des vidéos (certaines d'une vingtaine de secondes, d'autres d'une minute et quelques-unes d'environ 8 minutes dans notre échantillon) permette de véhiculer un message plus long, les vidéos demeurent une opportunité largement utilisée sur Instagram et nous voulons vérifier si le recours à ce format mobilise les mêmes pratiques et thématiques que publications avec photos et textes uniquement.

### 3.2 Grille d'analyse

Nous analysons le discours visuel et textuel (légende, texte dans les images) des publications afin d'identifier les éléments concernant les méthodes et les pratiques, de même que les thématiques. De plus, nous recueillons également des données quantitatives qui concernent les interactions (nombre de mentions « j'aime ») et la visibilité des publications (*hashtag*, hyperliens, mentions @). Les catégories de codage prendront en compte les aspects généraux (date de publication, nom du compte), les caractéristiques formelles des publications (indicateurs de visibilité et d'interactions et le type de ressource médiatique) et les thématiques associées à la 4<sup>e</sup> vague féministe, détaillées dans la grille d'analyse plus bas.

Les thématiques sont jugées présentes quand le texte ou les contenus visuels contiennent des éléments dénotant leur mobilisation (par exemple le slogan « *visibilizando el trabajo doméstico<sup>2</sup> no remunerado* » fait en sorte qu'une publication est associée au thème de la lutte au néolibéralisme;

---

<sup>1</sup> Par exemple, certaines publications affiliées au #feministachile présentait du contenu de vente de produits comme des tasses ou des chandails avec des logos ou slogan féministes dessus. Ces quelques publications ont été exclues de la collecte.

<sup>2</sup> Le mot « *doméstico* » est écrit ainsi dans plusieurs publications étudiées. Il peut s'agir d'une particularité du langage informel ou du langage des réseaux sociaux au Chili. L'espagnol du Chili est unique pour la rapidité avec laquelle la langue orale et écrite, le lexique, la morphologie et la phonétique évoluent, la manière dont les codes sociolinguistiques disparaissent et sont remplacés par d'autres clés, le rapport de plus en plus souple que les locuteurs entretiennent avec la norme.

une photo qui parle de viol, de féminicide ou de violences sexuelles est associée à la thématique des violences sexuelles). Une publication peut donc se retrouver dans plusieurs catégories. Pour classer et organiser les publications, nous utilisons le logiciel NVivo. Ce seront les publications avec images et photos qui seront analysées sur NVivo. Les vidéos sont classées manuellement dans un fichier Excel.

Les catégories de codage ont été choisies en fonction des attributs de la 4<sup>e</sup> vague du féminisme présentés dans le cadre théorique. Tout d'abord, les méthodes et pratiques qui distingueraient cette vague sont liées à l'usage des nouvelles technologies : la mobilisation et les actions du mouvement bénéficient de nouvelles plateformes en ligne, sans que les actions dans la rue aient pour autant été retranchées du répertoire du mouvement. La frontière entre les deux se fait de plus en plus fluide, voire inexistante. Nous examinons comment s'effectuent les mobilisations sur cette plateforme numérique en identifiant les publications qui contiennent l'un (ou plusieurs) de quatre éléments : les dénonciations de personnes ou de comportements (visuelle ou textuelle) ; des performances dans la rue puis, mise en ligne, car elles sont filmées ou photographiées ; les appels à la mobilisation en ligne ou dans la rue, et la présence de symboles féministes. Sans être spécifique à la 4<sup>e</sup> vague, la présence de symboles féministes demeure un élément important de l'activisme féministe en ligne. Les principaux symboles féministes sont les bandeaux mauves (répudiation de toute forme de violence à l'égard des femmes) (couleur la plus ancienne qui représente le mouvement féministe) et verts (pour la lutte au droit à l'avortement légal, sécuritaire et gratuit) et les *capuchas* (cagoules). Ce dernier symbole est spécifique au Chili. Le port des cagoules est devenu systématique dans les années 1980 par les groupes armés de gauche qui faisaient face à la dictature. Elles symbolisaient la résistance, la révolution, l'insurrection. Lors du retour à la démocratie dans les années 1990, ces groupes sont pratiquement disparus et les cagoules ont commencé à être utilisées dans le cadre de mobilisations étudiantes (Girolamo Harsanyi, 2019).

Internet a permis de démocratiser la participation au mouvement, se traduisant par une participation plus importante des personnes issues de tous les groupes d'âge, entre autres. Instagram permet de créer un narratif visuel (avant tout, textuel de manière complémentaire) par lequel le mouvement se (re)représente, dans la continuité de la proposition de Hall (1997) selon laquelle les médias participent à la construction des identités collectives. Sans relever de l'appel à la mobilisation explicite, cette pratique « montre » néanmoins la mobilisation, et pourrait être susceptible

d'encourager la participation chez les personnes qui s'y retrouvent. La représentation est détaillée en fonction de marqueurs intergénérationnels (présence d'adulte, de jeune) et de la présence de personnes racisées, de personnes ou de symboles autochtones.

Les principaux thèmes mis de l'avant par le féminisme actuel (4<sup>e</sup> vague) sont l'intersectionnalité, la lutte contre le néolibéralisme, le patriarcat et les violences sexuelles. L'intersectionnalité aussi pourrait relever d'une pratique de mobilisation et de représentation, tout comme l'aspect intergénérationnel du mouvement actuel. Cependant, il s'agit aussi d'une revendication plus large visant la société et les sphères de pouvoir. C'est pour cela que nous la traitons comme une thématique dans notre grille d'analyse. D'autres thématiques ont émergé au cours de l'analyse ; elles ont donc été ajoutées à la grille et appliquées à l'ensemble de l'échantillon.

Les publications sont également associées à un nom de compte et une date de publication, ce même qu'au degré d'interaction et d'engagement que ces publications produisent. Le nombre de mentions « J'aime » sert à jauger l'engagement généré par chaque publication (la fonction commentaires a été sujette à modifications sur la plateforme durant la période couverte par l'étude, ne permettant donc pas de comparer les résultats dans le temps). Les indicateurs du niveau de visibilité sont les *hashtags*, les hyperliens et les mentions @. Enfin, nous classons les publications en fonction des ressources médiatiques mobilisées (photos, images ou vidéos).

Tableau 3.1 Schéma de codage

<b>Aspects généraux</b>		
1. Date de publication		
2. Nom du compte		
3. Interaction	Nombres de mentions « J’aime »	
4. Visibilité	<i>Hashtag</i> (#)	
	Hyperliens	
	Mentions @	
5. Format	Photo	
	Vidéo	
	Image	
	Légende	
<b>Méthodes et pratiques</b>		
6. Mobilisation	Dénonciations de personnes ou comportements	Dénonciation visuelle
		Dénonciation textuelle
	Performances	
	Appel à la mobilisation dans la rue	
	Témoignages personnels	
	Mention de la mobilisation internationale ou globalisation	
	Symboles féministes	Bandeau mauve
Bandeau vert		
<i>Capuchas</i>		
7. Représentation	Adultes	
	Jeunes	
	Personne ou symboles autochtones	
<b>Thématiques</b>		
8. Intersectionnalité	Enjeu d’orientation sexuelle	
	Enjeu de race	
	Enjeu de classe	
9. Lutte contre le néolibéralisme	Emplois et inégalités économiques	
	Rôle des femmes dans la société	
10. Patriarcat	Obtention de nouveaux droits des femmes	
	Protection des droits des femmes	
	Sexisme	
11. Violences envers les femmes et violences sexuelles	Féminicide	
	Harcèlement sexuel -viol	
	Prostitution- pornographie	
12. Hors catégorie (codes émergents)	Corps nu	
	Institutions politiques	
	Œil blessé	
	Éducation ou santé sexuelle	
	Main rouge	
	Symbole féminin	

### 3.3 Résultats

#### 3.3.1 Aspects généraux

L'analyse des aspects généraux révèle une certaine diversité de l'activité en ligne, impliquant 36 comptes distincts qui ont publié en utilisant le #feministachile lors des périodes étudiées. En général chaque compte a posté 1 à 2 publications. Parmi ces comptes, 3 se distinguent avec un plus grand nombre de publications à leur actif pour la période étudiée; avec 19 publications, 7 publications et 6 publications respectivement. Du 12 au 26 décembre, on recense 18 publications, qui ont débuté quatre jours avant la journée nationale contre le féminicide du 19 décembre. La majorité d'entre elles ont été publiées le 19, puis dans les jours qui ont suivi.<sup>3</sup> Les publications (61) ont été plus nombreuses entre le 1 et le 15 mars 2020, et distribuées sur pratiquement chaque jour de la période.

Les réactions des utilisateurs aux publications se situent entre 9 à 5 035 mentions « J'aime », avec les publications de nicole\_kramm suscitant le plus grand nombre de « J'aime ». Parmi toutes les publications étudiées, 10 ont reçu des commentaires, illustrant une certaine forme d'engagement et d'interaction plus approfondie. Cependant, une difficulté surgit en ce qui concerne le nombre des commentaires, car les publications ont été collectées à un certain moment et cela ne permet pas de voir si d'autres commentaires s'ajoutent par la suite. Le taux d'engagement ne sera donc qu'approximatif dans notre recherche.

Les stratégies pour accroître la visibilité des publications sont principalement centrées sur l'utilisation de *hashtags*. Les publications intègrent toutes des *hashtags* (en plus de celui qui a servi à la collecte) pertinents pour élargir leur portée et rejoindre des audiences spécifiques. Quelques mentions d'utilisateurs avec le symbole @ sont également utilisées, potentiellement pour attirer l'attention de comptes spécifiques sur leur publication ou pour attirer l'attention de leur public vers ces comptes; ou pour favoriser une interaction directe (par exemple quand un compte republie les images d'un autre compte).

---

<sup>3</sup> La période des fêtes peut avoir un impact sur le fait qu'il y ait moins de publications avant le début de celle-ci et plus de publication pendant.

Les utilisateurs ont utilisé différents formats. Parmi les 79 publications analysées, 20 d'entre elles sont accompagnées d'images (contenus graphiques, illustrations, etc.), tandis que 50 autres intègrent des photos. Les 9 autres publications se présentent sous forme vidéo. La majorité (nombre) des publications sont associées à des légendes, renforçant le contenu visuel et fournissant un contexte supplémentaire.

### 3.3.2 Pratiques de mobilisation

Au niveau des pratiques de mobilisation, des publications reflètent une série de dénonciations. À travers 9 publications sous forme de texte, des voix se lèvent pour dénoncer un éventail de cibles, allant du gouvernement à l'État en passant par les *Carabineros* (la police), les forces armées, des politicien-ne-s et des ministres. Ces dénonciations s'étendent également aux violences perpétrées à l'égard des femmes, qu'il s'agisse de violences sexuelles ou de torture. Par exemple, dans une publication, Nicole Kramm dit qu'en date du 18 février 2020, il y a des rapports sur plus de 439 cas de femmes victimes de la violence de l'État, sans compter les adolescents blessés, 1 600 femmes ont subi des violences sexuelles, des tortures ou d'autres traitements cruels de la part de l'armée ou des carabiniers du Chili. Elle souligne qu'en tant que victimes, elles n'ont pas reçu de soutien de la part du ministère. Elles ont eu le sentiment d'être abandonnées et beaucoup d'entre elles ont été retraumatisées ou criminalisées dans les centres de santé publique [Notre traduction] (Kramm Caifal, 4 mars 2020). Les dénonciations portent aussi sur les conditions de travail des femmes et les mauvais traitements qu'elles subissent, et des lois considérées comme injustes, obsolètes ou qui ne sont pas appliquées systématiquement (par exemple, des employeurs ne respectant pas le Code du travail chilien qui protège les femmes enceintes). Les féminicides et les personnes coupables ou perçues comme responsables de féminicide sont dénoncés, comme l'illustre la publication à la Figure 3.2. Cette publication dénonce des élues ayant voté contre une loi visant à promouvoir la parité des genres à l'aide de leurs photos et de leur nom.

Figure 3.2 Publication Insólito!!!, @plazaitaliaabajo, (19/12/2019)<sup>4</sup>



Ces dénonciations, qu’elles soient exprimées par le biais du texte ou de l’image, témoignent d’une volonté de mettre en lumière les inégalités, les injustices et les violences envers les femmes, tout en exhortant à un changement social significatif.

Les performances artistiques se distinguent au sein du contenu partagé, avec un total de 15 publications (4 vidéos et 11 images ou photos). Une performance qui revient souvent est celle d’*Un Violador en tu Camino*, incarnant une dénonciation des violences faites aux femmes et de la complicité de l’État face à cela. À travers des danses, des chansons et des mises en scène, ces performances artistiques cherchent à mettre en lumière les problématiques sociétales et à susciter la prise de conscience. Une scène montre des femmes à moitié nues, l’une d’elles agenouillée devant les autres à côté de ce qui semble être des poupées qui brûlent. Une autre photo présente quelqu’un qui simule une pendaison avec une corde au cou tirée vers le haut, rappelant la gravité des défis auxquels sont confrontées les femmes.

<sup>4</sup> Cette publication comprend les catégories de codage suivantes : Mobilisation : Dénonciation visuelle; Représentation : Adulte; Thématiques : Sexisme, Protection des droits des femmes; Thèmes émergents : œil blessé, institutions politiques

Il a 38 publications et 7 vidéos avec une présence et/ou un appel à la mobilisation dans la rue, ce qui représente environ 57% du contenu analysé. Ces publications se caractérisent par la présence de photos de mobilisation dans la rue. Il y a aussi plusieurs publications avec un appel direct, souvent sous forme écrite, incitant les utilisateurs à participer activement à ces mouvements de mobilisation. Par exemple, une photo montrant des gens manifestant dans la rue est accompagnée du texte « 8 mars, marche historique » ou bien « Plan féministe pour dimanche après-midi : préparer les affiches pour la manifestation du 8M. Identifiez les amis avec qui vous irez » [Notre traduction]. Cette catégorie reflète la volonté d'utiliser la plateforme comme un moyen pour promouvoir et susciter une participation citoyenne au sein des mobilisations dans la rue.

Les témoignages personnels sont présents dans 7 publications de dénonciation. Certains présentent un témoignage écrit par des proches d'une victime d'agression sexuelle et de féminicide en s'exprimant comme si c'était elle qui parlait. D'autres donnent la parole à des survivantes de violences sexuelles ou domestiques. Un des témoignages est une mère qui parle des violences de son mari et de la mort de sa fille, Javiera Neira, 6 ans, aux mains de celui-ci en 2005. Depuis, sa mère lutte pour faire du 19 décembre la journée nationale contre le féminicide. Un autre témoignage porte sur le regard des autres sur les femmes et sur les stéréotypes auxquels elles sont confrontées. Ces témoignages personnels incarnent le courage de partager des expériences intimes dans le but de sensibiliser et d'engager des discussions autour des problématiques liées au genre et à la violence.

La vidéo de @nicole\_kramm du 15 mars 2020 montre que la performance *El Violador eres tu* est devenue virale et a été reprise au Brésil, en Argentine, aux États-Unis et en Tunisie. La performance a eu un impact global et a permis aux féministes chiliennes de se projeter au niveau international (Kramm Crafel, 15 mars 2020). Une autre vidéo mentionne le fait que la lutte féministe est globale. La narratrice parle au nom d'autres féministes en Colombie, en Turquie, etc. Dans la catégorie de la globalisation, nous pouvons aussi noter la présence du véganisme et de la lutte antispéciste qui trouvent une petite place au sein du contenu partagé à travers deux publications et une vidéo. Une image représente une femme vêtue d'un costume de vache tenant une pancarte en soutien au véganisme lors d'une manifestation, symbolisant un appel à la prise de conscience concernant les droits des animaux.

Les symboles féministes ont une forte présence au sein du contenu partagé. Parmi ces symboles, les bandeaux verts et mauves se démarquent nettement, représentant une grande majorité des références visuelles (60% des publications les mobilisent, ensemble ou séparément). De plus, plusieurs publications intègrent des *capuchas*. Celles-ci ont un sens esthétique, mais aussi politique (selon Munay, l'une des fondatrices du collectif féministe *Danza baila capucha baila*) et sont un objet utilitaire permettant de réduire l'effet des gaz lacrymogènes et d'assurer l'anonymat des militantes (Martinez, 2020). Quelques bandeaux rouges sont également présents; ces derniers, qui ne figuraient pas dans notre grille, visent à promouvoir l'adoption avant l'avortement au lieu de celui-ci (Herrera, 2021). La présence de bandeaux rouges (bien que moins nombreux) et verts illustre la diversité des positions sur des enjeux féministes au Chili, au sein d'un mouvement qui n'est pas monolithique.

### 3.3.3 Représentation

L'analyse de la représentation a présenté plus de difficulté, car il s'agit d'une catégorie parfois plus subjective. Par exemple, les photos ne comportent pas d'indicateurs précis de l'âge des personnes, bien qu'on puisse y trouver des indices. Le contenu des publications partagées témoigne d'une certaine diversité générationnelle. Les images mettent en avant principalement des femmes adultes de tous âges, illustrant leur implication dans les mouvements et manifestations. Quelques femmes âgées sont présentes, notamment dans les photos de mobilisations dans la rue.

Figure 3.3 Publication Huelga General Feminista, 8 de marzo 2020. @frnc.sc, (9 mars 2020).<sup>5</sup>



Quatre publications dépeignent des femmes accompagnées d'enfants lors de manifestations, suggérant un engagement collectif au sein des familles. De plus, quelques photos mettent de l'avant des jeunes filles, dont deux publications dédiées au féminicide de Javiera Neira, une fillette de 6 ans. D'autres publications dénoncent les agressions contre de jeunes filles. Une publication évoque une organisation féministe d'une école secondaire, soulignant l'engagement des jeunes femmes dans le mouvement féministe.

<sup>5</sup> Cette publication comprend les catégories de codage suivantes : Mobilisation : présence de ou appel à la mobilisation dans la rue, bandeaux vert et mauve; Représentation : Adultes (personne âgée), jeunes, symboles autochtones; Codes émergents : institutions politiques

Figure 3.4 Publication hola a todes!, @secundarias\_mm, (2 mars 2020).<sup>6</sup>



Les symboles autochtones sont fréquemment visibles par le biais des drapeaux des peuples andins Mapuche et Wiphala sur les photos de manifestations, reflétant le soutien à ces mouvements autochtones dans les mobilisations féministes. La présence d'instruments de musiques autochtones ajoute une dimension culturelle et traditionnelle à ces manifestations, soulignant la richesse de l'expression collective. Il y a des images qui représentent des peintures ou murales avec des femmes autochtones. Cependant, nous notons l'absence des femmes racisées sur les photos. Il en est également question dans la section suivante sur l'intersectionnalité.

### 3.3.4 Thématiques

Le contenu partagé reflète peu d'engagement envers l'intersectionnalité et la reconnaissance des multiples dimensions de l'identité et de l'expérience des femmes. Une seule publication aborde spécifiquement cette notion. Sur la photo, on peut lire le texte suivant écrit sur une pancarte : « La lutte féministe doit être antiraciste, travestie, lesbienne, non binaire, marika [terme pour désigner les hommes efféminés ou homosexuels, qui peut être péjoratif selon le contexte],

<sup>6</sup> Cette publication comprend les catégories de codage suivantes : Mobilisation : Présence de ou appel à la mobilisation dans la rue; Représentation : Jeunes; Codes émergents : symbole féminin

transgénérationnelle, antispéciste, anticapitaliste, intersectionnelle, transféministe, abortive, antiyuta [la yuta est une milice sans uniforme], anti-prison, écologiste, de classe ou elle ne sera pas ». [Notre traduction]

Figure 3.5 Publication Jornada de feria e intervenciones de espacios públicos, visibilizando el trabajo doméstico no remunerado, @comision.genero\_14, (7 mars 2020).<sup>7</sup>



Les enjeux liés à l'orientation sexuelle et au genre sont abordés à travers une publication et quatre vidéos, mettant en avant des perspectives variées telles que le transféminisme, la dissociation entre les parties génitales et l'identité de genre, ainsi qu'une dénonciation d'agression envers un étudiant en raison de son orientation sexuelle. Les préoccupations concernant les personnes LGBTQI+ sont également mises en avant dans trois publications arborant leurs drapeaux et symboles. Le thème de la classe sociale est exploré dans une publication et une vidéo, tandis que l'enjeu de la race trouve son expression dans une publication et deux vidéos, dont l'une mentionne spécifiquement les immigrantes et les femmes afrochiliennes.

Dans la catégorie de la lutte contre le néolibéralisme, six publications se concentrent sur le thème de l'emploi et des inégalités économiques en s'attaquant à la précarisation croissante de la vie

<sup>7</sup> Cette publication comprend les catégories de codage suivantes : Mobilisation : globalisation; Lutte contre le néolibéralisme : Rôle des femmes dans la société, emplois et inégalités économiques; Intersectionnalité : enjeu de race, enjeu de classe, enjeu d'orientation sexuelle et de genre

quotidienne et en mettant en lumière le travail domestique non rémunéré. De plus, les inégalités au sein du monde professionnel sont mises en exergue, pointant du doigt les disparités salariales et les conditions de travail précaires que les femmes endurent. Par exemple, dans l'une des vidéos, il est dit que les travailleurs dans le secteur public de la santé sont ceux qui gagnent le moins et c'est une majorité de femmes qui travaillent dans ce domaine (Kramm Caifal, 15 mars 2020). Six publications mettent en lumière le rôle et la perception des femmes dans la société, dénonçant leur considération comme des individus de seconde classe et visibilisant le travail domestique non rémunéré des femmes. Par exemple, une publication de @comision.degenero\_14 est accompagnée de la légende suivante : « Journée fériée et interventions dans les espaces publics, visibiliser le travail domestique non rémunéré » [Notre traduction] (Comisión.género14 y La Farfana , 7 mars 2020).

Quatre publications abordent directement la résistance au patriarcat et à la société patriarcale chilienne, soulevant les questions liées aux inégalités de genre. La lutte pour l'obtention de droits pour les femmes est présente dans 12 publications et 1 vidéo. L'accès à l'avortement libre, sécuritaire et gratuit est mis en avant, de même que la demande de davantage de droits et de réglementations pour protéger les femmes au travail, notamment les femmes enceintes. Des publications présentent des plaidoyers pour l'autodétermination des femmes de leur corps. L'importance vitale du mouvement féministe est soulignée, ainsi que le rôle clé des femmes pour le bon fonctionnement de la société. L'objectif d'une société où les femmes sont libres et autonomes, et où elles n'ont plus à craindre pour leur sécurité dans les espaces publics, est également mis en avant. Au-delà des transformations sociales et culturelles générales, les revendications peuvent être très spécifiques, notamment en soutenant la mise en place de la *ley Gabriela*<sup>8</sup> pour lutter contre le féminicide.

La protection des droits des femmes est une préoccupation soulignée par 4 publications et 1 vidéo qui insistent sur la parité, la dignité et l'importance de fournir des informations légales aux femmes

---

<sup>8</sup> Cette loi apporte des modifications au code pénal, au code de procédure pénale et à la loi 18.216, qui établit des peines alternatives aux peines privatives de liberté, en ce qui concerne le crime de féminicide. Elle redéfinit le crime de féminicide comme suit : "L'homme qui tue une femme qui est ou a été son épouse ou sa partenaire, ou avec laquelle il a ou a eu un enfant en commun, est condamné à la peine maximale d'emprisonnement jusqu'à l'emprisonnement à vie. La même peine est appliquée à l'homme qui tue une femme parce qu'il a ou a eu une relation sentimentale ou sexuelle avec elle sans cohabitation.

en recherche d'aide. Une de ces publications porte sur l'impact des dénonciations en ligne (*funas*) pour celles qui les publient, mettant en évidence leurs répercussions potentielles sur leurs autrices. De plus, une organisation féministe de défense juridique est également présentée, mettant en lumière les efforts pour protéger les droits des femmes au sein du système judiciaire.

La question du sexisme est abordée sous différentes perspectives dans 19 publications et une vidéo mettant en évidence les préoccupations liées au corps des femmes, soulignant les normes et pressions auxquelles elles sont confrontées, dont les standards de beauté et l'habillement, la normalisation de l'allaitement en public. Le désir de sécurité est aussi présent, avec le besoin d'équité et de respect. Ces publications abordent également les perceptions erronées selon lesquelles les femmes seraient hystériques ou fortement influencées par leurs cycles menstruels. La culpabilisation des victimes de violences sexuelles est également abordée, tout comme la promotion de la masculinité positive à travers l'éducation des hommes. Dans une société patriarcale marquée par le *machismo*, l'importance de mettre en lumière les problèmes affectant les femmes trouve une place centrale, tout comme le besoin de briser les tabous sexuels.

La question des violences sexuelles est présente dans le contenu partagé. Sept publications portent sur les violences sexuelles de façon générale. Ces publications mettent en lumière les aspects dévastateurs et persistants de ces violences, par exemple en, donnant des statistiques sur les violences sexuelles comme par les *Carabineros* (une institution militaro-policière du Chili) ainsi que sur les violences domestiques. Quatorze publications et trois vidéos parlent de féminicide. Ces messages expriment la détermination collective à mettre fin au féminicide, de parler pour celles qui ne sont plus là. La question du féminicide est présente surtout dans le texte, sur des affiches de manifestations ou bien directement sur le corps des femmes. Dans certaines publications les coupables sont nommés. La journée contre le féminicide du 19 décembre est souvent mentionnée dans les publications.

Quatorze publications et deux vidéos (parfois les mêmes que pour le féminicide) sont consacrées au harcèlement sexuel et aux viols. Certaines publications se veulent informatives et éducatives, éclairant sur les conséquences de ces agressions et informant sur les procédures légales associées. La violence policière sur les femmes et l'accès à la justice pour les victimes sont des thèmes également abordés. Des témoignages personnels servent à exprimer ces problématiques. L'État est

directement pointé du doigt, dénoncé comme complice, voire coupable de ces violences (cela correspond aussi à une forme de dénonciation). La culture du viol est présentée sous plusieurs angles, remettant en question les stéréotypes qui perpétuent la culpabilisation des victimes, notamment en critiquant la justification basée sur l'habillement des femmes ou bien l'endroit où elles se trouvaient. Le contenu partagé se veut un moyen de conscientiser, de briser le silence et de démanteler les structures qui maintiennent ces violences.

Les questions de la pornographie et de la prostitution sont beaucoup moins visibles dans le contenu analysé. Il n'y a aucune mention de la pornographie. Deux publications portent sur le travail du sexe et l'exploitation.

### 3.3.5 Thèmes émergents

Lors de l'analyse, divers éléments sont ressortis qui n'avaient pas été pris en compte dans la grille d'analyse. Ces éléments sont les corps nus, quelques enjeux politiques qu'on pourrait qualifier de spécifiques (et qui ne sont pas déjà dans la grille d'analyse), l'éducation et la santé sexuelle, les mains rouges, l'œil blessé, le symbole féminin.

Les publications partagées mettent en évidence une série d'images et de vidéos présentant des corps nus, reflétant une approche symbolique de l'activisme. Au total, onze publications et trois vidéos arborent cette représentation. Souvent, le haut du corps est dénudé, avec des symboles féministes ou des messages significatifs peints, créant une fusion visuelle entre le corps humain et les causes défendues. Des utérus ou des vagins sont parfois peints sur le corps ou sur des pancartes.

Le contenu partagé souligne aussi l'importance des institutions politiques dans le mouvement féministe, avec 34 publications et 4 vidéos dédiées à cette thématique. L'assemblée constituante, le président, les élus et élues et la grève générale sont abordés dans cette catégorie, offrant un cadre pour discuter des réformes et des changements nécessaires.

Figure 3.6 Publication Volver a la calle con mis compañerxs me llenó el corazón, @nicole\_kramm. (1er mars 2020).<sup>9</sup>



Les enjeux et personnalités politiques sont un thème récurrent, avec une volonté affirmée de mettre fin à l'impunité gouvernementale et de remettre en question le rôle de la ministre en 2019-2020 du ministère de la Femme et de l'équité de genre, Isabel Plá. Cette dernière est fortement critiquée et accusée de complicité dans la violence d'État perpétrée par les *Carabineros* et les forces armées. Les publications incitent également au soutien des candidates féministes lors des élections, renforçant ainsi l'importance de la participation politique des femmes. Enfin, le premier ministre, Sebastian Piñera, est l'objet de discours de diabolisation, par exemple des photos de marionnettes géantes présentant Piñera comme un diable. La notion de grève générale trouve une place importante au sein du contenu partagé, avec 24 publications et deux vidéos dédiées à cette action collective. Le message d'appel à la grève générale est mis en avant, avec une attention particulière portée à la date du 8 mars. Les féministes se sont réapproprié la grève en la sortant hors des confins du lieu du travail pour la transformer en instrument de lutte politique contre la reproduction d'une société patriarcale. Les féministes chiliennes utilisent le terme de grève générale féministe comme « la nécessité de « déployer son pouvoir dans tous les domaines de la vie » et commence à se penser

<sup>9</sup> Cette publication comprend les catégories de codage suivantes : Mobilisation : présence de témoignages personnels, présence de ou appel à la mobilisation dans la rue; Représentation : adulte; Patriarcat : obtention de nouveaux droits des femmes; Codes émergents : institutions politiques, œil blessé

comme « un espace possible de convergence et d'unité des différentes luttes sociales et politiques fragmentées au cours des dernières décennies » (Dardot, 2023, p.117-118).

Le contenu partagé aborde des sujets relatifs à l'éducation et à la santé sexuelle à travers cinq publications distinctes. Une publication se consacre à la promotion de l'utilisation du préservatif, mettant en avant des informations sur les pratiques de protection sexuelle. De même, une autre publication évoque l'utilisation de la coupe menstruelle, mettant en avant une option alternative pour la gestion des menstruations. La masturbation est également abordée, avec une publication qui vise à encourager une approche positive et éclairée de la sexualité. Enfin, une publication se focalise sur les menstruations, soulignant l'importance d'une compréhension adéquate de ce processus naturel. Ces publications reflètent un désir d'éducation et de sensibilisation dans des domaines importants de la vie des femmes, contribuant ainsi à promouvoir la santé et le bien-être dans le contexte de la sexualité et de la reproduction.

Le symbole de la main rouge trouve une présence marquée au sein du contenu partagé, avec cinq publications et deux vidéos dédiées. Souvent peintes sur le corps, ces mains rouges sont fréquemment placées sur la bouche, potentiellement pour exprimer une forme de silence imposé ou de déni. Ce symbole semble véhiculer une signification similaire à celle observée au Canada, où il est associé à la commémoration des femmes et filles autochtones disparues ou assassinées.

Le motif de l'œil blessé occupe une place significative au sein du contenu partagé, avec dix publications et trois vidéos qui lui sont consacrées. Ces publications mettent en avant des femmes arborant un œil blessé, parfois des femmes qui vont les peindre sur leur propre corps, ce qui peut avoir une signification symbolique. Dans une des vidéos, une performance est réalisée avec un œil caché, pour illustrer les traumatismes subis lors des manifestations. L'œil blessé devient un moyen visuel pour évoquer les victimes de traumatismes oculaires. Ces publications et vidéos témoignent d'une volonté de sensibiliser et de mettre en lumière les souffrances subies par les victimes de trauma oculaire. C'est devenu un symbole du soulèvement social, car plusieurs personnes ont été blessées lors des affrontements avec la police lors de manifestations.

Le symbole féminin est largement présent dans le contenu partagé, se déployant à travers six publications distinctes. Ce symbole prend diverses formes, qu'il s'agisse de le dessiner directement

sur le corps, de les arborer sur des bandeaux mauves avec le poing levé, de les incorporer dans des graffitis ou de les superposer sur des images. Cette variété d'approches visuelles témoigne de la créativité et de l'ingéniosité avec lesquelles le symbole féminin est utilisé pour représenter et célébrer le féminisme. Ces publications contribuent à maintenir et à renforcer la visibilité de ce symbole.

Figure 3.7 Publication Fotos de la marcha del #8m2020, @ranita\_ameko, (2020, 12 mars).<sup>10</sup>



<sup>10</sup> Cette publication comprend les catégories de codage suivantes : Mobilisation : globalisation; Codes émergents : symbole féminin

Figure 3.8 Tableau des résultats

<b>Aspects généraux</b>		
1. Date de publication : sur toutes les publications		
2. Nom du compte : sur toutes les publications		
3. Interaction	Nombres de mentions « J’aime » : sur toutes les publications	
4. Visibilité	<i>Hashtag</i> (#) : 74 (94%)	
	Hyperliens : 0	
	Mentions @ :22 (28%)	
5. Format	Photo : 50 (63%)	
	Vidéo : 9 (11%)	
	Image : 20 (25%)	
	Présence de légende : 71 (90%)	
<b>Méthodes et pratiques</b>		
6. Mobilisation	Dénonciations de personnes ou comportements	Dénonciation visuelle : 4 (5%)
		Dénonciation textuelle : 9 (11%)
	Performances : 15 (19%)	
	Présence de ou appel à la mobilisation dans la rue : 45 (57%)	
	Présence de témoignages personnels : 7 (9%)	
	Mention de la mobilisation internationale ou présence d’éléments globaux : 6 (8%)	
	Symboles féministes	Bandeau mauve : 28 (35%)
		Bandeau vert : 32 (41%)
		<i>Capuchas</i> : 30 (38%)
7. Représentation	Adultes : 39 (49%)	
	Jeunes : 17 (22%)	

	Personne ou symboles autochtones : 20 (25%)
<b>Thématiques</b>	
8. Intersectionnalité	Enjeu d'orientation sexuelle : 5 (6%)
	Enjeu de race : 3 (4%)
	Enjeu de classe : 2 (3%)
9. Lutte contre le néolibéralisme	Emplois et inégalités économiques : 6 (8%)
	Rôle des femmes dans la société : 6 (8%)
10. Patriarcat	Obtention de nouveaux droits des femmes : 13 (16%)
	Protection des droits des femmes : 5 (6%)
	Sexisme : 20 (25%)
11. Violences envers les femmes et violences sexuelles	Féminicide : 17 (22%)
	Harcèlement sexuel -viol : 16 (20%)
	Prostitution- pornographie : 2 (3%)
12. Hors catégorie (codes émergents)	Corps nu : 14 (18%)
	Enjeu politique : 38 (48%)
	Œil blessé : 13 (16%)
	Éducation ou santé sexuelle : 5 (6%)
	Main rouge : 7 (9%)
	Symbole féminin : 6 (8%)

Note : Une seule publication peut contenir plusieurs éléments de la grille d'analyse, expliquant que la sommes des mentions/pourcentages ne soit pas égale à 79/100

## CONCLUSION

Cette recherche s'est concentrée sur la manière dont les féministes chiliennes se présentent et se mobilisent sur Instagram, en mettant en lumière les thématiques qu'elles mettent en avant et leur relation avec les enjeux caractéristiques de la quatrième vague du féminisme. L'analyse de contenu de l'échantillon de publications sous le mot-clic #feministachile a permis de mettre en évidence plusieurs points saillants. Il ressort clairement de cette étude que les pratiques et thématiques abordées sur Instagram par les féministes chiliennes en 2019-2020 reflètent la majorité des enjeux emblématiques de la quatrième vague du féminisme.

Les pratiques de mobilisation mises en évidence dans les résultats reflètent un fort engagement et une détermination à dénoncer les injustices et à promouvoir le changement social en faveur des femmes. Plusieurs éléments sont à noter : les publications dénoncent un large éventail de cibles, notamment le gouvernement, l'État, la police (Carabineros), les forces armées, les politicien-ne-s et les ministres. Cette diversité de cibles indique une volonté de responsabiliser divers acteurs de la société pour les injustices commises envers les femmes. Les dénonciations s'étendent aux violences perpétrées contre les femmes, notamment les violences sexuelles et la torture. Ces témoignages mettent en évidence la gravité des problèmes auxquels sont confrontées les femmes et la nécessité d'une réponse efficace des autorités.

Certains éléments clés de cette vague, tels que l'utilisation innovante de la technologie pour dénoncer, réaliser des performances et les diffuser, se retrouvent dans l'échantillon que nous avons analysé. Les performances artistiques, notamment "Un Violador en tu Camino", sont un moyen de sensibilisation. Elles utilisent la danse, la musique et la mise en scène pour mettre en lumière les problèmes sociaux et encourager la prise de conscience.

Les mobilisations dans la rue occupent une part significative, avec une invitation claire à la participation citoyenne. Environ 57% du contenu analysé est lié à la mobilisation dans la rue, avec des photos montrant des manifestations et des appels à la participation citoyenne. Cela témoigne d'une volonté d'utiliser les médias sociaux pour mobiliser les gens dans l'espace public. Les appels

à la mobilisation qu'on retrouve témoignent de la fusion entre les mouvements en ligne et les mobilisations de rue, soulignant la nature hybride et dynamique du féminisme actuel au Chili.

La dimension mondiale du féminisme est peu abordée dans les publications examinées. L'aspect international n'est que brièvement mentionné dans l'une des vidéos étudiés.

L'analyse de la représentation met en lumière plusieurs éléments concernant les personnes représentées dans le mouvement féministe au Chili : Les photos montrent une diversité générationnelle, avec la présence de femmes de différents âges, y compris des femmes plus âgées et des jeunes filles. Cela suggère que le mouvement englobe des femmes de toutes générations et encourage la participation intergénérationnelle. De plus, des photos montrent des femmes accompagnées d'enfants lors de manifestations, ce qui indique un engagement collectif au sein des familles pour la cause féministe.

Les drapeaux des peuples autochtones Mapuche et Wiphala sont fréquemment visibles, illustrant une solidarité inter mouvements. Cependant, une lacune importante réside dans l'absence de représentation des femmes racisées dans les photos. Cette absence soulève des questions sur l'inclusivité du mouvement féministe chilien sur Instagram.

Les thématiques abordées dans les publications reflètent les préoccupations et les revendications des féministes chiliennes. Les publications mettent en avant la nécessité d'une lutte féministe qui intègre de multiples dimensions de l'identité, bien que cela ne soit pas encore pleinement représenté. Des enjeux tels que l'orientation sexuelle, la classe sociale et les inégalités économiques sont abordés. La question des violences sexuelles, du féminicide, du harcèlement et du sexisme est particulièrement prédominante.

Bien que l'intersectionnalité ne soit pas encore beaucoup représentée, une publication spécifique souligne la nécessité d'une lutte féministe qui intègre de multiples dimensions de l'identité, notamment l'antiracisme, l'orientation sexuelle, la non-binarité, etc. Les publications mettent aussi en évidence les inégalités économiques, en particulier la précarisation de la vie quotidienne des femmes et les disparités salariales. Les publications plaident en faveur de l'autodétermination des femmes sur leur corps, de l'accès à l'avortement libre et sécuritaire, ainsi que de davantage de droits

et de protections au travail. Le sexisme sous différentes formes est un thème central, remettant en question les normes de beauté, les pressions sur le corps des femmes, la culture du viol et les stéréotypes de genre. Les publications abordent largement les violences sexuelles, le féminicide, le harcèlement sexuel et les viols. Elles servent de moyen de sensibilisation et de dénonciation des responsables, y compris l'État.

En résumé, les mouvements féministes chiliens sur Instagram sont dynamiques et engagés, utilisant diverses pratiques de mobilisation pour dénoncer les injustices envers les femmes. Cependant, il existe des défis en termes de représentation, en particulier en ce qui concerne les femmes racisées. Le mouvement aborde un large éventail de thématiques, avec un accent sur les violences sexuelles, le sexisme et les inégalités économiques, tout en appelant à un changement significatif dans la société chilienne.

En fin de compte, cette recherche met en évidence la pertinence de de l'activisme féministe sur Instagram, pour la promotion du féminisme et la sensibilisation aux questions liées à l'égalité des sexes et à la justice sociale. Les féministes chiliennes ont su exploiter la plateforme pour amplifier leur message et mobiliser un public plus large, transcendant ainsi les frontières physiques et culturelles.

En somme, cette étude montre que les féministes chiliennes utilisent habilement Instagram pour mettre en avant des thématiques cruciales de la quatrième vague du féminisme. Leurs publications reflètent un engagement fort envers la lutte contre les inégalités de genre, la violence sexuelle et le néolibéralisme, tout en favorisant une mobilisation inclusive et intergénérationnelle. Cette convergence entre les enjeux de la quatrième vague et l'activisme en ligne montre comment les plateformes numériques peuvent jouer un rôle vital dans la promotion et l'avancement des idéaux féministes dans le contexte contemporain. Les féministes chiliennes sur Instagram utilisent cette plateforme de manière créative et engageante pour promouvoir leur cause et lutter pour l'égalité des sexes. Leur capacité à aborder une large gamme de thématiques et leur volonté à susciter l'engagement des utilisateurs témoigne de l'importance croissante de l'activisme en ligne dans la quatrième vague du féminisme et de son impact sur la société chilienne.

Lors de l'interprétation des données interactives qui témoignent d'interactions sur les médias sociaux ("J'aime", partages et autres), il est crucial de prendre en compte le contexte et les limitations techniques. Il se pourrait que certaines publications nous aient échappé lors de la collecte de données. La temporalité publications/collecte, qui peut faire en sorte que des publications aient été effacées avant d'avoir été collectées, est un écueil potentiel à de nombreuses recherches examinant le contenu des réseaux sociaux, mais dont nous n'avons pas de raison de penser qu'il ait affecté notre collecte plus particulièrement.

Il convient de noter que notre échantillon demeure restreint (limite qui peut être posée par le fait que certains contenus sont privés ou masqués) et se concentre sur deux dates spécifiques, à savoir la Journée nationale contre le féminicide et la Journée internationale de la femme, des périodes susceptibles de générer davantage de publications féministes que d'autres moments de l'année. De plus, ces dates peuvent entraîner le risque que l'échantillon surreprésente les pratiques de fluidité de mobilisation entre la rue et les médias sociaux, ces jours étant précisément des moments où se tiennent traditionnellement des manifestations dans les rues (plus particulièrement les publications entourant le 8 mars). Les publications que nous avons analysées sont également issues d'une période de soulèvement social, où les mouvements féministes ne sont pas les seuls à être mobilisés. Par conséquent, il est possible que la dimension globale n'aurait pas été présente dans un autre échantillon. Une extension de l'analyse sur une période plus longue et avec un échantillon plus conséquent pourrait être bénéfique. De plus, il serait pertinent de comparer les publications associées à un autre *hashtag*, potentiellement choisi parmi ceux qui apparaissent fréquemment dans les publications liées au *hashtag* #feministachile. Cela pourrait offrir une perspective plus complète sur les tendances et les thèmes émergents dans le discours féministe au Chili.

## BIBLIOGRAPHIE

- @plazaitaliaabajo. (2019, 19 décembre). *Insólito!!! Recordar que quienes se abstuvieron también son igual de lacras.*  *Comparte!* [Publication]. Instagram.  
<https://www.instagram.com/p/B6QSj3ZHlSh/>
- Adi, A., Gerodimos, R., & Lilleker, D. G. (2018). “Yes We Vote”: Civic Mobilisation and Impulsive Engagement on Instagram. *Javnost-The Public*, 25(3), 315-332.
- Alarcón, M., Cárdenas, C. et Godoy, C. (2021). Call for protest through Instagram: a socio-cognitive analysis of discursive strategies in the context of the social movement in Chile (2019- 2020). *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 127-149.  
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1524>
- Bahr, N. (2018). *#Effyourbeautystandards: Message Construction in the Body Positivity Movement on Instagram*. [Thèse de doctorat, University of Alaska Fairbanks].
- Barriga, N. A. (2020). Una aproximación teórica a las olas del 46estheti: la cuarta ola. *FEMERIS : Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 5(2), 121-146.
- Bertrand, David (2018). L’essor du féminisme en ligne : Symptôme de l’émergence d’une quatrième vague féministe?. *Réseaux*, 2(208-209), 232-257.
- Blais, M., et al. (2007). Pour éviter de se noyer dans la (troisième) vague : réflexions sur l’histoire et l’actualité du féminisme radical. *Recherches Féministes*, 20(2), 141–162.  
<https://doi.org/10.7202/017609ar>
- Boling, K. S. (2020). #shepersisted, mitch: a memetic critical discourse analysis on an attempted Instagram feminist revolution. *Feminist Media Studies*, 20(7), 966–982.
- Bouchard, G. (1991). Typologie des tendances théoriques du féminisme contemporain. *Philosophiques*, 18(1), 119–167. <https://doi.org/10.7202/027143ar>
- Boynton, P. (2012). Getting the press we deserve: Opportunities and challenges for innovative media practice. *Feminism & Psychology*, 22(4), 536–540.
- Brejeny, C. (2017). “By Any Memes Necessary”: *Exploring the Intersectional Politics of Feminist Memes on Instagram*. [Thèse de doctorat, Uppsala University].

- Brimacombe, T., Kant, R., Finau, G., Tarai, J., & Titifanue, J. (2018). A new frontier in digital activism: An exploration of digital feminism in Fiji. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 5(3), 508-521. <https://doi.org/10.1002/app5.253>
- Caldeira, S. P., De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2020). Between the mundane and the political: Women's self-representations on Instagram. *Social Media+ Society*, 6(3), 2056305120940802.
- Caldeira, S. P., & De Ridder, S. (2017). Representing diverse femininities on 47nstagram: a case study of the body-positive@effyourbeautystandards 47nstagram account. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 9(2), 321–337. [https://doi.org/10.1386/cjcs.9.2.321\\_1](https://doi.org/10.1386/cjcs.9.2.321_1)
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. John Wiley & Sons.
- Chávez, G., Del Pozo, F., & Vargas, L. (2021). Matices del feminismo : Estrategias y colores del discurso feminista en Instagram. En Universidad de Lima, Facultad de Comunicación (Ed.), *Concurso de Investigación en Comunicación : trabajos ganadores* (14.a ed.), 203-268. Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/14628>, 203-268.
- Cobo, R. (2019). La cuarta ola feminista y la violencia sexual. *Revista Interuniversitaria de cultura Paradigma*, (22), 134-138.
- Cohen, R. et al. (2019). #bodypositivity : a content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57.
- Comisión.género14 y La Farfana [@comision.genero\_14].(2020, 7 mars). *Jornada de feria e intervenciones de espacios públikos, visibilizando el trabajo doméstiko no remunerado*   [Publication].  
Instagram.[https://www.instagram.com/p/B9dSqCCjyAR/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/B9dSqCCjyAR/?img_index=2)
- Coordinadora Feminista 8M (2021). ¡A la huelga compañeras! Apuntes de un proceso en curso. En *La huelga general feminista ¡VA! Historias de un proceso en curso*. Santiago: Tiempo robado.
- Crepax, R. (2020)The aestheticisation of feminism: A case study of feminist Instagram aesthetics. *ZoneModa Journal*, 10(1S), 71-81.
- Dahlerup, D. (2013). Disruption, continuity and waves in the feminist movement. *The women's movement in protest, institutions and the internet*, 20-36.
- Dardot, P. (2023). *La Mémoire du futur : Chili 2019-2022*. Lux Éditeur.

- De Fina Gonzalez, D., & Figueroa Vidal, F. (2019). Nuevos “campos de acción política” fem inista : Una mirada a las recientes movilizaciones en Chile. *Revista Punto Género*, (11), pp. 51-72. Doi :10.5354/2735-7473.2019.53880
- De Fina Gonzalez, D., Lamadrid, S., Figueroa Vidal, F. y Loaiza, C. (2022). De la revuelta al en cierra : organización, resistencia y solidaridad feminista en Chile en tiempos de pandemia. *Polis Revista Latinoamericana*, 21(61), 118-140. Doi: <http://dx.doi.org/10.32735/S0718-6568/2022-N61-1628>
- Dobrin, D. (2020). The Hashtag in Digital Activism: A Cultural Revolution, *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 5(1), 03. <https://doi.org/10.20897/jcasc/8298>
- Eudey, B. (2012). Civic Engagement, Cyberfeminism, and Online Learning: Activism and Service Learning in Women’s and Gender Studies Courses. *Feminist Teacher*, 22(3), 233-250.
- francisca-FOTÓGRAFA [@frnc.sc]. (2020, 9 mars). Huelga General Feminista, 8 de marzo 2020 [Publication]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/B9gy0-9puun/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/B9gy0-9puun/?img_index=1)
- Franssen, A. (13 janvier 2020). Chili: l’insurrection venue. *CETRI*, 11.
- Frelon, D., Marwick, A. & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197-1201. DOI : [10.1126/science.abb2428](https://doi.org/10.1126/science.abb2428)
- Gaudichaud, F., & Nogue, A. (2020). « Sans féminisme, il n’y a pas de démocratie » : Réflexions sur le nouvel élan des mobilisations féministes au Chili. *Revue Internationale et Stratégique*, 119(3), 107-116. <https://doi.org/10.3917/ris.119.0107>
- Gerrard, Y., & Thornham, H. (2020). Content moderation: Social media’s sexist assemblages. *New media & society*, 22(7), 1266-1286.
- Giraldo-Luque, S., Fernández-García, N., Pérez-Arce, J.-C. (2018). “La centralidad temática de la movilización #NiUnaMenos en Twitter”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 1, pp. 96-105. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.09>
- Girolamo Harsanyi, G. (2019, 17 décembre). Capuchas feministas a la chilena. [Vice. https://www.vice.com/es/article/5dmmn8/capuchas-feministas-a-la-chilena](https://www.vice.com/es/article/5dmmn8/capuchas-feministas-a-la-chilena)
- Gray, T. J., Gainous, J., & Wagner, K. M. (2017). Gender and the digital divide in latin america\*. *Social Science Quarterly*, 98(1), 326–340. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12270>
- Hall, S. (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, Thousand Oaks, pp. 225-239.

- Herrera, C. (2021, 8 mars). 8M : Conoce el significado de los paneles verde, rojo, celeste y morado. *Diario Concepción*. <https://www.diarioconcepcion.cl/pais/2021/03/08/8m-conoce-el-significado-de-los-panuelos-verde-rojo-celeste-y-morado.html>
- Icart, I. B. (2020). La cuarta ola del feminismo. *Revista Internacional de Organizaciones*, (24), 403-420.
- Jain, S. (2020). The Rising Fourth Wave: Feminist Activism on Digital Platforms in India. *ORF Issue Brief*, 384, 1-16.
- Jouet, J. (2018). Digital feminism: Questioning the renewal of activism. *Journal of Research in Gender Studies*, 8(1), 133-157.
- Kavada, A. (2015). Creating the collective: social media, the occupy movement and its constitution as a collective actor. *Information Communication and Society*, (2015 05 26). <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318>
- Kemp, S. (2019, 31 janvier). *Digital 2019: Chile*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-chile?rq=Chile>
- \_\_\_\_\_. (2019, 31 janvier). *Digital 2019: Global Overview Report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- \_\_\_\_\_. (2020, 30 janvier). *Digital 2020: Global Overview Report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- \_\_\_\_\_. (2021, 27 janvier). *Digital 2021: Global Overview Report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- \_\_\_\_\_. (2022, 15 février). *Digital 2022: Chile*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-chile?rq=Chile>
- \_\_\_\_\_. (2022, 26 janvier). *Digital 2022: Instagram's Surge Continues*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-instagram-headlines>
- Knipp Silva, R. (2021). Ciberfeminismos en la lucha por el aborto en argentina y chile: #abortolegalya y #nobastan3causales. *Raudem. Revista De Estudios De Las Mujeres*, 9, 176–196. <https://doi.org/10.25115/raudem.v9i1.5511>
- Kramm Caifal, N. [@nicole\_kramm]. (2020, 1<sup>er</sup> mars). *Volver a la calle con mis compañerxs me llenó el corazón ❤️ tenía tanto miedo, tiritaba, pero entre tanto abrazo me volvió el alma al cuerpo*. [Publication]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B9NsaG3pdOa/>

\_\_\_\_\_. (2020, 4 mars). *Renuncia Pla* 📢 8 & 9 de marzo, por justicia, todas a la calle. Por ti, por mi y por todas mis compañeras 🍌🍌 [Publication]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/B9VjOuUpBj6/?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/B9VjOuUpBj6/?img_index=3)

\_\_\_\_\_. (2020, 15 mars). *Por fin, se estrenó nuestro trabajo documental "No es No"* 📺📺 sobre el movimiento feminista. [Publication]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/B9xxEgWJLi1/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/B9xxEgWJLi1/?img_index=1)

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage.

Lamus Canavate, D. (2020). La irrupción de una nueva ola feminista: ¿La cuarta ola? *La Manzana de la Discordia*, 15(20), 1-29. Dos: 10.25100/lamanzanadeladiscordia.v15i2.9808

Laestadius, L. (2016). Instagram. Dans L. Sloan et A. Quan-Haase (dir.), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, (p.573-592), SAGE Publications, [Ltd.](https://doi.org/10.4135/9781473983847.n34)

L'anarchiste Orient [@lanarchisteorient]. *Manifiesto que grabamos hoy con las demás voceras de C8M y que no puedo dejar de compartir, pues es todo por lo que luchamos.* [Publication]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B9hMNL-FfYw/>

Las Tesis (2019, 10 décembre). « Manifiesto del Colectivo Las Tesis: La culpa no era mía, ni dónde estaba ni cómo vestía », *The Clinic*. <https://urlz.fr/bBqr>

Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram : visual social media cultures* (Ser. Digital media and society series). Polity.

Lee, C., & Chau, D. (2018). Language as pride, love, and hate: Archiving emotions through multilingual Instagram *hashtags*. *Discourse, Context & Media*, 22, 21-29.

Leray, C. & Bourgeois, I., (2016). L'analyse de contenu. In Gauthier, B. & Bourgeois, I. (Ed.), *Recherche sociale: De la problématique à la collecte de donnée* (pp. 427-453). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Looft, R. (2017). #girlgaze: photography, fourth wave feminism, and social media advocacy. *Continuum*, 31(6), 892-902.

López-Ortega, M. et Noronha, I. (2021). Women Journalists and Social Media Activism: An Analysis of the *Hashtags* #DeixaElaTrabalhar and #LasPeriodistasParamos on Instagram. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 8(16), 168-194. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.16.9>

- Matos, C. (2017). New Brazilian feminisms and online networks: Cyberfeminism, protest and the female ‘Arab Spring’. *International Sociology*, 32(3), 417-434.
- Martinez, S. (2020, 9 mars). Cagoules, cintres, foulards... Ces nouveaux symboles du combat féministe. *France-Ouest*. <https://Franceouest-france.fr/leditiondusoir/2020-03-09/cagoules-cintres-foulards-ces-nouveaux-symboles-du-combat-feministe-0abc5297-258e-4e47-a39f-f54499d1ecea>
- Mazón Martínez, A. (2021). Mujeres en redes de lucha : ciberfeminismo como movimiento social contemporáneo. *Estudios Políticos*, (53), 31-44.
- Meikle, G. (2016). *Social media: Communication, sharing and visibility*. Routledge.
- Milford, T. S. *Chapter II. Revisiting Cyberfeminism: Theory as a Tool for Understanding Young Women's Experiences In : eGirls, eCitizens* [en ligne]. Ottawa : Les Presses de l'Université d'Ottawa, University of Ottawa Press, 2015 (généré le 10 septembre 2023). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/uop/492>>. ISBN : 9780776626222.
- Molyneux, M. (2022). Fourth Wave? Feminism, Time and History. ERIGAL Conference, Zoom.
- Peroni, C. and Rodak, L. (2020) “Introduction. The fourth wave of feminism: From social networking and self-determination to sisterhood”, *Oñati Socio-Legal Series*, 10(1S), p. 1S–9S.
- Perry, S. & Borzutzky, S. (2022). « The Revolution Will Be Feminist-Or It Won't Be a Revolution »: Feminist Response to Inequality in Chile. *Social Inclusion*, 10(1), 46-57. <https://doi.org/10.17645/si.v10i1.4784>
- Pick, J., Sarkar, A., & Parrish, E. (2021). The latin american and caribbean digital divide: a geospatial and multivariate analysis. *Information Technology for Development*, 27(2), 235–262. <https://doi.org/10.1080/02681102.2020.1805398>
- Ponce, C. (2020). Du mouvement féministe étudiant au mouvement social #ChileDespertó. *IdeAs. Idées d'Amérique*, (15). <https://doi.org/10.4000/ideas.8396>
- Ranita [@ranita\_ameko]. (2020, 12 mars). *Fotos de la marcha del #8m2020 fuimos con las chiquillas a representar a las mujeres del mundo cosplayer que también somos violentadas de diferentes maneras dentro del mundo friki* [Publication]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/B9pktWfITYo/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/B9pktWfITYo/?img_index=2)
- Rosales, M. B. (2018). Ciberactivismo: praxis feminista y visibilidad política en# NiUnaMenos. *Pléyade (Santiago)*, (22), 63-85.

- Rost, K., Stahel, L., Frey, B. (2016), « Digital social norm enforcement : online firestorms in social media », *PLoS ONE*, vol. 11, n° 6.
- Sádaba, I. & Barranquero, A. (2019). Las redes sociales del ciberfeminismo en España : identidad y repertorios de acción. *Athenea Digital*, 19(1), e2058.  
<https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2058>
- Sánchez-Duarte, J.-M. & Fernández-Romero, D. (2017). Subactivismo feminista y repertorios de acción colectiva digitales : prácticas ciberfeministas en Twitter. *El profesional de la información*, 26(5), 894-902.
- Savolainen, L., Uitermark, J., & Boy, J. D. (2020). Filtering feminisms: Emergent feminist visibilities on Instagram. *New Media & Society*, 22(10), 1-23.  
<https://doi.org/10.1177/1461444820960074>
- secundarias marga marga [@secundarias\_mm]. (2020, 2 mars). *hola a todes!*  
 *somos una nueva organización de secundarias feministas de Marga-Marga* [Publication]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B9OtuyPh1Mk/>
- St-Pierre, A. T. (2021). Instagram Feminism: a Rhetorical Analysis of the Novel Feminist Phenomenon Through Popular Feminist Instagram Accounts. The American University of Paris (France)].
- Thielemann Hernández, L. (2020). Chili: le soulèvement de 2019 au prisme d'un cycle de luttes et de déceptions. *Alternatives Sud*, 27(4), 147-159.
- Torrallbo Calero, M. (2020). *Performance feminista" Un violador en tu camino": Análisis en Twitter de los medios de comunicación impresos y digitales de Chile y España* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. Sevilla.
- Turley, E., & Fisher, J. (2018). Tweeting back while shouting back: Social media and feminist activism. *Feminism & Psychology*, 28(1), 128-132.  
<https://doi.org/10.1177/0959353517715875>
- Varela, N. (2020). El tsunami feminista. *Nueva sociedad*, (286), 93-106.
- Westfall, T. (2018). Seize the memes: community, personal expression, and everyday feminist politics through Instagram memes. *Bowdoin College, Honour's Project*.
- Zimmerman, T. (2017). # Intersectionality: The Fourth Wave Feminist Twitter Community. *Atlantis : Critical Studies in Gender, Culture & Social Justice*, 38(1), 54-70.