

Bibliografía

- Acosta, M. (2020). Activismo feminista en Instagram. El caso de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito en Argentina. *Perspectivas de la comunicación*, 13(1), 29-46.
- Belucci, M. y Muñoz, C. (2019) Historia de una desobediencia: Aborto y feminismo.
- Burton, J. (2013). Aproximaciones al movimiento de mujeres y al feminismo en Argentina, 1970 – post 2001.
- Código Penal de la Nación Argentina.
- Concha, W. N., Domínguez, H. M., Maya, M. I. y Torres, E. (2018). Redes sociales: su influencia en la personalidad y en las relaciones sociales de estudiantes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 4(7), 20-29.
- Correa, M. S. y Vitaliti, J. M. (2018). Estudio sobre las redes sociales personales y las redes sociales virtuales en la cibercultura adolescente actual.
- de la Piedra, E. S., & Meana, R. J. (2017). Redes sociales y fenómeno influencer. Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 75(147), 443-469.
- Di Marco, G. (2010) Los movimientos de mujeres en la Argentina y la emergencia del pueblo feminista.
- Domper, R. y Lozada, S. (2019). Stand up en Instagram Cambios y permanencias de un género transpuesto a las redes.
- Elizalde, S. y Mateo, N. (2018). Las jóvenes: entre la “marea verde” y la decisión de abortar
- Felitti, K. (2010). Estrategias de Comunicación del Activismo Católico Conservador Frente al Aborto y el Matrimonio Igualitario.
- Giant, N. (2016) Ciberseguridad para la i-generación: Usos y riesgos de las redes sociales y sus aplicaciones.
- Gil, A. S. y Encinas, N. (2018). Disputas de sentido por el derecho a decidir: el tratamiento del aborto en la prensa de Mendoza, Argentina
- Laudano, C. (2018). Informe Técnico. El debate sobre #abortolegal en redes sociales. LatFem.
- Madrigal Romero, C. (2015). Instagram Como Herramienta de Comunicación Publicitaria: el caso de Made With Lof.
- Marchena Montalvo, V. (2018). Belleza, consumo y posmodernidad: el éxito del discurso influencer.
- Martos Carrión, E. (2011). Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales.
- Murolo, N. L. (2009). Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos. *Razón y Palabra*, (69).

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.

Rodríguez, E. N., & Urbiola Ríos, A. (2020). *La Identidad del usuario de Instagram fanático/a argentino de fútbol a partir de los memes de la Final de la copa Libertadores 2018* (Doctoral dissertation, Universidad Argentina de la Empresa).

Sartori, G. (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Editorial TAURUS.

Taramona, R. (2018). *Influencers digitales: disrupción de la fama, la publicidad y el entretenimiento en las redes sociales*.

Treré, E. (2013). # YoSoy132: la experiencia de los nuevos movimientos sociales en México y el papel de las Treré, Emiliano redes sociales desde una perspectiva crítica. *Educación social: Revista de intervención socioeducativa*, (55), 111-119.

Viñuelas García, M. (2017). *Influencers. Aproximación teórica e influencia en el público joven*.