



Comunicación Emergente: el caso del hashtag #el9ningunasemueve en México

*Emerging Communication: the case of the hashtag #el9ningunasemueve in
Mexico*

Olmedo Neri, Raul Anthony

Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

raulanthony@yaho.com.mx

Forma de citar este artículo:

Olmedo-Neri, R. A. (2020). "Comunicación Emergente: el caso del hashtag #el9ningunasemueve en México", *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 7, núm. 14, 209-235.

<https://doi.org/10.24137/raeic.7.14.9>

Resumen:

La apropiación del espacio virtual por parte de los denominados "nuevos movimientos sociales" implica reconocer una lógica que dista tanto del uso cotidiano que le da el sujeto dentro de la producción y reproducción de su mundo de vida, como de las finalidades del capital o del propio Estado. El empleo de las redes sociodigitales por parte del movimiento feminista constituye un ejemplo sobre la convergencia de acciones *offline* y *online*, lo que da paso a una multiplicidad de estrategias con el fin de materializar sus demandas y concretar la utopía que las moviliza. Esta forma particular de apropiación se enclava en la propuesta conceptual de comunicación emergente, donde las acciones colectivas innovan su repertorio de acción con el espacio digital.

En este sentido, en el presente trabajo se identifica y analiza la red de interacción-comunicación subyacente en el hashtag #el9ningunasemueve creado por el movimiento feminista mexicano.

Para ello se realizó la trazabilidad de dicho hashtag mediante la minería de datos y se empleó el método de Análisis de Redes Sociales (ARS) para evaluar los indicadores tales como nivel de grado, intermediación y densidad de red.

Palabras clave: Análisis de Redes Sociales, red, hashtag, movimiento social, Twitter.

Abstract:

The appropriation of virtual space by the so-called “new social movements” implies recognizing a specific type of communication that is far from the use that the subject gives it within the production and reproduction of his world of life, or from the use that the capital or the State itself. The case of the use of these technological developments by the feminist movement is an example of the convergence between offline and online actions, which gives way to a multiplicity of strategies in order to materialize their demands and specify the utopia that mobilizes them. In this sense, the purpose of this work is to identify and analyze the underlying interaction-communication network in the hashtag # el9ningunasemueve created by the Mexican feminist movement. For this, the traceability of said hashtag was performed through data mining and the structure built with the Social Network Analysis (ARS) method was analyzed in order to identify the relevant indicators such as grade level, intermediation and centrality.

Palabras clave: Social Network Analysis, network, hashtag, social movement, Twitter.

1. INTRODUCCIÓN

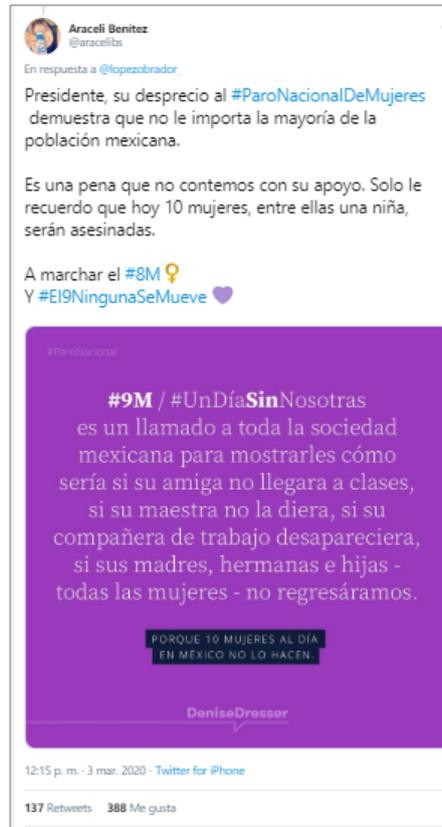
El movimiento feminista mexicano efectuó el 9 de marzo de 2020 una acción colectiva a nivel nacional que venía preparando semanas antes como resultado de la creciente crisis social y violencia estructural de la cual eran objeto las mujeres en diferentes esferas de la vida cotidiana.

La convocatoria tuvo dos bases: la primera fue de carácter *online* ya que parte de la diseminación de esa acción se dio en redes sociodigitales como Facebook y Twitter; se crearon diversos hashtags (Figura 1), entre ellos #el9ningunasemueve, mientras que la segunda base fue *offline* debido al trabajo constante que realizaron las Organizaciones del Movimiento Social (Cadena-Roa, 2016) para generar conciencia de la importancia de esta acción a escala nacional.

Así, a la par del #el9ningunasemueve se crearon otros hashtags como #ParoNacionalDeMujeres y #UnDíaSinNosotras que en conjunto generaron una relación paradigmática en cuanto a significación en el espacio digital se refiere. Es la violencia emanada del patriarcado el agravio

fundamental en el mundo de la vida que deriva en el cuestionamiento del *statu quo* por parte del movimiento feminista, el cual se organiza y establece un repertorio de acciones que muestran su condición de sometimiento y explotación, reconociéndolo como uno de los movimientos sociales más representativos de la sociedad moderna del siglo XXI.

Figura 1. Convocatoria para #el9ningunasemueve.



Fuente: Araceli Benítez (2020).

Dicha estrategia consistió en un paro nacional el 9 de marzo de 2020, donde las mujeres no participarían en sus actividades diarias: escuelas, trabajos, calles y restaurantes permanecieron vacíos en gran parte de la ciudad capitalina y otros estados en ese día; su acción convergente tuvo un impacto *offline* a nivel económico de 37,000 millones de pesos y generó una participación estimada de 22 millones de mujeres que se sumaron a dicha acción (Ayala, 2020), así como un impacto *online* con la construcción de una red de interacción-comunicación (Olmedo Neri, 2019a) derivada del hashtag #el9ningunasemueve.

Este ejemplo permite observar la convergencia mediática del repertorio de acción de los llamados “nuevos movimientos sociales”, donde se establecen novedosas hibridaciones entre

las acciones en el plano real concreto y el mundo virtual¹. Durante ese día, el hashtag mencionado tuvo un uso constante en Twitter para hacer evidente el efecto de la acción colectiva ejecutada, así como de la reflexión sobre lo que implica la violencia estructural e histórica vivida por este sector poblacional y la relación tensa que se generó con la interpretación política que el gobierno federal mostró ante dicha acción.

Por lo anterior, a través del software NodeXL se realizó la construcción de una base de datos derivada de la trazabilidad del hashtag #el9ningunasemueve en Twitter para identificar la red subyacente y con ello identificar y caracterizar aquellos nodos (cuentas/perfiles) que poseen una posición estratégica dentro de la dinámica interna de dicha red, sea mediante el contenido que generaron o compartieron, así como por su rol en el mundo de la vida y el virtual. Para esto se emplearon los indicadores del método de Análisis de Redes Sociales (ARS) como nivel de grado, centralidad e intermediación. Con ello, se puede observar que los nuevos movimientos sociales, donde se encuentra el movimiento feminista, se apropian de los desarrollos tecnológicos en el seno de la Comunicación² para intervenir en el espacio y la opinión públicas a través de una estrategia conjunta en el espacio virtual y la materialidad social.

2. MARCO TEÓRICO

La teoría de los “nuevos movimientos sociales” (Johnston, Laraña y Gusfield, 2001, Touraine, 2005; Melucci, 2010) se materializa a partir de la falta de herramientas teórico-conceptuales en el ámbito sociológico para entender y analizar el surgimiento de movimientos que trascienden la dicotomía contradictoria y dialéctica que venía presentándose de manera inevitable en movimientos sociales como el obrero o el campesino. Esta teoría no busca explicar el *cómo* o el *cuándo*, sino el *por qué*, es decir, las razones que motivan a los individuos para movilizarse aun

¹ La noción “virtual” en entendida en este trabajo desde su condición compleja e híbrida; compleja porque constituye en sí misma un mundo estructurado tecnológicamente y dotado de sentido humano, “es decir, hecho de pensamiento, palabras, escrituras, e incluso, en cierta manera, de discursos” (Mathias, 2012: p. 145). Híbrida por la confluencia entre el mundo dado y aquel creado a imagen y semejanza del capital; esta mezcla se entiende en el sentido de *metaxu* que refiere un conjunto de “entes intermedios que se componen de manera híbrida, interactiva, visualizable como imagen de síntesis, penetrable, que involucra la corporeidad del usuario, que se mezcla con la imagen del cuerpo virtual” (Diodato, 2011: p. 158). Por lo tanto, lo virtual no sólo alude a lo que allí es creado en tanto mundo, sino también todo aquello que es digitalizado para formar parte de ese nuevo espacio virtual.

² Resulta necesario acotar que el uso de mayúscula en esta palabra alude a la Comunicación como campo científico, es decir a todo el conjunto de teorías, métodos, técnicas y objetos de estudio que adquieren una perspectiva comunicacional, mientras que la misma palabra con minúscula hace referencia a la práctica comunicativa en sus diferentes niveles y a diversas escalas, por lo que mientras que la primera se enclava en el cuerpo teórico-metodológico y disciplinar, el segundo se enfoca a la acción propia del acto comunicativo.

cuando dichos fundamentos no sean aparentemente racionales o no posean los suficientes recursos para llevar a cabo una acción en un momento específico.

De esta manera, esta teoría hace énfasis en el ámbito comunicativo e identitario ya que, “los conflictos se desplazan del sistema económico-industrial hacia el ámbito cultural: se centran en la identidad personal, el tiempo y el espacio de la vida, la motivación y los códigos del actuar cotidiano” (Melucci, 2001, p. 128); bajo este contexto los medios de comunicación y el flujo de información que dichos movimientos sociales crean adquiere relevancia debido a que “desempeñan un importante papel en los procesos de creación de los marcos de referencia de los movimientos y en la interpretación de acontecimientos” (Gusfield, 2001, p. 109). Por lo tanto, la necesidad de estas acciones colectivas en intervenir sobre dicho flujo de información y comunicación se vuelve un imperativo categórico donde intervienen los desarrollos tecnológicos de diversas maneras y a diferentes niveles (Tilly y Wood, 2010).

Esta teoría pone énfasis en aspectos culturales e identitarios que desplazan la contradicción por injusticia, la normalidad por sometimiento y la revolución por reivindicación, dando así acciones colectivas que pretenden influir ya no sólo en el sistema, sino en la posición que ostentan dentro de dicha estructura socialmente producida y reproducida. Son el movimiento feminista, LGTBTTIQA³, ecologista, altermundista, estudiantil e indígena, entre otros, los que ven en el mundo de la vida las reglas y prácticas que los someten a un *statu quo* que no les permite desarrollarse en plenitud.

De esta manera, la vida cotidiana se vuelve su campo de mayor incidencia e intervención que con el paso de tiempo se amplía a otros ámbitos como el económico, político, social y comunicativo. Con el devenir de la sociedad, estos movimientos han entendido que la constante relación dialéctica que emanaba de las contradicciones de clase ya no era suficiente para su lucha debido a la transversalidad de sus objetivos, por lo tanto, su función se vuelca a una relación dialógica-dialéctica donde la imposición de poder se cambia por persuasión y argumentación en favor de dichas transformaciones sustantivas.

De hecho, el complemento derivado de lo dialógico alude a la creación e incorporación de todo un conjunto de cuerpos culturales, estructuras de significado y creencias que en su totalidad conforman una ideología, la cual sirve al movimiento social para generar tanto identidad colectiva, como un discurso que encarne su lucha, sus demandas y las utopías que incentivan la

³ Lésbico, Gay, Bisexual, Transexual, Transgénero, Travesti, Intersexual, Queer, Asexual.

organización y movilización; cada movimiento social puede, por ende, tener su propia ideología que les adjudica una forma de ver y transformar el mundo, por lo que en este ámbito existe una pluralidad de ideologías que convergen, colisionan o derivan a una de tal clase pero superior, es decir híbrida. Éstas “no son cualquier tipo de creencias socialmente compartidas, como el conocimiento sociocultural o las actitudes sociales, sino que son *más fundamentales* o axiomáticas. Ellas controlan y organizan otras creencias socialmente compartidas” (Van Dijck, 2005: 10), por lo que la función de la ideología no sólo es articuladora, sino estructurante de pensamiento, alcances, discursos y acciones; en otras palabras creadora de mundos en constante proceso de expansión, creación y recreación.

La ideología adquiere en los movimientos sociales un papel no sólo en términos de cohesión, sino una función de cuestionamiento y reflexión sobre las metanarrativas (Inglehart, 2001) que, por ejemplo, construyen roles, funciones y divisiones sociales basadas en el género, pero con un profundo sesgo emanado del patriarcado. Por lo anterior, la presencia de la ideología que da cohesión e identidad en el movimiento trasciende el grupo que la produce mediante las estrategias, discursos y visiones que se esparcen en el espacio público en donde el “nosotros público” se enfrenta con los otros “nosotros colectivo” emanados de estas acciones que generan reflexiones en el seno de la cultura y los procesos de socialización.

De esta manera la relación dialógica-dialéctica se materializa mediante un constante intercambio de posiciones, percepciones y marcos de referencia entre quienes detentan el poder y quienes ostentan la revolución silenciosa. Por ende:

Dichas manifestaciones tienden a generar un conflicto ya no de clase, sino de representaciones sociales y más específicamente entre identidades dominantes y emergentes; pensar esa nueva dicotomía ya no sólo es derrocar a la otredad, sino convencerla de las demandas que se persiguen. (Olmedo Neri y Monferrer Tomás, 2019, p. 31)

Es en este último ámbito en el que descansa buena parte del trabajo analítico que se realiza, ya que los desarrollos tecnológicos en el seno de la Comunicación han dado paso a novedosas estrategias para: 1.) incrementar el alcance de las demandas propuestas por el movimiento social, 2.) crear redes sociales de acción y comunicación como resultado de la convergencia mediática dentro de su repertorio de acción, 3.) intervenir en el espacio público mediante el uso de las redes sociodigitales y 4.) potenciar su visibilidad en el espacio público.

Lo anterior ha dado paso a repensar el papel de Internet y las redes sociodigitales como espacios para la organización y movilización social. La presencia de los movimientos sociales en el espacio virtual ha derivado en establecer conceptos como *movimientos en red* (Castells, 2015) o *multitudes conectadas* (Rheingold, 2004) que pretenden dar atención al proceso de apropiación de estas innovaciones por parte de las acciones colectivas organizadas. Sin embargo, su fundamento discursivo se acerca al determinismo tecnológico (Innerarity, 2011), además de enfocarse en movimientos altermundistas que hacen énfasis en la crítica sobre la lógica del sistema económico preponderante, dejando de lado las otras revoluciones silenciosas que están realizando los movimientos sociales contemporáneos.

Esto ha generado la necesidad repensar las formas de domesticación (Morley, 2008) de las redes sociodigitales por parte de los movimientos sociales contemporáneos; este proceso reflexivo y analítico debe comprender diferentes áreas, particularmente:

...[las] aportaciones de la teoría de los movimientos sociales, como TMR [Teoría de la Movilización de Recursos], y especialmente la teoría de los NMS [Nuevos Movimientos Sociales], y de la teoría de la comunicación masiva, como las teorías de la Escuela de Frankfurt y la Economía Política de la Comunicación, los Cultural Studies y de forma destacada la Comunicación popular o Alternativa (Candón Mena, 2011, p. 176)

Bajo esta necesidad, el concepto de *Comunicación Emergente* pretende consolidarse como un recurso teórico-analítico que no sólo se centre en las reivindicaciones, sino en las formas de apropiación que hacen los nuevos movimientos sociales sobre innovaciones técnicas dentro de la comunicación para materializar su utopía y alcanzar su horizonte de posibilidades.

Este concepto ha sido construido teórica y prácticamente a partir de cuatro dimensiones que identifica Olmedo Neri (2020); estas dimensiones conforman este concepto y a la vez se convierten en sus campos de estudio: una dimensión técnica en tanto su vinculación con la comunicación en el espacio digital se inserta tanto en el soporte como las interfaces de dicho espacio virtual; una dimensión mediática en tanto flujo de símbolos, información y actos propios constituye a las redes como medios/canales de comunicación; la tercera dimensión es económica y se fundamenta en la perspectiva emanada de la Economía Política de la Comunicación (EPC) para dar atención a las contradicciones económicas, estatales y sociales que se generan en la disputa del también denominado sexto continente en proceso de colonización; finalmente, la cuarta dimensión tiene sus bases en la comunicación alternativa en tanto proceso

de apropiación de los medios para generar procesos entre comunicación y desarrollo, para dar con ello un giro en la comunicación en tanto proceso y práctica fuera de las lógicas oficialistas del Estado o de el lucro de la empresa privada.

Estas cuatro áreas se conjugan en el plano de los movimientos sociales y adquiere un carácter de complejidad (Morin, 1994), debido a que la apropiación de las redes sociodigitales por parte de estas acciones colectivas no es exclusiva y por ende, debe enfrentarse de diferentes formas y a diversos niveles con estas cuatro dimensiones.

Cabe mencionar que fuera de las redes sociodigitales los movimientos sociales adquieren un carácter comunicativo y simbólico *per se*, por lo que estos dos ámbitos no se reducen a procesos dentro de sus repertorios de acción, ni a la técnica como medio y espacio para la práctica comunicativa, ni mucho menos a los consecuentes procesos de socialización, sino que, al repensar la parte comunicativa y simbólica que yace en las acciones de los movimientos sociales, éstos pueden ser caracterizados como actos comunicativos con un sentido específico. Al hacer esto es posible asumir que el propio movimiento social es en sí un mensaje en constante codificación/decodificación y que toda acción dentro de su repertorio no es más que la expresión comunicativa y simbólica de su ideología (que conjuga visiones, demandas, luchas y objetivos); ellos son y hacen comunicación mediante su existir y movilización.

De esta manera, si sus acciones son actos eminentemente comunicativos, entonces los cambios que se realizan a partir de ellos se pueden vincular a la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 1988) ya que dichas acciones serían el motor social (emanadas del individuo) que generan algunos de los fenómenos de crisis derivados de las perturbaciones tanto en los componentes estructurales como en los tres ámbitos (reproducción cultural, interpretación cultural y socialización) del mundo de la vida (Figura 2).

Así, los constantes actos comunicativos que realizan el movimiento feminista sobre los tres mundos que Habermas identifica (el subjetivo, el objetivo y el social) generan la pérdida de legitimación de aquellas prácticas y percepciones socioculturales arraigadas en la división social del trabajo a partir del género, lo cual deriva en la ruptura de tradiciones a partir de la deconstrucción discursiva y práctica de la mujer. Por ello, dicha transformación consciente e indirecta “se da de manera constante y a veces imperceptible, en otras ocasiones genera esas perturbaciones de manera más rápida y algunas veces es lento, por tanto, conflictivo” (Olmedo Neri, 2019b, p. 185).

Figura 2. Fenómenos de crisis.

Componentes estructurales Perturbaciones en el ámbito de la	Cultura	Sociedad	Personalidad	Dimensión de evaluación
Reproducción cultural	Pérdida de sentido	Pérdida de legitimación	Crisis de orientación y crisis educativa	Racionalidad del saber
Integración social	Inseguridad y perturbaciones de la identidad colectiva	Anomía	Alienación	Solidaridad de los miembros
Socialización	Ruptura de tradiciones	Pérdida de motivaciones	Psicopatologías	Autonomía de la persona

Fuente: Habermas (1988, p. 203).

De esta manera, el movimiento feminista no puede reducirse a su análisis organizacional y movilizador, sino a la lucha que ejercen en el plano simbólico y cultural tanto en el mundo real como virtual, ya que sus demandas:

...revelan conflictos respecto de los códigos y los lenguajes que organizan los procesos de aprendizaje y las relaciones sociales, y se traducen en desafíos simbólicos que se suman o potencian otros desequilibrios en los códigos dominantes desde etapas anteriores de la modernidad. (Millé, 2017, p. 94)

Por otro lado, la *Comunicación Emergente* contempla otros aspectos derivados de la apertura comunicativa que Internet trae consigo como el potencial uso que le está dando el contramovimiento (Monferrer Tomás, 2010) con la finalidad de reproducir su privilegio encarnado en el *statu quo*. De hecho, con este concepto se reconoce que esta apertura comunicativa no sólo es incorporada por el movimiento social en cuestión, sino también por todas aquellas movilizaciones de resistencia que en conjunto conforman el contramovimiento y que puede utilizar estos novedosos recursos de la misma o de mejor manera, por lo que su presencia en las redes sociodigitales también resulta campo de estudio de este término. Además, con la *Comunicación Emergente* no sólo se habla de apropiación, sino de

transformación de la noción de medio en el espacio virtual ya que “deja de ser entendido en su acepción de medio/vehículo para el flujo de información, y se es aprehendido como un medio/contexto de interacción social donde se puede, y de hecho se hace, generar metacomunicación” (Olmedo Neri, 2019, p. 111).

El concepto de metacomunicación adquiere relevancia en el ámbito digital para considerar que los propios actos comunicativos e interacciones sociales que allí se desarrollan trascienden su función temporal y son codificados con la finalidad de generar grandes cantidades de información que conforman el big data (Han, 2018). De esta manera, “la esfera digital se vuelve un mundo donde la información se vuelve mercancía y donde la identidad se asume como un conjunto de variables que al conocerlas en su interacción podrán dinamizar el capitalismo en su proceso de producción/consumo” (García Calderón y Olmedo Neri, 2019, p. 91); por tanto, la metacomunicación es el registro de toda aquella información derivada de la interacción del individuo en las interfaces de las plataformas sociodigitales, que conforman perfiles y son potencialmente vendidas a empresas que las utilizan para sus estrategias publicitarias.

La noción de apropiación es otro elemento que fundamenta la articulación y construcción conceptual de la *Comunicación Emergente* ya que se entiende el proceso social de aprendizaje e integración en las prácticas culturales que reproducen la vida cotidiana de un sujeto (individual o colectivo) en sociedad, por lo que dicho proceso abre paso a su concatenación con la trayectoria analítica desde el campo de la Comunicación sobre el proceso de apropiación social de los medios de comunicación, los cuales, al menos en el caso mexicano, han tenido proyectos exitosos en la prensa y la radio. De esta manera, el concepto propuesto pretende dar atención a la necesidad interdisciplinar de conjuntar los movimientos sociales con los procesos comunicativos que se innovan con las nuevas tecnologías (Candón Mena, 2011).

La siguiente Figura da cuenta de esa vinculación teórica y los procesos históricos de apropiación del medio por parte del sujeto (individual o colectivo) que realiza esa acción en el caso mexicano.

Este concepto, por tanto, responde a la continuidad histórica del proceso de apropiación de los desarrollos tecnológicos por parte de la sociedad civil organizada en un Estado-Nación durante procesos coyunturales que perduran en el tiempo, mediante la construcción de organizaciones que gestionan dichos proyectos emancipatorios desde el acto comunicativo. Su delimitación al contexto mexicano se da a partir del objeto de estudio, pero su aplicación en otros espacios, en

otras sociedades permitirá rescatar los casos exitosos de apropiación, como de los propios procesos de convergencia digital que se dan actualmente a escala local, regional y global.

Figura 3. Formas históricas de apropiación social de un medio de comunicación en México.

Concepto	Medio	Emisor	Finalidad	Observación
Prensa contestataria	Prensa	Profesionistas, periodistas sin formación, pero con trayectoria en el ámbito periodístico	Crítica a la información proveniente del gobierno y medios oficiales	Son intermitentes y de alcance local o regional.
Radio comunitaria	Radio	Organizaciones civiles, comunidades indígenas	Consolidar un proyecto comunitario donde la radio sirva como espacio para la información local por y para los radioescuchas.	Son proyectos sin fines de lucro, por lo que su mantenimiento económico tiende a ser un problema para los procesos de innovación tecnológica que el Estado impone.
Comunicación emergente	Redes sociodigitales	Organizaciones civiles de un movimiento social, activistas, contramovimientos.	Potenciar el alcance de sus demandas para su materialización en el ámbito político, social y cultural.	Son volátiles y su concreción debe poseer un base social real que lleve a la acción o se ejecutará la simulación en la esfera virtual.

Fuente: Olmedo Neri (2019b, pp. 186-187).

Este nuevo contexto ha sido identificado y utilizado por el movimiento feminista en México, dado que en los últimos años se ha generado una apropiación de dichos recursos a su disposición, lo que ha permitido que el movimiento crezca, se disemine en otros estados más allá de la capital mexicana, así como poner en la opinión pública uno de los problemas que más aquejan a esta población: la constante violencia estructural que emana de prácticas, perceptos y estereotipos culturales que encarnan en última instancia las relaciones asimétricas de poder que históricamente han construido el androcentrismo. De hecho, destaca la trayectoria conceptual en este sentido que da pauta para hablar de ciberfeminismo como corriente que incluye a “Internet no sólo como protagonista de sus reflexiones, sino también como espacio de acción, la consecuencia previsible es que se trata de un movimiento múltiple y descentralizado” (Amparo, 2014, p. 159) y de tecnofeminismo, el cual reconoce la necesidad de revisar desde la perspectiva de género el papel del desarrollo tecnológico para materializar políticas que deriven en cambios sustantivos en la vida social (Gil, 2007).

Bajo este contexto, las redes sociodigitales se materializan como potenciales herramientas para cumplir con los objetivos comunicativos, reivindicadores y movilizadores de los nuevos movimientos sociales. Son las redes sociodigitales las que abren paso a la conformación de un

espacio-no-físico (García Calderón y Olmedo Neri, 2019) que permite conformar alianzas, difundir las demandas y visibilizar su condición ante un público transnacional difuso, creciente y latente. Tanto Internet como las redes sociodigitales, sin embargo, dentro del repertorio de los movimientos sociales no fundan su actividad en el individuo, por el contrario, asimilan una estructura reticular (Candón Mena, 2011; Meneses, 2015; Rovira, 2017) que les permite trabajar de manera de red en la red. Así:

Para los nuevos movimientos internet no es solo una herramienta adaptada a sus necesidades de la que hacen un uso instrumental. Éstos valoran el medio y se identifican con el mismo por lo que la red forma parte de su propia identidad y encarna sus valores y propuestas políticas. (Candón Mena, 2013, p. 105)

De esta manera, la noción de red no sólo responde a la dinámica arquetípica de Internet, sino a las redes que tanto el individuo como las Organizaciones del Movimiento Social (OMS) construyen y modifican a lo largo del tiempo. Esas redes no son más que el resultado histórico de la incidencia del sujeto (individual o colectivo) en la vida social derivado de fines específicos; la estructura que presentan dichas redes responde en gran medida a la finalidad o contexto por los que se le convoque, de allí que dichas redes en el espacio real concreto presenten rasgos de elasticidad, flexibilidad, direccionalidad y maleabilidad en los vínculos que ha generado el individuo en su devenir social.

En el espacio virtual, por ejemplo, la red cobra forma a partir de la información que fluye entre los nodos y sus respectivos vínculos; en ambos lugares, las redes, sus nodos y vínculos están en forma latente y sólo se activan conforme el individuo las utilice para un fin específico. En Internet, no obstante, para poder identificar esa estructura se requiere de nuevas formas para la recolección de datos que impliquen uso de softwares o herramientas para la minería de datos, así como de los métodos que permitan analizar un objeto de estudio de manera específica.

3. METODOLOGÍA

Tanto los movimientos sociales contemporáneos como las redes sociodigitales se estructuran a partir de la noción de red, por lo que su análisis no puede reducirse al individuo, sino al conjunto de relaciones que éste desarrolla y presenta en la sociedad. Este hecho permite utilizar el Análisis de Redes Sociales (ARS) que posee una tradición interdisciplinar entre la Sociología, la Psicología y las Matemáticas, por lo que este método “se encuentra por tanto en disposición de afrontar transversalmente el sujeto de estudio aportando conceptos válidos tanto para analizar

el modelo de comunicación en Internet como las redes sociales de los movimientos” (Candón Mena, 2011, p. 170).

En el ARS, las redes están compuestas por nodos y vínculos; dentro del espacio sociodigital generado por Facebook, Twitter, Snapchat, entre otros, los nodos son presentados por las cuentas/perfiles de los usuarios que allí interactúan, mientras que los vínculos son todas aquellas relaciones que se generan entre dichos nodos y que están condicionadas en gran parte por las lógicas de acción de las interfaces de cada plataforma; las redes pueden, por tanto, generarse a través de: 1) los lazos de amistad que se generan entre los usuarios, 2) las relaciones asimétricas de interacción en las que se basan ciertas formas de vinculación como, por ejemplo, el seguir/ser seguido dentro de la red, 3) el flujo de información y contenido que tiene un carácter constante, oblicuo y redundante y 4) todas aquellas variables de interacción que puedan ser rastreadas mediante la minería de datos (Gunter, 2014).

De esta manera, en el espacio virtual la visualización de las redes depende de softwares que permitan recolectar, almacenar y procesar grandes cantidades de metacomunicación, es decir de información de comportamiento que se genera más allá de la mera interacción con otros usuarios o con la información que fluye de manera multidireccional y a veces redundante. Además de ello, se requiere un elemento que permita la relación entre los nodos (usuarios de Twitter) mediante los vínculos que poseen entre sí, como por ejemplo los hashtags, los cuales se consideran “herramientas poderosas para tener una conversación sobre un tema estratégicamente seleccionado” (Bacallao-Pino, 2015, p. 37).

Particularmente se ha seleccionado analizar la red del hashtag #el9ningunasemueve en Twitter debido a que esta forma creativa y expresiva es característica de dicha red sociodigital; la lógica que encarna el hashtag refleja las condiciones de interacción de esta plataforma, ya que el límite de caracteres en cada publicación hace necesario que los hashtags deban ser cortos, pero contundentes, creativos, pero entendibles, con poca cantidad (de letras) pero con gran calidad (de expresión). En suma, es un producto emanado de las lógicas de interacción-comunicación que se han desarrollado como resultado de las formas de apropiación social de dicha red; su construcción sintagmática, además, sirve de base para la generación de relaciones paradigmáticas de significado que concatenan demandas, sentidos, símbolos y luchas en el espacio digital; es una forma de encontrar en la inmensa otredad los potenciales vínculos con aliados, simpatizantes, activistas o miembros de un movimiento social que superan la separación geográfica de la realidad.

Entonces el hashtag se consolida como una variable de trazabilidad obtenida por su capacidad de diseminación mediante:

...la identificación del flujo de información que deriva de la réplica de dicho signo por parte de los usuarios, sea mediante el retuit de una publicación que lo contenga o la integración del hashtag en una publicación personal que derive en su reproducción por otros usuarios, dando a la materialización de una red en la red. (Olmedo Neri, 2019^a, p. 110).

En este sentido, la red “es entendida como un tipo de relación específica que une un conjunto definido de personas, objetos, hechos” (Rodríguez, 2005, p. 22). Para el presente análisis se ha realizado una recolección de datos con el software NodeXL del 8 al 13 de marzo, de los cuales se hizo una depuración para seleccionar aquellas publicaciones realizadas en México⁴ y con las cuales fue posible identificar los indicadores relevantes de este método. Dicho software fue seleccionado ya que “permite recopilar información de diferentes redes sociodigitales mediante Application Programming Interface (API) de Twitter” (Olmedo Neri, 2019^a, p. 118). La red que se obtiene está conformada por los vínculos de interacción generados por el uso del hashtag, por lo que los nodos obtenidos pueden o no tener otra vinculación, por ejemplo seguirse recíprocamente o de manera unilateral. Esta vinculación no es ajena ya que esta forma de conexión permite diseminar información dentro de espacios más amplios, pero en este caso de análisis, la vinculación se adquiere por el uso de hashtag; es la interacción mediada por dicho producto simbólico lo que permite construir y delimitar la red que allí se genera.

El uso de este tipo de herramientas de extracción de datos, no obstante, sugiere reconocer sesgos *per se* producto de la capacidad del propio software⁵, de la propia API, y por los intereses capitalistas del dueño de dicha plataforma (Twitter). Por ende, la posible existencia *a priori* de

⁴ Aunque la acción tuvo una escala eminentemente nacional, eso no impide que el hashtag hay sido usado en otros países, sea por la confluencia de posturas similares o como parte de la necesidad del individuo de participar en estas acciones organizadas en el espacio virtual. Además de ello, en la base de datos construida se han omitido tanto aquellos nodos fuera del país o sin una ubicación establecida en la creación de un tuit, como aquellos que son difusos en su territorialización, es decir, lugares imaginarios como “Narnia”, o referencias sentimentales como “en tus ojos/corazón/mente”.

⁵ Las capacidades del software sobre la recolección presentan limitantes en la cantidad de información que puede extraer sobre el tiempo; debido a la gran cantidad de interacciones, el software puede alcanzar su capacidad máxima de recolección en límites cortos de tiempo, por lo que no permite que se desarrollen estudios longitudinales a menos que se realice un conjunto de extracciones en periodos específicos dentro de la acción que genera el movimientos social bajo estudio para tener la posibilidad de obtener una red diacrónica, que permite analizar su crecimiento y cambio en los nodos más relevantes del dicha estructura reticular basada en el flujo de la información.

un sesgo en la información obtenida mediante la minería de datos se vuelve un elemento que el investigador debe reconocer en su proceso de investigación (Rogers, 2018).

Este sesgo se desarrolla a partir de la dualidad y contradicción que existe entre los intereses privados y los usos que le dan los movimientos sociales a las redes sociodigitales, por lo que esta dicotomía de intereses implica que “hay una tensión constante entre las estrategias tecno-comerciales de las plataformas y las tácticas activistas y sus valores” (Poell y Van Dijck, 2018, p. 552), por lo tanto, se debe reconocer que los datos obtenidos, al no ser conseguidos de primera mano por parte del investigador, pueden ser parciales. Además de ello, otro sesgo que está fuera del proceso técnico de recolección es el referente a la creciente generación de cuentas/perfiles falsos o fantasmas que tienen finalidades políticas e informativas específicas que pueden colisionar con los fines de las estrategias de estas acciones colectivas.

Una vez definido el proceso de extracción, es necesario mencionar los indicadores que serán utilizados en el presente trabajo, mismos que se encuentran en la siguiente tabla.

Tabla 1. Principales indicadores del Análisis de Redes Sociales

Indicador	Definición
Tipo de red	Puede ser dirigida (cuando se conoce la dirección del vínculo) o no dirigida (cuando sólo basta la existencia del vínculo)
Grado	Es la cantidad de vínculos que posee un nodo en la red (pueden ser de entrada o salida). Mayor nivel de grado implica una posición más estratégica dentro del flujo de información.
Densidad	Es el porcentaje de los nodos que se tienen en comparación con el total posible que podría tener toda la red.
Intermediación	Es la cantidad de caminos geodésicos en los que un nodo participa.
Camino geodésico	El número promedio de nodos requeridos para que dos nodos cualesquiera de la red puedan vincularse.

Fuente: Elaboración propia.

Con estos indicadores del método de Análisis de Redes Sociales, se pueden entonces identificar los actores más relevantes dentro de la red subyacente del hashtag, así como la estructura, densidad y dinámica interna de dicha red mediante su nivel de cohesión. La relevancia de un nodo sobre otros en la red se debe a su posición estratégica en el flujo de información, sea por poseer el mayor número de vínculos, de ser promotor del contenido, diseminador del mismo, su capacidad de conectar a nodos de manera directa o indirecta, así como por el rol que ostenta en el mundo real concreto y que se replica en redes.

Este último aspecto resulta relevante, en tanto la profesión, prestigio, relevancia en el ámbito local regional, nacional y acciones que se realizan en dicho espacio puede, y de hecho lo hace,

replicarse en sus perfiles en Twitter, Facebook, Instagram o Youtube, por lo que la cantidad de seguidores que posea un político, activista o investigador tendrá parte de su fundamento en las esferas que se desarrolla y su impacto en la opinión pública. Además, es relevante destacar que debido a la capacidad de presentación y representación que se da en el espacio virtual existe la posibilidad de dotar vida a entes sociales, por lo tanto, empresas, organizaciones, personajes animados y medios de comunicación pueden formar parte del entramado digital con propia voz.

Finalmente, en el caso de los medios de comunicación existe una diferencia radical ya que mientras que aquellos grandes conglomerados mediáticos (prensa, radio y televisión) realizan un proceso de digitalización para mantener su carácter masivo, se están conformando Medios de Comunicación Digital Independiente (MCDI), es decir medios de carácter eminentemente digital que son sustentados por activistas, profesionales, movimientos sociales u organizaciones que crean y difunden información específica para un sector poblacional que en los espacios tradicionales sería difícil que se tratara; este hecho sucede con el movimiento de la diversidad sexual (Olmedo Neri, 2019a), el movimiento feminista y todos aquellos movimientos altermundistas que producen información contestataria al régimen en que los medios tradicionales se fundan. Estos MCDI coadyuvan a la descentralización del abastecimiento de información en la esfera pública y contribuyen al caos comunicativo que caracteriza a Internet..

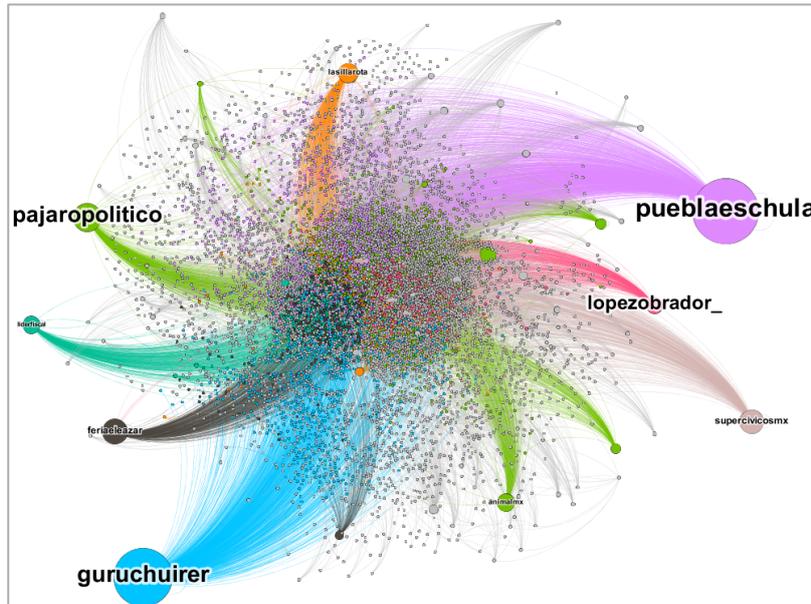
4. RESULTADOS

A partir de la información recabada alrededor del hashtag #el9ningunasemueve se obtuvo una red dirigida compuesta por 15,492 nodos, de los cuales 11,184 publicaron el hashtag junto a una ubicación dentro del territorio mexicano, lo cual muestra que la red circunscrita a México representa el 72.19% del total de nodos que tuitearon en el periodo comprendido del 8 al 13 de marzo de 2020. Por otro lado, se obtuvo que a nivel general, la red tenía 20,953 vínculos, de los cuales 13,316 se establecieron entre los nodos con una ubicación en el territorio mexicano, es decir el 66.55% del total, lo que corrobora la función de estos dispositivos sobre el territorio ya que “las redes sociales favorecen más la difusión de opiniones, reivindicaciones y repertorios de acción en el ámbito nacional” (Pleyers, 2016, p. 170)

Lo anterior permitiría delimitar el impacto que tuvo en México y en otros países donde los usuarios publicaron algún tema relacionado con el hashtag #el9ningunasemueve. En la siguiente figura se puede observar la red del hashtag formada a través de aquellos usuarios que agregaron

algún lugar de México en su ubicación. Dentro de esta figura, el tamaño del nodo es proporcional al nivel de grado que poseen.

Figura 4. Red del hashtag #elningunasemueve.



Fuente: Elaboración propia con Gephi

De esta manera, a mayor tamaño el nodo en cuestión posee una mayor cantidad de vínculos dentro de la red. Lo anterior posiciona a dicho nodo en un lugar estratégico dentro del flujo de información, ya que él puede diseminarla de manera potencial en otros espacios mediante la arquitectura reticular de la red, así como por la respuesta que poseen los contenidos que publica. Es relevante mencionar que los nodos que no poseen una vinculación con otro perfil dentro de la red son tienen vínculos reflexivos, es decir, aquellos usuarios cuya publicación con el hashtag no fue compartida por otros usuarios y fue en su caso comentada o retuitado por el mismo nodo; ellos no pudieron generar un debate con otros usuarios a partir del contenido que publicaron, ni participaron en el debate generado en otros espacios de la red. De manera específica, existen 1,850 nodos que poseen un vínculo reflexivo dentro de la red.

Además de la cantidad de nodos y vínculos es necesario conocer el porcentaje de cohesión que poseen en la red, por lo que el indicador de densidad permite obtener que aunque es una red relativamente grande, su densidad es de 0.01%, lo cual permite afirmar que dicha red posee muy poca cohesión entre los nodos, es decir que el número de vínculos que presenta es inferior al 1% del total posible que podría generarse. Esto adquiere relevancia por la finalidad primaria del hashtag en esta estrategia: su diseminación en el espacio virtual, más que la generación de

vínculos fuertes que derivan en seguir/ser seguido a/por alguien, por ello la tarea en dicho ejercicio fue llegar a la mayor cantidad de personas para generar conciencia y visibilizar el impacto de dicha acción dentro y fuera de sus respectivos espacios geográficos.

En la siguiente tabla se identifican los cuatro nodos con mayor nivel de grado y sus respectivos indicadores.

Tabla 2. Principales indicadores de nodos.

Nodo	Rol	Grado de entrada	Grado de salida	Grado	Intermediación
@pueblaeschula	MCDI	968	1	969	0.0
@guruchuirer	MCDI	857	1	858	0.0
@pajaropolitico	MCDI	386	10	396	4,695.5
@feriaeleazar	Seguidor de AMLO	339	6	345	2,024.5

Fuente: Elaboración propia.

A partir de esta información se puede observar que la mayoría de los nodos que poseen un alto nivel de grado son Medios de Comunicación Digital Independientes (MCDI), es decir, medios netamente digitales que “no pretenden, hasta el momento, trascender al espacio mediático en el plano real debido a las limitantes contextuales establecidas por conglomerados mediáticos que detentan el poder y monopolizan la opinión pública” (Olmedo Neri, 2019^a, p. 124). Estos MCDI se caracterizan por producir grandes cantidades de información en términos de memes, notas o difusión de contenido que circula de forma redundante en las redes sociodigitales y que es de interés para los movimientos sociales ya que su contenido no será presentado de manera constante en medios de comunicación masiva como prensa, radio o televisión.

De hecho se puede observar su carácter mediático en el número de personas que sigue y los seguidores que posee, por lo que el rol que desempeñan en el ámbito virtual supera la actividad política que realiza por ejemplo el seguidor de Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Estos datos implican reconocer que los indicadores son autónomos entre sí, por lo que un alto nivel de grado no necesariamente corresponde con un nivel de intermediación similar; incluso ni siquiera una cantidad relevante de seguidores o personas a las que se sigue condicionan de manera total los indicadores seleccionados.

La noción de grado (la cantidad vínculos que posee un nodo) se divide en grado de entrada (las veces en que dicha publicación es replicada, retuiteada y en todo caso diseminada en el espacio virtual) y el grado de salida (aquellas publicaciones o retuits emanadas del nodo). Por ejemplo, en el caso de @pueblaeschula sólo publicó un tuit referente a los efectos del paro nacional de

mujeres, el cual fue compartido 968 veces; esa publicación, no obstante, no originó un debate particular sobre el contenido de la publicación, por lo que eso se ve reflejado en su nula capacidad de intermediación dentro de la vinculación con otros nodos.

Así pues, se observa la cantidad de interacción que se dio en Twitter a partir del flujo de información; no obstante, estos indicadores no dan por sí un nivel de centralidad alto, sino que posiciona de manera estratégica a dichos nodos dentro del flujo de información. En las siguientes figuras puede observar la publicación de @pueblaeschula y @guruchirer que generaron el nivel de grado de entrada que poseen. Ambos tuits concatenan el hashtag #el9ningunasemueve con denuncias que fortalecen la necesidad de realizar el paro nacional, así como los efectos que generaron a nivel de marcas como signo de apoyo a la lucha que el movimiento reivindicaba con la ausencia de las mujeres dentro de la vida cotidiana.

Figura 5. Tuit de Qué Chula es Puebla.



Fuente: Qué Chula es Puebla (2020).

Figura 6. Tuit de Gurú Político.



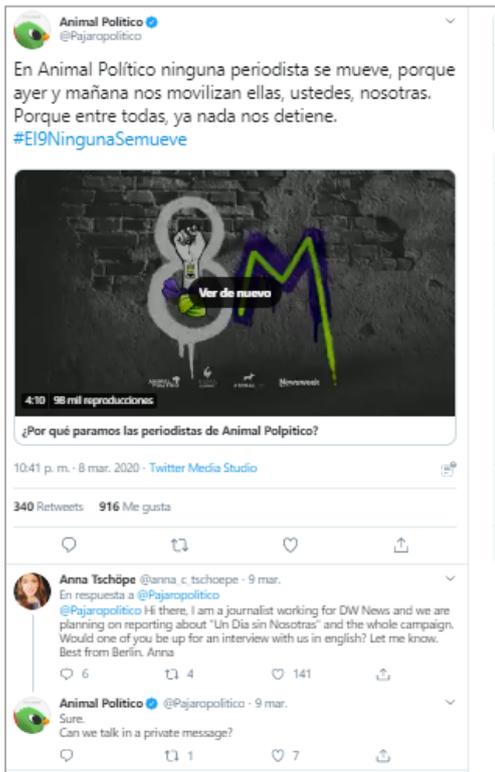
Fuente: Gurú Político (2020).

En este sentido, la mera cantidad de vínculos no significa necesariamente una posición de centralidad dentro de la red en general, por lo que más allá de los vínculos es la participación constante para incrementar tanto el flujo de información como la dirección del mismo. De allí que aunque posean un grado alto, no poseen ni centralidad ni intermediación de relevancia dentro de la red.

De esta manera, la cuenta @pajaropolitico posee una posición específica debido a que sus publicaciones no sólo generaron una cantidad relevante de vínculos, sino también procesos multidireccionales dentro del flujo de información que lo posicionan con un grado de

intermediación igual a 4,695.5, lo cual significa que dentro de todos los caminos posibles para conectar dos nodos, la también cuenta del MCDI llamado Animal Político participa en más de cuatro mil ocasiones como un nodo necesario para dicho flujo informativo. En la siguiente figura se presentan algunas de las publicaciones que dieron paso al debate en red a partir de su contenido.

Figura 7. Tuit de Animal Político.



Fuente: Animal Político (2020).

Figura 8. Tuit de Animal Político.



Fuente: Animal Político (2020).

Finalmente, es relevante el papel que juega el usuario @feriaeleazar debido a que dentro de esta dinámica, jugaría el papel de integrante de un grupo opositor a la postura que el movimiento feminista adoptó en el ámbito político, debido a que su acción fue interpretada por el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) como un ataque ideológico al proyecto de nación que encabeza. Esto generó una polarización que se replicó en Twitter de dos formas: la primera mediante la circulación de información que atacaba los objetivos del paro nacional y la segunda forma mediante el etiquetar el hashtag junto a la cuenta oficial de AMLO

(lopezobrador_) haciendo un reclamo hacia la falta de empatía que poseía el presidente de México ante la violencia estructural que somete a las mujeres en la vida cotidiana⁶.

En la siguiente figura se puede observar el tipo de contenido que fue publicado desde esta cuenta:

Figura 9. Tuit en contra del #eI9ningunasemueve.



Fuente: Elextraterrestre.ChairoTropical (2020).

Aunque históricamente en las acciones generadas por los movimientos sociales se encuentra presente la posibilidad de que otros grupos se infiltren para realizar disturbios y con ello desprestigiar la lucha social, lo cierto es que la actitud ejercida desde el poder político no ha sido la adecuada ante la demanda de un sector poblacional que ha adquirido una cantidad de derechos y nuevas prácticas en el mundo de la vida desde el siglo XX. En última instancia se muestra cómo las tensiones entre quienes demandan cambios sustantivos en la sociedad y quienes detentan la capacidad de cambio mediante la creación de políticas públicas se hacen presente en las redes sociodigitales de manera abrupta y disruptiva, donde los medios de comunicación masivos analógicos no forman parte de la opinión pública, por lo que “la red ha proporcionado a muchas minorías la posibilidad de expresarse” (Durán Barba y Nieto, 2006, p. 105).

⁶ Es relevante identificar que el usuario @lopezobrador_ no utilizó el hashtag, mientras que tuvo un grado de entrada de 217, número que equivale a las etiquetas de dicha cuenta junto al hashtag.

Esta tensión entre el poder y la acción del movimiento feminista generó contenido evidentemente conflictivo, donde se muestra la crítica a la falta de atención a una demanda que tiene un alcance nacional relevante. En las siguientes figuras se puede observar esta relación conflictiva entre el movimiento y la posición del gobierno federal.

Figura 10. Tuit sobre manera de AMLO el 9 de marzo.



Fuente: SapoderSonora (2020).

Figura 11. Tuit sobre el efecto del #el9ningunasemueve.



Fuente: Ar2Mx (2020).

Así, se puede observar que a partir de la apertura comunicativa que deviene con las redes sociodigitales los individuos pueden intervenir en la esfera opinión pública que se genera en dicho espacio virtual alrededor de un tema. Las relaciones de comunicación generan una horizontalidad discursiva y de (re)presentación en las asimetrías que se encarnan en el mundo real concreto.

5. CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo se ha realizado un análisis de los efectos que, en términos comunicativos, se generaron en el espacio virtual a partir de una acción concreta por parte del movimiento feminista en México. El llamado a un paro nacional por parte de las mujeres tuvo un impacto a nivel *offline* así como uno a nivel *online*; en este último ámbito se analizaron los flujos de información que se generaron en la red dirigida por parte del hashtag

#el9ningunasemueve, dando paso a una trazabilidad no sólo del flujo de información, sino también del contenido que generó los vínculos entre usuarios.

La estrategia realizada en el espacio virtual mediante el hashtag se convierte en un ejemplo de comunicación emergente ya que, la difusión de sus demandas con dicho producto simbólico y textual en Twitter, así como su posterior vinculación simbólica a otras exigencias del mismo movimiento y a reflexiones emanadas de las propias integrantes y simpatizantes de esta acción colectiva, permite entrever las formas en que estos novedosos desarrollos tecnológicos innovan las estrategias de su repertorio de acción para incrementar su alcance, visibilizar su lucha y concientizar sobre la necesidad de atender las problemáticas de este sector. Con esta acción de comunicación emergente también se observa la relación dialógica-dialéctica donde conseguir el cambio se da mediante el flujo constante de información y los actos comunicativos que desencadenan un cuestionamiento de las prácticas culturales, subjetividades y juicios de valor que se producen y reproducen en la vida cotidiana; por tanto, la creación del hashtag #el9ningunasemueve representa el resultado del uso de las lógicas operativas de Twitter a favor de sus intereses y objetivos de comunicación.

Dentro del flujo de información se identificó que aquellos nodos que poseían un nivel mayor de grado eran los Medios de Comunicación Digital Independiente (MCDI) quienes difundieron tanto el llamado al paro como las relaciones tensas entre la demanda feminista y la posición del gobierno respecto a la atención que requería un problema que atañe a las estructuras sociales y culturales de la moderna sociedad mexicana.

También se observó que esta acción convergente entre el mundo real y el espacio virtual supone un ejemplo de la tendencia en que las redes sociodigitales se ha vuelto una herramienta dentro del repertorio de acción de los nuevos movimientos sociales. Además, estas acciones al ser concebidas dentro de la acción comunicativa de Habermas permite vincularlas como procesos inmanentes de la sociedad para transformarla a partir de la producción de los fenómenos de crisis, que en última instancia es una necesidad innata del desarrollo de la sociedad.

Los cambios en el mundo social necesariamente se enfrentan a una resistencia debido a que el cambio supone en primera instancia incertidumbre y después, de manera más lenta, asimilación. Lo que realmente importa es no sólo derrocar la otredad para implantar mediante la imposición un cambio, sino convencer de manera permanente a los que se resisten de la necesidad de realizar ese cambio. Sólo en ese momento será posible que el horizonte que se

proponen los nuevos movimientos sociales se materialice en una multiplicidad de mundos plurales que interactúan sin ostentar un poder sobre los demás.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Animal Político (08 de marzo de 2020). En Animal Político ninguna periodista se mueve, porque ayer y mañana nos movilizan ellas, ustedes, nosotras. Porque entre todas, ya nada nos detiene #El9NingunaSeMueve. (Tuit). Disponible en

<https://twitter.com/pajaropolitico/status/1236874745464963073>

Animal Político (09 de marzo de 2020). En VIVO desde la @IBERO_mx, con la bandera a media asta y conmemorando #El9NingunaSeMueve. (Tuit). Disponible en

<https://twitter.com/pajaropolitico/status/1237120434551701504>

Ar2Mx (09 de marzo de 2020). :#ParoNacionalDeMujeres. (Tuit). Disponible en

https://twitter.com/turino_r2d2/status/1237038782010011648

Araceli Benítez (3 de marzo de 2020). “Presidente, su desprecio al #ParoNacionalDeMujeres demuestra que no lo importa la mayoría de la población mexicana...”(Tuit). Disponible en

<https://twitter.com/aracelibs/status/1234905312076820481>

Ayala, G. (16 de marzo de 2020). El paro nacional del 9 M tuvo un impacto de 37,000 millones de pesos. *Milenio*. Disponible en <https://www.milenio.com/especiales/9-impacto-37-000-millones-pesos>

Bacallao-Pino, L. M. (2016). Social Media y movilizaciones sociales: tensiones entre articulación y visibilidad. En Candón-Mena, J. *Actas del I Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC celebrado del 5 al 7 de febrero de 2015* (pp. 30-50). Sevilla: COMPOLÍTICAS.

Cadena-Roa, J. (2016). *Las organizaciones de los movimientos sociales y los movimientos sociales en México, 2000-2014*. México: Fundación Fiedrich Ebert en México.

Candón Mena, J. (2011). *Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos en la sociedad de la información* (Tesis doctoral). Sevilla: Universidad Complutense de Madrid.

Candón Mena, J. (2013). *Toma la calle, tomas las redes. El movimiento #15M en internet*. Andalucía: Atrapasueños.

- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Durán Barba, J, y Nieto, S. (2006). *Mujer, sexualidad, internet y política*. México: FCE.
- Diodato, R. (2011). *Estética de lo virtual*. México: Universidad Iberoamericana.
- ElxtremadamenteChairoTropical (09 de marzo de 2020). #mercenariosenlamarcha8m arremetieron también contra una unidad del cuerpo de bomberos (...) (Tuit). Disponible en <https://twitter.com/feriaeleazar/status/1237015241369755648>
- García Calderón, C. y Olmedo Neri, R. A. (2019). El nuevo opio del pueblo: apuntes desde la Economía Política de la Comunicación para (des)entender la esfera digital. *Iberoamérica Social*, 7(XII), 84-96. Disponible en <https://cutt.ly/vgjILzi>
- Gil, Eva P. (2007). Technofeminism de Judy Wajcman [reseña en línea]. UOC Papers, 5. Disponible en <http://www.uoc.edu/uocpapers/5/dt/esp/gil.pdf>
- Gurú Político (09 de marzo de 2020). Señalan a directivos y periodistas de Mexicanos contra la Corrupción de abusar sexualmente de mujeres que ahí trabajan. ¡Terrible! #EI9NingunaSeMueve. (Tuit). Disponible en <https://twitter.com/guruchuirer/status/1237027973330583552>
- Gunter, B. (2014). Los procedimientos de las investigaciones cuantitativas. En K. B. Jensen, *La comunicación y los medios* (pp. 379-424). México: Fondo de Cultura Económica.
- Gusfield, J. (2001). La reflexividad de los movimientos sociales: una revisión de las teorías sobre la sociedad de masas y el comportamiento colectivo. En E. Laraña y J. Gusfield, *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad* (pp. 93-117). Madrid: Centro de Investigaciones Sociales.
- Habermas, J. (1988). *Teoría de la acción comunicativa* (Vol. II). Madrid: Taurus.
- Han, B. C. (2018). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- Inglehart, R. (2001). *Modernización y posmodernización*. Madrid: Siglo XXI.
- Innerarity, D. (2011). *La democracia del conocimiento. Por una sociedad inteligente*. Barcelona: Paidós.

Johnston, H., Laraña, E., y Gusfield, J. (2001). Identidades, ideologías y vida cotidiana en los nuevos movimientos sociales. En E. Laraña, y J. Gusfield, *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad* (pp. 3-42). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Mathias, P. (2012). En las redes de Solón. Para una concepción cultural de la democracia digital. En S. Champeau, y D. Innerarity, *Internet y el futuro de la democracia* (pp. 133-154). Barcelona: Paidós.

Melucci, A. (2010). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: El Colegio de México.

Melucci, A. (2001). ¿Qué hay de nuevo en los nuevos movimientos sociales? En E. Laraña, y J. Gusfield, *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad* (pp. 119-150). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Millé, C. (2017). *Dependencias. Raíces ante la incertidumbre*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.

Meneses Rocha, M. E. (2015). Redes sociales virtuales: potencial democratizador y herramientas de vigilancia. En R. Winocur Iparraguirre y J. A. Sánchez Martínez, *Redes sociodigitales en México* (pp. 40-61). México: FCE-CONACULTA.

Monferrer Tomás, J. M. (2010). *Identidad y cambio social* (Primera ed.). Madrid: Egales.

Morin, E. (1994). Epistemología de la complejidad. En D. F. Schnitman, *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad* (pp. 421-446). Buenos Aires: Paidós.

Morley, D. (2008). *Medios, modernidad y tecnología*. Barcelona: Gedisa.

Olmedo Neri, R. A. (2020). *La comunicación emergente en México (2009-2016): las organizaciones civiles en la lucha por el matrimonio igualitario*. Tesis de Maestría. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Olmedo Neri, R. A. (2019a). #AmorEsAmor como constructor de redes digitales en el movimiento LGTBTTIQA en México. *Revista Virtualis*, 10(19), 109-133.

Olmedo Neri, R. A. (2019b). La comunicación emergente: una propuesta para repensar los movimientos sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 181-188.

Olmedo Neri R. A. y Monferrer Tomás, J.M. (2019). Acción colectiva y movilización: un análisis comparativo del movimiento LGTBTTTIQA en España y México. *Unidad Sociológica*, (16), 22-32.

Pleyers, G. (2016). Internet y las plazas: activismo y movimientos de la década 2010. En M. A. Ramírez Zaragoza (coordinador), *Movimientos sociales en México. Apuntes teóricos y estudios de caso* (pp. 165-180). México: UAM-A.

Poell, T., y Van Dijck, J. (2018). Social media and new protest movements. En J. Burgess, A. Marwick, y T. Poell, *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 546-561). Londres: SAGE Publications.

Qué Chula es Puebla (09 de marzo de 2020). Les compartimos estas maravillosas imágenes muy representativas del movimiento #UnDíaSinMujeres, #El9NadieSeMueve, #El9NingunaSeMueve. (Tuit). Disponible en

<https://twitter.com/pueblaeschula/status/1237046129239502850>

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa.

Rodríguez, J. A. (2005). *Análisis estructural y de redes*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociales.

Rogers, R. (2018). Digital methods for across-platform analysis. En J. Burgess, A. Marwick y T. Poell, *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 91-110). Londres: SAGE Publications.

Romero Sánchez, A. (2014). La utopía postfeminismo. Del ciberfeminismo al tecnofeminismo. *Cuadernos del Ateneo*, 156-169.

Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. México: Icaria-UAM-X

Sapodesonora. (09 de marzo de 2020). Continúa la necedad de @lopezobrador_ vive en un mundo irreal (...) (Tuit). Disponible en

<https://twitter.com/sapodesonora/status/1237050503458160641>

Tilly, C., & Wood, L. J. (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008*. Barcelona: Crítica.

Touraine, A. (2005). *Un nuevo paradigma para entender el mundo de hoy*. Barcelona: Paidós.

Van Dijck, T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y praxis latinoamericana*, 10(29), 9-36.