

## **Acciones feministas en red: análisis del *hashtag* #Marcha8M en México**

### **Network Feminist Actions: Analysis of the Hashtag #March8M in Mexico**

---

---

RAUL ANTHONY OLMEDO NERI

Profesor de asignatura A en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Maestro en Comunicación. Cuenta con más de 30 artículos publicados en revistas nacionales e internacionales sobre ecología política, comunicación emergente y economía política de la comunicación. En su tesis de maestría, analiza la apropiación de las redes sociodigitales por parte del movimiento LGBT+ en México.



---

## Acciones feministas en red: análisis del *hashtag* #Marcha8M en México

### Network Feminist Actions: Analysis of the Hashtag #March8M in Mexico

---

Raul Anthony Olmedo Neri

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México

raulanthony@yaho.com.mx (<https://orcid.org/0000-0001-5318-0170>)

Recibido: 28-05-2020 / Aceptado: 14-08-2020

<https://doi.org/10.18800/conexion.202002.006>

---

#### PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Comunicación emergente, movimiento feminista, *hashtag*, redes sociodigitales, análisis de redes sociales / emerging communication, feminist movement, *hashtag*, social media, social network analysis

#### RESUMEN

Este trabajo analiza la red generada alrededor del *hashtag* #Marcha8M en México mediante el método de análisis de redes sociales (ARS) y tres indicadores de dicho método. Se utilizó el *software* NodeXL para extraer la información generada entre el 4 y el 9 de marzo de 2020 y con ello visualizar la red. Con este estudio, es posible analizar una forma en que los movimientos sociales se apropian de las redes sociodigitales y se vinculan con áreas del campo de la comunicación.

#### ABSTRACT

This paper analyzes the generated network around *hashtag* #Marcha8M in Mexico by means of the social network analysis method (SNA) and three indicators of this method. NodeXL software was used to obtain the information generated between March 4 and 9, 2020, and thus visualize the network. With this study, it is possible to analyse a way in which social movements appropriate social media and link with areas from communication's field.

#### **Acciones feministas en red: análisis del *hashtag* #Marcha8M en México**

La construcción de internet no solo se basa en la arquitectura técnica y computacional de sus dispositivos; las interfaces, bits y programas que allí se ejecutan solo cumplen su función a partir de la incorporación del factor humano, es decir, cuando el usuario/operador las utiliza dentro de sus prácticas en la vida cotidiana.

De hecho, la apropiación social de internet implica un proceso constante y pujante de digitalización, que se define como una dinámica en la que se replica todo lo que no nace *a priori* en dicho espacio-no-físico (García Calderón y Olmedo Neri, 2019). Información, imágenes, perfiles, conocimiento y procesos de socialización son algunos elementos que se han desarrollado más allá de la realidad concreta; poco a poco, este mundo virtual adquiere materialidad a partir de su vinculación con la vida cotidiana. En el proceso de digitalización, los mundos convergen y las prácticas socioculturales de los individuos se mezclan, y se genera un espacio que lentamente se complementa.

La apropiación social de internet y particularmente de las redes sociodigitales —Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp, entre otras— ha derivado en un abanico de posibles usos sociales<sup>1</sup>, los cuales confirman que la verdadera y única limitación existente en estas plataformas no son sus lógicas operativas, sino la creatividad humana que las conoce, utiliza y emplea a su favor para encarnar nuevas prácticas sociodigitales; sea para replicar las relaciones familiares, de amistad o laborales, para contactar con un sinnúmero de potenciales personas que se encuentran en dichas plataformas o para articular procesos organizativos con fines específicos, estas plataformas se convierten no solo en espacios donde

fluye información de manera permanente, sino en lugares virtuales donde los individuos comienzan a desarrollar novedosas formas de socialización (Olmedo Neri, 2020).

Cada uso posee características propias y lógicas particulares, por lo que su estudio implica análisis específicos. En el presente artículo, se aborda el uso que le están dando los movimientos sociales a este espacio para amplificar sus demandas, incrementar su visibilidad y articular acciones convergentes, es decir, la hibridación de estrategias *online* y *offline*, para materializar el horizonte de posibilidades que los motiva a organizarse. Para ello, se ha elegido el caso del *hashtag* #Marcha8M en México, utilizado en el marco de las acciones que el movimiento feminista mexicano desarrolló durante el 8 de marzo de 2020. El estudio utiliza el método de análisis de redes sociales (ARS) sobre este *hashtag* para visualizar y examinar las características más relevantes de la red subyacente a dicho elemento y el flujo de información que generó.

De esta manera, el presente trabajo aborda la vinculación teórica entre movimientos sociales y redes sociodigitales para establecer criterios metodológicos mediante los cuales se ha construido una base de datos que ha permitido visualizar la red y, a partir de ello, analizar los resultados obtenidos.

---

<sup>1</sup>En inglés, existe el término *affordance* (Bucher y Heldmond, 2018) para referirse a la amplitud de usos que les da el individuo, los cuales trascienden las lógicas consideradas en un principio por los desarrolladores y responden al proceso de incorporación en sus prácticas comunicativas, culturales, sociales y económicas cotidianas.

## **Movimientos sociales y redes sociodigitales**

Los efectos de la globalización no solo se materializan en el ámbito económico y político promovidos por el proceso de liberalización de mercados, la reducción de la participación estatal o la translocalización de las cadenas productivas bajo el principio de mínimo costo y máxima ganancia. Por el contrario, la interconexión de personas, capital y Estados nación ha cobrado materialidad en otros ámbitos, como el cultural y el comunicativo. Este último campo adquiere relevancia debido a que, dentro de la globalización, existe un proceso que refiere a «la revolución permanente en el terreno de la información y las tecnologías de la comunicación» (Beck, 1997/1998, p. 29).

La constante innovación tecnológica en el seno de la comunicación ha derivado en una plétora de plataformas sociodigitales, sitios web, blogs, buscadores y otras posibilidades que, en conjunto, incrementan el espacio en internet y, a la vez, la parcelan en reinos donde existe una constante disputa por el control de la mayor cantidad de datos posibles (Fuchs, 2015). Cada uno de esos feudos digitales está hecho a la imagen y semejanza del capital en tanto que su estructura y lógica operativa se basan en la conversión del tiempo «de ocio» y, por tanto, «muerto» —que no genera valor económico— en tiempo productivo y sin pago.

Toda esa gama de plataformas se vuelven espacios de encuentro, conexión y explotación, donde los individuos amplían sus redes sociales de acuerdo con sus intereses. Por tanto, se presenta una amplia gama de usos potenciales por parte de individuos, colectivos, empresas, medios de comunicación e instituciones gubernamentales dentro de su quehacer cotidiano. De todas esas posibilidades, la incorporación de las redes sociodigitales en el repertorio de acción de los movimientos sociales adquiere una importancia particular; su análisis se vuelve relevante dadas las similitudes estructurales con la red y debido a que se trata de herramientas útiles para difundir los objetivos que persiguen (Candón Mena, 2011; Castells, 2012/2015).

Los movimientos sociales históricamente han sido parte de la sociedad (Ramírez Zaragoza, 2016). Su función radica en la transformación parcial, a veces radical, del mundo de la vida para mejorarlo en cuanto espacio y calidad de desarrollo pleno del individuo. Estas acciones colectivas «normalmente surgen de una crisis en las condiciones de vida que hace que a la mayoría de la gente le resulte insoportable el día a día» (Castells, 2012/2015, p. 239); ejemplos característicos de esta noción en el marco internacional son los movimientos obreros y campesinos, que originaron gran parte de las luchas de los siglos XIX y XX, pero de los que encontramos antecedentes en las revueltas campesinas del medioevo, así como en los movimientos obreros de la Revolución Industrial.

No obstante, con el paso del tiempo surgieron otros movimientos sociales que se alejaron de estos antecedentes en cuanto a estructura, demandas y campos de lucha. Desde 1968, se consolida y fortalece un conjunto de movilizaciones que adquieren un carácter novedoso por trascender —sin olvidar— la lucha de clases y buscar el cambio de aspectos de la vida social que restringen el desarrollo pleno del individuo (Melucci, 1999/2010; Touraine, 2005). Así, el movimiento de la diversidad sexual, el feminista, el ecologista, el indígena, el estudiantil y el altermundista se configuran como acciones colectivas que pretenden hacer cambios específicos que les son inherentes a condiciones particulares de orden cultural, identitario, de género o prácticas culturales dentro de la estructura social (Melucci, 1999/2010).

A este grupo de «nuevos» movimientos sociales se les incorporan en el siglo XXI acciones colectivas cuyas revoluciones están mediadas y mediatizadas por las innovaciones tecnológicas que construyen sus estructuras en internet; la Primavera Árabe responde de manera específica a esta nueva forma de utilizar estas herramientas multipropósito, aunque, de manera general, esto es parte del altermundismo en tanto movilizaciones sociopolíticas (Fuchs, 2015) que pretenden cambiar las estructuras de poder que anquilosan la vida social, civil y democrática y que

se manifiestan en jerarquías, dictaduras y Estados canallas (Chomsky, 2001).

Todos estos movimientos, sean «nuevos» o «mediatizados», divergen organizativamente de las acciones colectivas del campesinado y el proletariado, ya que no están estructurados de manera jerárquica y arbórea, esto es, con confederaciones o sindicatos que poseen una estructura vertical y cuyo poder de acción radica en un líder/representante —legal o sindical—, el cual es objeto de seducción, negociación o corrupción por los intereses estatales o privados que teórica y prácticamente enfrenta. Así, los nuevos movimientos sociales<sup>2</sup> se configuran arquitectónicamente en red con un carácter reticular y descentralizado (Olmedo Neri, 2020).

Estas características estructurales permiten que estas acciones sociales eviten la formación/proclamación de líderes y la restricción de demandas bajo una sola visión, por lo que la pluralidad de esta forma de organización y movilización hace que los integrantes del movimiento —activistas, simpatizantes, aliados, miembros y organizaciones— puedan trabajar tanto individual como colectivamente en función de las demandas que cada uno prioriza. De esta forma, movimientos como el feminista adquieren a lo largo de su desarrollo una capacidad abarcadora y multidireccional, porque

---

<sup>2</sup>De acuerdo con Pleyers (2018, p. 29), fue Alain Touraine quien «forjó dicho concepto para enfatizar la importancia de los movimientos que impulsaban y reivindicaban dimensiones más “culturales”, y que surgieron a partir de los años 1960», por lo que este término nace en las sociedades europeas que se autodenominan posindustriales.

el conjunto de acciones en diferentes ámbitos permite que avancen hacia todas partes y en todas las direcciones.

La reticularidad estructural y la descentralización del poder son características que se presentan dentro de internet y las redes sociodigitales en tanto que la libertad de ingreso y permanencia permite que exista una condición de pluralidad, la cual deriva en procesos específicos para posicionarse estratégicamente dentro de cada una de las plataformas. De esta manera, «los nuevos movimientos sociales se apropian de internet de forma destacada. La red satisface las necesidades de los nuevos movimientos en mayor medida que las de otros actores —como gobiernos y empresas—» (Candón Mena, 2013, p. 104).

La apropiación social de estos desarrollos tecnológicos, sin embargo, no ocurre de manera paralela a su aparición; existe un desfase que deriva, por un lado, de la finalidad *a priori* de su desarrollo y, por otro lado, del proceso de acercamiento y autoaprendizaje del individuo para conocer, reconocer, utilizar y, finalmente, apropiarse de dichas innovaciones. Por lo tanto:

El impacto social de los fenómenos tecnológicos y comunicacionales ha sido históricamente más lento que la rápida asimilación que tuvieron en los procesos de producción, entre otras cosas porque han sido promovidos y demandados por la propia lógica del proceso productivo, antes que por una necesidad organizacional o, en

términos de Marx, por el proceso de vida social (Peirone, 2012, pp. 132-133).

Esta incorporación deja al descubierto la creatividad e innovación del individuo del siglo XXI, que le permiten aprovechar su entorno sociodigital para encarnar nuevas formas de ser/estar/actuar en el mundo. Esta incorporación también tiene un carácter material, dado que el bajo costo económico de estas plataformas las vuelve factibles de mantenimiento en comparación con la inversión requerida para abrir y mantener una estación de radio, un canal de televisión, un periódico o para la producción de una película.

Asimismo, la poca —casi nula— regulación existente sobre dichas redes no implica un proceso administrativo-burocrático para su apertura, como sí sucede con la concesión de una frecuencia en el radioespectro de un país (Olmedo Neri, 2020). Finalmente, la facilidad de sus interfaces para su operación hace que los usuarios no requieran conocimientos sobre programación específicos para su uso, lo que permite que una gran cantidad de personas puedan acceder e interactuar en ellas sin limitantes de capacitación o conocimiento.

Desde esta perspectiva, la vinculación con los movimientos sociales no solo se da en torno a la estructura reticular y descentralizada, sino también a su uso rentable para las organizaciones y activistas, que pueden amplificar tanto su visibilidad como el alcance de sus demandas

en el espacio público. Supone visibilidad en tanto que estas redes sociodigitales se fundan en una fascinación técnica y social que se convierte en «la fuerza que ata a los sujetos y los condiciona a ingresar en ese nuevo mundo» (García Calderón y Olmedo Neri, 2019, p. 90); esta fascinación se consolida porque «las tecnologías de la comunicación se presentan con una exigencia de conexión social a la que, en definitiva, ya nadie puede sustraerse» (Bolz, 2001/2006, p. 61).

Implica también alcance porque sus demandas en el espacio virtual se convierten en parte de la emergencia reivindicativa que en los medios masivos analógicos era filtrada bajo la noción de lucro, mientras que las redes amplían el alcance de las demandas de estos movimientos y les otorgan «las herramientas para su autopromoción ideológica, transformando las redes en una nube de pensamientos y opiniones» (Mathias, 2012, p. 134). Entonces, fascinación tecnológica y presión social se conjugan para incentivar la incorporación de estos espacios virtuales en la cotidianidad mediante la creación de perfiles/cuentas, con el fin de no quedar al margen de lo que ocurre en el territorio que limita al individuo en la realidad social. Con el perfil/cuenta, el individuo adquiere el rol de usuario y así se consolida este proceso —forzado y a veces inevitable— de digitalización, en el que adquiere la posibilidad de diseñar su *self* en cada uno de estos reinos sociodigitales.

Este panorama evidencia que las redes sociodigitales adquieren un papel potenciador de visibilidad y amplificador en la difusión de la información generada por los miembros, simpatizantes, activistas y organizaciones del movimiento social. De hecho, estas dos capacidades encarnan cambios particulares en su concepción desde las acciones colectivas, ya que:

[se] reestructura el espacio virtual donde el medio deja de ser entendido en su acepción de medio/vehículo para el flujo de la 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).

Así, las facilidades que encuentran los movimientos sociales para incorporar las redes sociodigitales dentro de sus estrategias de acción y comunicación derivan en una gama de posibilidades enfocadas en la articulación de redes en la red. Entre ellas, destacan (1) la capacidad de replicar y ampliar las redes de aliados, miembros, y activistas; (2) trascender el espacio geográfico para articular acciones en otros espacios y tiempos; (3) amplificar la visibilidad de sus demandas en el espacio público emergente en las redes sociodigitales; (4) generar estrategias de comunicación que aprovechen las lógicas de cada plataforma, como recursos audiovisuales, imágenes y *hashtags*; y (5) intervenir en la opinión pública mediante el cuestionamiento y consecuente desman-



telamiento de percepciones producidas y difundidas por los medios de comunicación tradicionales.

Cada una de estas acciones incrementa la participación en la red y genera vínculos organizativos, ideológicos<sup>3</sup> y comunicativos que ensanchan las filas de cada movimiento e incrementan su participación en el espacio y la opinión públicos. Por tanto, una forma de analizar estos usos potenciales es mediante las redes que el movimiento crea, amplía, fortalece, modifica o interpela dentro del espacio virtual.

En este contexto, la construcción de redes a partir del flujo de información que corre en las plataformas sociodigitales adquiere relevancia, porque su capacidad de vinculación no solo radica en procesos sociales estrechos, como la familia, la amistad o el trabajo, sino que amplía su campo de desarrollo al ámbito cultural, simbólico e informativo. En este sentido, su análisis pretende abrir camino en un campo de estudio interdisciplinario entre la comunicación, el análisis de redes sociales y el estudio de los movimientos sociales.

## Metodología

Las redes sociodigitales se han analizado desde las diferentes áreas que constituyen las ciencias sociales; sea para estudiar los vínculos que se generan en un grupo determinado, identificar las líneas de parentesco entre individuos, abordar las estructuras de poder que se enmarcan en roles o estructurar los flujos de información, las redes se encuentran presentes en la vida cotidiana, siempre en constante uso y modificación dependiendo de la finalidad por la que se las convoque, estructure y utilice.

Allí está su importancia. Si bien las redes sociales se conjugan a través de los vínculos permanentes, temporales o esporádicos entre uno o más individuos, lo cierto es que su constitución y mantenimiento divergen cuando son *offline*, *online* y cuando presentan las relaciones que Floridi (2015) define como *onlife*. Estas últimas son entendidas en este trabajo como la hibridación de los dos tipos de redes antecedentes, que da paso a un nuevo conjunto de relaciones que son operativamente diferentes a sus predecesoras, debido a que se construyen y reproducen junto con los nuevos procesos de socialización en internet.

---

<sup>3</sup> Si bien, dentro del análisis sociológico de los movimientos sociales, ya no es común referirse a la noción de *ideología*, por la propia diversidad de los movimientos y la consecuente ruptura de categorías en constante contradicción, la propuesta de Teun A. van Dijk (2004/2005) engloba el conjunto de creencias, percepciones y discursos que articulan tanto al movimiento de manera interna como las reivindicaciones que realizan hacia el exterior. En cambio, se ha adoptado la noción de *marcos de referencia* (Estrada Saavedra, 2015) porque esta noción alude al conjunto de experiencias reflexivas que mejoran las estrategias y el desarrollo del movimiento a lo largo del tiempo.

Entonces, se puede reconocer que, en el espacio digital, se conjugan tres tipos de redes, a saber: aquellas que son desarrolladas y delimitadas por el territorio en el que se encuentra el individuo y que se replican total o parcialmente en la virtualidad —familia, amigos y compañeros de trabajo, por ejemplo—; otras que son netamente digitales, que pueden ser una extensión de las territorialmente delimitadas y cuyo origen, estructura y lógica responden a las necesidades informativas, de visibilidad y de prestigio del individuo —ser amigo / seguir / ser seguido por organizaciones, medios de comunicación, líderes de opinión, activistas, políticos, entre otros—; finalmente, se encuentran las redes que son creadas *en y desde* la virtualidad de las plataformas, pero que se complementan en una relación dialógica-dialéctica con la vida cotidiana y su materialidad. Este tercer tipo de redes responde a los flujos de información cuya lógica está vinculada con la operatividad —algoritmo, interfaces y condicionamientos— de cada red sociodigital, por un lado, y con la trascendencia de dichas lógicas por la propia creatividad humana, por otro.

Estas últimas son de interés en esta investigación, dado que las redes que emanan de esta situación pueden o no incrementar su difusión e impacto mediante el solapamiento con las otras redes que el individuo desarrolla. Así, desde la metodología seleccionada, el ARS, surgen las siguientes preguntas, que no son limitativas pero que sí permiten hacer un

preámbulo para futuras investigaciones en torno a este tema: ¿de qué manera se estructuran estas redes que son emanadas del flujo de información? ¿De qué forma se articulan con los otros dos tipos de redes identificadas? Y, sobre todo, ¿qué implicaciones sobre el propio método seleccionado se definen a partir de abordar analíticamente las tres redes en conjunto?

Las hipótesis que se pueden establecer de manera preliminar, más que ser absolutas, permiten dar pequeños destellos sobre una nueva área de conocimiento en proceso de constitución. Lo que sí queda claro es que las redes, independientemente de su origen o estructura, están adquiriendo una relevancia en el ámbito económico, académico, político, cultural y, como se propone en este trabajo, comunicativo.

A partir de lo anterior, es importante reconocer que el ARS se configura como un campo generado por las aportaciones de ciencias sociales como la antropología, la sociología y la psicología social, así como por ciencias naturales y lógicas como la matemática y las ciencias computacionales (Lozares, 1996). La aplicación de este método en las redes sociodigitales ha estado presente desde el inicio de la web 1.0 (Rogers, 2018); su enfoque se desarrolló en el análisis de las redes egocéntricas —red que posee un individuo—, pero, con el paso de tiempo, se amplió a otros campos, como las redes generadas a partir del contenido que se produce/comparte o la información que está en constante flujo, además del desarrollo de programas que

ampliaban la capacidad humana para recopilar, almacenar y sistematizar la gran cantidad de información que se genera en internet.

En su adaptación al mundo digital, los nodos aluden a las cuentas/perfiles de individuos, organizaciones o empresas, mientras que los vínculos se materializan de diferentes formas de acuerdo con las lógicas operativas de cada plataforma; sea a través de los lazos de amistad (Facebook), de la relación asimétrica de seguir / ser seguido (Twitter, Instagram), de la suscripción a canales (Youtube) o de los contactos que se poseen (WhatsApp), en todas ellas está presente una potencial vinculación a partir del flujo de información que puede circular de manera exclusiva en una red sociodigital o de forma transversal en todas ellas.

Por ello, la construcción de redes sociales mediante la información que está en constante flujo adquiere relevancia para los movimientos sociales, porque permite observar el impacto en términos de número de personas que interactúan con dicho contenido de diferentes formas —compartiendo, dando un *me gusta* o incrementando el número de seguidores, por ejemplo—, así como la identificación de los nodos que poseen una capacidad promotora y diseminadora de la información, lo que los dota de una posición estratégica dentro de la red.

Así, la vinculación entre el movimiento feminista y este método de análisis se mate-

rializa mediante la articulación de estrategias, campañas de difusión y acciones en la red; cada acción digital permite que la información llegue a personas y lugares, lo que, desde el punto de vista *offline*, implicaría un gasto económico y esfuerzo social para superar las barreras temporales y espaciales que impone la realidad.

Entonces, la posibilidad de encontrar aliados, compartir sus experiencias mediante el diálogo permanente y la acción conjunta se amplían conforme los diversos colectivos feministas, activistas, simpatizantes y miembros se presentan y representan en el espacio digital y, posteriormente, (re)estructuran su red en la red.

En algunos casos, y dependiendo del propio objeto de estudio, analizar un tipo de red generada en el espacio virtual puede requerir el uso de *softwares* y programas que permitan recolectar una gran cantidad de datos. Dicha recolección está ceñida a los términos y condiciones de cada plataforma, por lo que su análisis puede estar permitido en unas y en otras, no. La visualización de una red implica la selección de una variable que permita crear, delimitar y estructurar ese conjunto de nodos y enlaces, es decir, un elemento que le sea común a un conjunto de nodos que pueden o no estar conectados *per se*, pero que se vinculan por el compartir, comentar, replicar o etiquetar personas con dicha variable.

De esta manera, estas redes se constituyen no por los vínculos existentes entre

los individuos, sino a través de las relaciones de interacción-comunicación (Olmedo Neri, 2020), es decir, aquellas interacciones que se dan entre un conjunto de usuarios que se (re)encuentran en el infinito mundo digital mediante una noticia, un *hashtag*, un meme, un video o una imagen con los que interactúan de manera espontánea, lo cual hace que dichos vínculos sean evanescentes o se puedan formalizar como consecuencia de esa interacción multinodal.

Para el presente análisis, se ha seleccionado el *hashtag* #Marcha8M, ya que esta expresión creativa y formada bajo la lógica operativa de Twitter se consolida como un recurso propio del movimiento feminista mexicano, desde el cual se puede vincular con nodos mediante su uso e interacción a favor o en contra de este en el espacio digital<sup>4</sup>.

Para la extracción de los vínculos generados entre el 4 y el 9 de marzo de 2020, se empleó el *software* NodeXL (<https://nodexl.com>); además, se utilizó el programa Gephi (<https://gephi.org>) para la visualización de la red, así como para el cálculo de indicadores que dan cuenta de su estructura y dinámica internas.

La recolección de datos por parte de NodeXL presenta limitantes temporales, dado que solo puede recolectar los vínculos existentes de los últimos seis días a la fecha en que se realiza la recopilación (Olmedo Neri, 2020); por otro lado, también es importante evidenciar que los datos obtenidos tendrán un porcentaje —desconocido— de sesgo que el propio investigador debe reconocer, ya que la base de datos «completa» está en manos de las propias plataformas. Por ello, el investigador debe asumir que los datos obtenidos mediante el *software* son una muestra confiable. Estas son algunas limitantes implícitas que derivan de la intervención tecnológica en la investigación sobre temas virtuales que descansan en la minería de datos y el *big data*.

Entonces, las empresas que tienen el total de la información se vuelven aquí mediadoras y condicionantes, ya que, en su posición de poseedoras de la información, pueden limitar —o no— los datos que otorgan de acuerdo con sus intereses económicos o políticos (Poell y Van Dijck, 2018).

El estudio de la red puede tener un carácter metodológico cuantitativo, cualitativo o mixto, dado que «hay dos maneras de hablar de una red. La primera hace referencia a los nodos y a los enlaces que los re-

---

<sup>4</sup> Esto no quiere decir que el movimiento feminista en otros países del mundo no utilice Twitter; por el contrario, el movimiento replicado en cada Estado nación construye un *hashtag* que se vincula de manera particular con sus demandas, avances y contexto de acción, mientras que, al mismo tiempo, mediante las diferentes redes sociodigitales, se articula de manera internacional con las formas de intervención y visibilidad que se adquieren en ese día. Entonces, estas acciones híbridas no están fragmentadas, sino que responden tanto a la globalidad del movimiento como a la localidad de sus acciones materiales.

lacionan, y la segunda insiste en los flujos que circulan» (Pisani y Piotet, 2008/2009, p. 58). Si bien estas dos formas pueden considerarse como análisis autónomos, la convergencia de sus miradas deriva en un enriquecimiento del estudio, en tanto que no basta con la descripción cuantitativa y estructural de la red, sino que es necesario identificar la dinámica en el flujo de información que posicionó estratégicamente diferentes nodos dentro de la red por su interacción-comunicación.

Por tanto, este análisis tiene un carácter mixto que analiza los indicadores que otorga el ARS para contextualizarlos con el flujo de información que le da forma reticular a la red. En este sentido, el estudio utiliza los indicadores para identificar los atributos de los nodos, así como para reconocer aquellos que son relevantes en el flujo de información. Los indicadores que se han empleado en este estudio se enlistan en la Tabla 1.

**Tabla 1**  
*Indicadores de red*

<b>Indicador</b>	<b>Descripción</b>
Tipo de red	Este indicador depende de la existencia del atributo de direccionalidad en los enlaces. Si se conoce el sentido del vínculo, entonces la red será dirigida; en cambio, si solo se quiere presentar la existencia de un vínculo sin mediar en la dirección de flujo, entonces se hablará de una red no dirigida.
Densidad de red	La densidad refiere al porcentaje de cohesión que poseen los nodos en comparación con los que podría tener en un caso de vinculación total.
Nivel de grado	El grado hace referencia a la cantidad de vínculos que posee un nodo dentro de la red. Si la red es dirigida, entonces este indicador es conformado por la suma de los grados de entrada y de salida que tiene cada nodo.

Indicador	Descripción
Grado de entrada	Se refiere a todos aquellos vínculos que recaen en un nodo; estos vínculos pueden derivarse del reconocimiento, identificación o percepción que poseen los nodos respecto a otro en particular dentro de la red. En Twitter, el grado de entrada refiere a las etiquetas, réplicas o menciones de un perfil en alguna publicación.
Grado de salida	Alude a aquellos vínculos que emanan de un nodo hacia la red y que son proclives a ser retomados por otros nodos. Por ende, en Twitter los vínculos de salida son los tuits que hace un perfil y los retuits que dicho nodo publica en su cuenta.
Grado de intermediación	La intermediación da pauta al cálculo del número de veces en que un nodo participa para conectar dos perfiles/cuentas cualesquiera en la red.

Resulta relevante destacar una particularidad alrededor de los indicadores, específicamente en relación con el grado de entrada y salida. A pesar de que la red se genera a partir de la información, la posición de cada nodo en ella no tiene un carácter mecánico, sino dinámico y, en términos específicos, de agencia, porque el usuario se convierte en un diseñador/operador que adapta y crea cambios tanto en *la* red como en *sus* redes.

Este proceso recíproco permite que la red se transforme y defina no por el flujo total de la información, sino a través de la interacción que tienen los individuos con ella. Lo anterior se refleja en el propio

proceso de construcción de las bases de datos, las cuales son matrices, es decir, un conjunto de relaciones por las cuales los nodos estructuran pero también son estructurados *en y por* la red.

Una vez que se ha hecho esta precisión, es posible identificar las cuentas/perfiles que se posicionan estratégicamente en el espacio digital, particularmente dentro de la red que se genera alrededor del *hashtag* #Marcha8M; su identificación contribuye a conocer y reconocer quiénes son aquellos usuarios que utilizan este *hashtag* y cómo lo posicionan en el espacio público híbrido.

Finalmente, a partir de la extracción de información, se realizó una depuración y se mantuvo aquellos nodos cuya ubicación se encontraba dentro del territorio mexicano. Esto permitió delimitar geográficamente la red, ya que la similitud de fechas y de lucha del movimiento feminista en América Latina, así como la vinculación idiomática, pueden hipostasiar el tamaño y la estructura de la red al no hacer esta precisión<sup>5</sup>.

En este sentido, la vinculación con el territorio permite establecer una materialidad de la red que supera la cuestión sobre dónde están ubicadas las sedes directivas de cada plataforma o los ordenadores que sostienen el mundo virtual. Esta potencial vinculación deriva no solo en el impacto de la estrategia *online* —el *hashtag* #Marcha8M— y la *offline* —marchas en las principales ciudades del país—, sino que puede llegar a un nivel más profundo y evidenciar en qué estados y municipios se dio paso a la publicación o replicación del *hashtag*.

### **Feminismo y #Marcha8M**

El movimiento feminista se inserta dentro de la noción de nuevos movimientos sociales debido a que sus demandas se instalan en la vida cotidiana y particularmente en las percepciones culturales que se han producido y reproducido bajo la división social del trabajo basado en

el género. El carácter identitario del movimiento feminista está enfocado en su resignificación (Millé, 2017); por ende, su lucha encarna parte de la reconstrucción simbólica de la mujer y de lo femenino, como una forma de dismantelar las estructuras opresoras de nuevos significados y significantes que se instalan con las demandas exigidas por esta acción colectiva. Entonces:

El movimiento de las mujeres sostiene *otra* libertad: no ya la libertad por la necesidad, sino la libertad *de la* necesidad, no la lucha por la igualdad, sino por la diferencia, no ya la libertad de hacer, sino la libertad de *ser* (Melucci, 1999/2010, p. 133).

De esta manera, parte de la lucha de este movimiento es de carácter cultural, que se desborda al ámbito público, político y comunicativo mediante la exigencia de derechos culturales (Touraine, 2005). Particularmente, la violencia estructural contra la mujer y lo femenino ha generado una demanda que supera la esfera privada e íntima y se desborda en las prácticas y percepciones culturales de la vida cotidiana, en las que justamente se lleva a cabo el mayor trabajo de incidencia de este movimiento.

Con sus acciones y estrategias, el movimiento feminista ha conseguido logros fundamentales a sus demandas; por ello,

<sup>5</sup> Además de retirar aquellos nodos que mencionaban una ubicación fuera de México, también se omitieron aquellos que poseían una ubicación sentimental, como «en tu corazón»; ambiguas, como «en algún lugar del mundo»; o lugares literarios, como «El Llano en Llamas».

la marcha realizada anualmente el 8 de marzo en diferentes países no solo es una expresión propia de lo que falta por hacer, sino también la continuidad de la memoria histórica del movimiento a través del reconocimiento de los cambios logrados a lo largo de esta acción colectiva de amplia trayectoria. Esta estrategia *offline* ha sido históricamente caracterizada por la confluencia de demandas, consignas y reappropriaciones del espacio público para visibilizar sus luchas en la opinión pública.

A estas formas de expresión, acción y comunicación se suma la creación paralela en el ámbito digital, como la formulación y propagación de *hashtags* que pretenden convertirse en tema tendencia (*trending topic* [TT]) dentro del espacio virtual para enfrentar el contenido generado por los medios de comunicación, que, en algunos casos, desvirtúa la lucha al enfocarse en los daños, las agresiones y los resultados generados por facciones radicales del propio movimiento o por parte de infiltrados en dichas manifestaciones para restarle legalidad y legitimidad ante la opinión pública.

En los medios de comunicación y por intermedio de los líderes de opinión, se establecen y construyen estereotipos e información que puede restar legitimidad a las acciones del movimiento, por lo que su posición dentro de la red adquiere relevancia dada su presencia y su papel de proveedores de información para la opinión pública.

Sin embargo, la creación del *hashtag* no es la primera forma de acercamiento entre el movimiento feminista y las redes sociodigitales. De hecho, existen antecedentes teóricos claros que evidencian este proceso de apropiación, como es el caso del ciberfeminismo y el tecnofeminismo (Romero Sánchez, 2014). Aunque aparentemente similares, ambos conceptos refieren a posiciones epistémicas y analíticas particulares; mientras que desde el ciberfeminismo se considera a «Internet no sólo como protagonista de sus reflexiones, sino también como espacio de acción» (Romero Sánchez, 2014, p. 159), para el tecnofeminismo se reconoce que dicho espacio sociotecnológico debe ser analizado y utilizado desde la perspectiva del género para que las acciones que allí se realicen realmente contribuyan a concretar las demandas de este movimiento social (Gil, 2007).

Así, la creación y utilización de *hashtags* no es más que el resultado práctico, operativo y teórico de interactuar *en y por* medio de estas plataformas para conocer sus lógicas de interacción y aprovecharlas en beneficio del movimiento social en cuestión. De hecho, el análisis de redes a partir del *hashtag* es reciente y se ha utilizado para otros casos dentro del movimiento feminista mexicano, así como en el estudio de estas acciones convergentes en otras regiones de Latinoamérica (Acosta y Lassi, 2020).



Entonces, el *hashtag* #Marcha8M no es más que la refinación de estos procesos de apropiación por parte de integrantes, colectivos e individuales, del movimiento feminista para replicar su lucha en el espacio digital. Este *hashtag* generó una red de interacción-comunicación a nivel internacional por la sincronía de manifestaciones en la fecha, así como por las similitudes de idioma. A nivel internacional, se generó una red dirigida constituida por 15 155 nodos —perfiles/cuentas en Twitter— y 22 571 vínculos —formas de interacción junto al *hashtag*—, mientras que, en el caso mexicano, la red obtenida constituyó una muestra de 6758 nodos (el 44.59 % del total) y 8789 vínculos (38.94 % del total).

Lo anterior permite observar que, dentro del periodo de recolección de datos, poco menos de la mitad de los nodos que tuvieron relación de alguna manera con el *hashtag* se encontraban en México. Particularmente, la mayor cantidad de nodos se identificaron en la Ciudad de México, Jalisco (Guadalajara), Guerrero (Acapulco) y Nuevo León (Monterrey).

La densidad de red en el caso mexicano es de 0.02 %, lo que muestra que la red posee un nivel de cohesión bajo. Este indicador, casi nulo, sin embargo, responde a la lógica de la estrategia: llegar al mayor número de personas posibles, por lo que el establecimiento de lazos fuertes y múltiples entre los nodos es un objetivo de segundo orden. Para el movimiento feminista la intención de su *hashtag* es

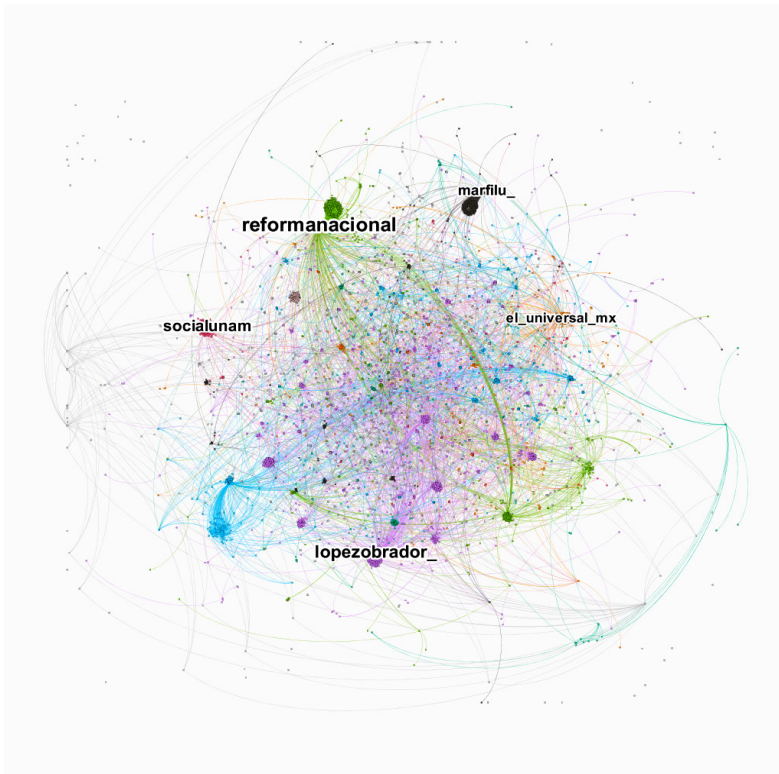
incrementar su alcance a otros espacios fuera, incluso, de las propias capitales de los estados donde se realizaron las marchas multitudinarias.

Esto se vincula con la lógica estructural que se desarrolla en las redes sociodigitales, ya que, si bien tiene un carácter rizomático-reticular, en la praxis el rizo- ma cambia a un radicante en el que «la esencia de las cosas no es un punto, sino una trayectoria dispersa en la superficie» (Peirone, 2012, p. 107), lo que fortalece este proceso de difusión y diseminación de su acción *offline* en el espectro *online*.

La Figura 1 muestra la red desde su nivel de grado, es decir, dónde se encuentran perfiles que poseen una mayor cantidad de vínculos. La relevancia del impacto en el espacio digital no corresponde, como se verá más adelante, a la cantidad de tuits que genere una cuenta, sino al rol que ostenta y los vínculos que posee en Twitter.

**Figura 1**

Red #Marcha8M con nivel de grado



Nota. Elaborada con datos de NodeXL en Gephi.

Así, la red está representada de dos formas: a nivel de nodo se destacaron los cinco perfiles con mayor cantidad de enlaces, mientras que a nivel estructural se implementó el atributo de modularidad con el cual se identifican los subgrafos<sup>6</sup> dentro de la red. De esta manera, todos los nodos que tuvieron interacción con las publicaciones emitidas por la cuenta de Twitter @reformatacional muestran

un vínculo color verde, lo que visualiza qué tanto impacto tuvo dentro de la red.

En la Tabla 2, se encuentran los indicadores de los cinco nodos con mayor nivel de grado.

<sup>6</sup> Conjunto de redes que están presentes dentro de la red, es decir, aquellas comunidades vinculadas internamente que figuran como red dentro de la red.

**Tabla 2**  
Indicadores de red

<b>Nodo</b>	<b>Rol<sup>7</sup></b>	<b>Seguidores<sup>8</sup></b>	<b>Pers- nas que sigue<sup>7</sup></b>	<b>Grado de entrada</b>	<b>Grado de salida</b>	<b>Nivel de gra- do</b>	<b>Grado de in- terme- diación</b>
reforma- nacional	MCC <sup>9</sup>	356 286	25	528	1	529	0
lopezo- brador_	Político	6 563 129	250	459	0	459	0
s o c i a - lunam	MCDI <sup>10</sup>	1976	727	402	1	403	0
marflu_	F o t ó - grafa/ modelo	28 187	245	353	1	354	0
el_uni- versal_ mx	MCC	5 393 885	13 978	323	1	324	0

Nota. Elaborada con datos de Gephi.

Estos datos muestran no solo la cantidad de potenciales vínculos que cada perfil ostenta, sino el contexto, que permite entender su relevancia en el plano digital. Así, el papel que cumplen algunos

de estos nodos —como los medios de comunicación convergentes, el rol político y cargo que ostenta actualmente Andrés Manuel López Obrador (AMLO), así como los medios de comunicación digitales in-

<sup>7</sup> Se revisó la información pública que cada usuario colocó en su descripción para la definición empleada.

<sup>8</sup> Datos obtenidos y registrados al 9 de marzo de 2020 antes de mediodía.

<sup>9</sup> Medio de comunicación convergente (MCC). Este término alude a aquellos medios de comunicación masiva analógicos que presentan una réplica en el ámbito virtual para mantener su carácter masivo e, incluso, incrementarlo por la infinitud de la red.

<sup>10</sup> Medio de comunicación digital independiente (MCDI). Este término alude a aquellos proyectos comunicativos que son independientes de los grandes conglomerados mediáticos; son creados, dirigidos y mantenidos por organizaciones, colectivos e, incluso, integrantes de algún movimiento social. Su carácter es eminentemente digital, por lo 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, p. 124).

dependientes— y su relevancia en la esfera pública les posibilitan ser promotores, difusores o receptores de las demandas, luchas y acciones que realiza el movimiento feminista.

Resulta importante ver cómo estas posiciones estratégicas son ocupadas por medios de comunicación y no por activistas o colectivos del movimiento feminista, por lo que se puede observar que existe un proceso de intervención en la acción *online* para destacar no las demandas del movimiento, sino sus efectos en la opinión pública, particularmente la tensión entre las acciones del movimiento y su interpretación desde el Gobierno federal mexicano.

El rol, entonces, se presenta como una variable que permite entender la función de cada nodo y vincular su posición como *hub* (Barabási, 2011), es decir, como un nodo que controla parte del flujo debido a la cantidad de vínculos que posee. No obstante, la mera vinculación no basta: conocer la direccionalidad de los vínculos permite entender cómo es el flujo de la información dentro de la red; incluso, la direccionalidad de los enlaces posibilita comprender la dinámica interna de esta estructura radicante-reticular.

El grado de salida alude a todos aquellos tuits, retuits y comentarios que realiza un nodo, mientras que el grado de entrada

refiere a todas aquellas réplicas y etiquetas hacia ese perfil/cuenta. A partir de esta diferenciación en la lógica operativa, es posible entender que, por ejemplo, mientras que a nivel de grado el periódico *Reforma* (@reformanacional) posee 529 vínculos, solo ha tenido un vínculo de salida, esto es, que solo publicó un tuit que incluía el *hashtag* #Marcha8M durante el periodo analizado, mientras que esta cuenta fue etiquetada y su publicación retuiteada 528 veces<sup>11</sup>.

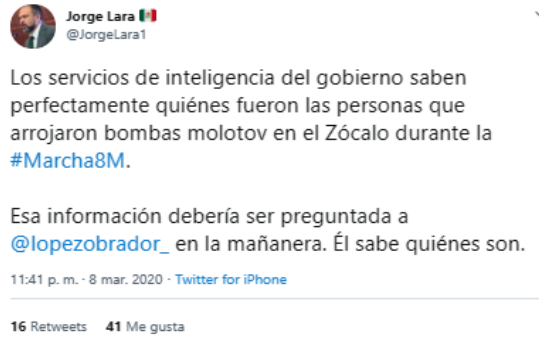
Esto ocurre de manera similar con los demás medios de comunicación y con la cuenta oficial de la fotógrafa; el caso extremo es la cuenta oficial de AMLO, ya que no realizó tuit alguno relacionado con el *hashtag*, pero sí hubo varias etiquetas de su nombre sobre los acontecimientos que se fueron desarrollando durante la marcha. Esto permite ver que la cantidad de vínculos de una cuenta no necesariamente significa que tenga un papel estratégico —en este caso, en el movimiento—, sino que es una forma de evidenciar a aquellos actores que pueden realizar cambios. A veces, un *hashtag* es usado por posturas opuestas, lo que puede derivar en la construcción y colisión de significados mutuamente excluyentes, lo cual, a su vez, divide la red y, por tanto, su finalidad, en este caso, comunicativa. Las Figuras 2 y 3 muestran algunas formas en que la cuenta de AMLO fue etiquetada.

---

<sup>11</sup>Los grados de entrada y salida poseen una autonomía relacional, ya que las interacciones con una cuenta no necesariamente derivan específica y únicamente de las publicaciones que hace, sino que pueden ocurrir a partir de etiquetarlas junto al *hashtag* de manera independiente al contenido que genere y difunda.

Figura 2

Tuit con etiqueta a AMLO



Nota. Captura de pantalla de *Los servicios de inteligencia del gobierno saben perfectamente quiénes fueron las personas que arrojaron bombas molotov en el Zócalo durante la* [Tuit], por Jorge Lara [[@JorgeLara1](#)], 9 de marzo de 2020, Twitter (<https://twitter.com/jorgelara1/status/1236889897635635200>).

Figura 3

Tuit con etiqueta a AMLO 2



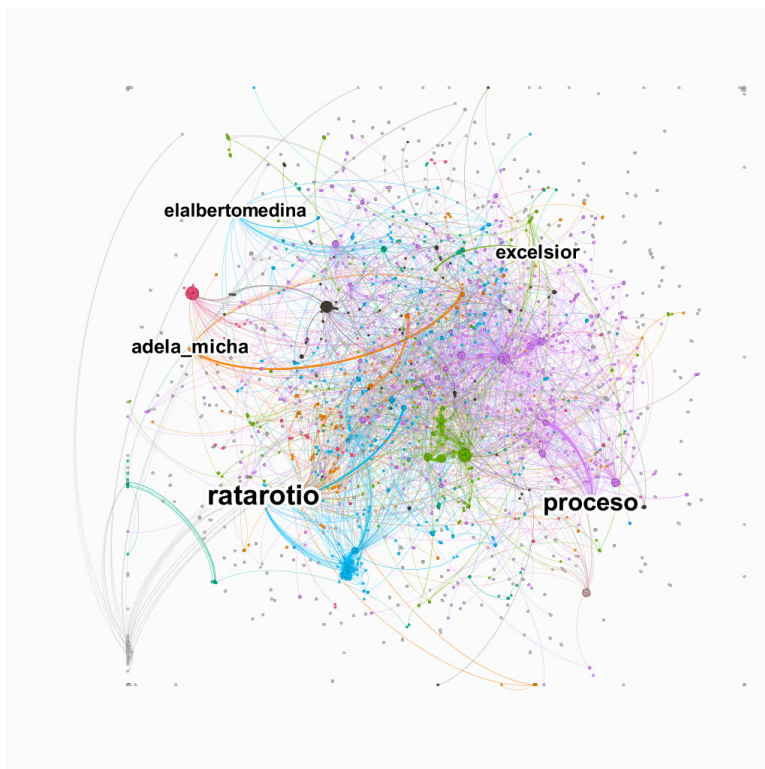
Nota. Captura de pantalla de *El Presidente @lopezobrador\_ califica la #Marcha8M como UN ÉXITO ELLAS alzar su voz y ello empujará cambios estructurales en nuestra* [Imagen adjunta] [Tuit], por Luis Guillermo Hernández [[@luisghernan](#)], 9 de marzo de 2020, Twitter (<https://twitter.com/luisghernan/status/1237010361540321281>)

A partir de estas visiones encontradas en el espacio digital, también se puede observar que, en esta estrategia convergente, la finalidad no solo es mostrar su presencia *online*, sino considerarla como una forma eficiente para hacer llegar las demandas a la esfera política, que está estructurada bajo una burocracia que, en ocasiones, dificulta que la exigencia alcance a quienes toman las decisiones.

Por otro lado, en los datos presentados se identifica que ninguno de ellos posee un

grado de intermediación, lo que confirma que los indicadores tienen una autonomía entre sí, ya que una gran cantidad de vínculos no necesariamente significa un mayor grado de intermediación; es más, ni siquiera poseer un número relevante de seguidores implica que todos compartan la publicación del medio o la cuenta. Considerando lo anterior, la siguiente red (Figura 4) muestra los cinco nodos con mayor grado de intermediación.

**Figura 4**  
*Red #Marcha8M a partir de grado de intermediación*



De esta manera, a partir de este indicador, los nodos cambian y, con ello, su posición. Esto muestra la maleabilidad y flexibilidad de la estructura según el indi-

cador que se utilice para darle forma. La Tabla 3 muestra los nodos y sus respectivos indicadores.

**Tabla 3**  
Nodos con mayor grado de intermediación

<b>Nodo</b>	<b>Rol</b>	<b>Seguidores</b>	<b>Pers- nas que sigue</b>	<b>Grado de entrada</b>	<b>Grado de salida</b>	<b>Nivel de gra- do</b>	<b>Grado de in- terme- diación</b>
proceso	MCC	4 793 466	1830	128	7	135	748
ratarotio	MCDI	38 577	143	82	5	87	245
excelsior	MCC	1 838 297	819	21	4	25	123
adela_ micha	Líder de opi- nión	4 775 182	521	32	5	37	121
elalber- tomedi- na	Líder de opi- nión	88 107	1818	27	4	31	116

Nota. Elaborada con datos de Gephi.

Con este indicador, se puede conocer el número de caminos por los cuales los nodos participan dentro del flujo de información para conectar a otros dos nodos cualesquiera. Esta posibilidad de intervención permite entender que, a mayor número de caminos, su relevancia den-

tro de la red es de carácter conectivo, lo que también podría entenderse como *hub* (Barabási, 2011).

Así, la cuenta oficial de la revista *Proceso* participa en 748 caminos, por lo que su posición dentro de la red lleva a conside-

rarla como un *hub*, es decir, un nodo que, dada la cantidad y direccionalidad de los vínculos que estructura y lo estructuran, tiene un mayor impacto de concentración y difusión de información en comparación con otros nodos en la red.

En esta segunda red, destaca la presencia de dos líderes de opinión y un MCDI; por tanto, la pluralidad de los nodos, y su respectivo rol, se evidencia en la red. Se ob-

serva que el rol de la mayoría de los nodos es comunicativo, por lo que su atención/cuestionamiento posee relevancia en tanto que «es el mundo de los medios de comunicación el que deforma y manipula más continuamente al sujeto» (Touraine, 2005, p. 149).

La Figura 5 muestra una de las publicaciones que realizó *Proceso* en torno a la cobertura de la #Marcha8M.

Figura 5

Tuit de Proceso sobre #Marcha8M



Nota. Captura de pantalla de #8M | En la vanguardia de la #Marcha8M se encuentran madres y familiares de víctimas de #Feminicidio. (Video: Elizabeth Vieyra) [Video adjunto] [Tuit], por Proceso [@proceso], 8 de marzo de 2020, Twitter (<https://twitter.com/proceso/status/1236741455839924224>).



En consecuencia, la intervención/apropiación de estos espacios para diseminar noticias es clave para el movimiento feminista, dado que no solo remarca esta disputa práctica-analítica entre el movimiento feminista y la percepción desarrollada desde el Gobierno federal, sino que evidencia la confluencia de activistas, colectivos simpatizantes y víctimas de la violencia estructural que arremete contra ellas de manera permanente. Este contexto hostil permite establecer un significado que trasciende las minimizaciones que se realizan sobre las injurias que se cometen con base en «lo socialmente aceptado».

Finalmente, queda claro que cada indicador y, por ende, atributo que se quiera analizar le da forma distinta a la red y repositona los nodos de acuerdo con esa lógica específica.

## Conclusión

Las redes digitales están presentes en el mundo social de manera permanente. Aunque imperceptibles, su estructura se modela según la lógica originada por los intereses individuales o colectivos que les dan forma. En este trabajo, se analizó la red subyacente al *hashtag* #Marcha8M en México, lo que dio paso al análisis sobre el flujo, su impacto en términos de alcance y la estructura generada a partir de la delimitación según las relaciones de interacción-comunicación que allí se desarrollan de manera permanente.

Dentro de los resultados obtenidos, se encontró que los nodos más representativos en cuanto a vínculos y participación en procesos conectivos son aquellos que poseen una función comunicativa, esto es, aquellos conglomerados mediáticos que se han representado en el mundo virtual. La mera cantidad de vínculos, así como los seguidores que posee un nodo, no necesariamente implican un mayor nivel de grado o de intermediación; son justamente la interacción que se realiza entre los nodos, el rol que cumplen en el ámbito público y las redes que cada uno posee los que coadyuvan a que se posicionen de diferente manera según el indicador con el que se estructure y visualice la red.

Si bien la red no posee una densidad considerable, lo cierto es que esta condición no es el fin último de la acción convergente del movimiento feminista, ya que su intención es llegar al mayor número de personas. El mantenimiento y fortalecimiento de los vínculos generados en esta red dependerá del propio proceso de socialización en el espacio digital. De esto se puede concluir que los vínculos generados a través de los *hashtags* pueden ser efímeros y solo concretos en el contexto coyuntural en el que se presenten.

Finalmente, la apropiación de estos espacios es signo no solo de la fascinación que causan, sino también de la cantidad de personas que allí interactúan, lo cual reduce el distanciamiento físico y potencia las relaciones sociales. En esta línea, este tipo de análisis se comienza a prefigurar

como un campo cada vez más relevante, tanto por su uso como por los potenciales resultados que puede generar para los movimientos sociales que irrumpen en el siglo XXI.

## REFERENCIAS

- Acosta, M. y Lassi, A. (2020). #8M 2019. La conversación digital durante la Huelga Internacional de Mujeres. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(9), 86-109. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i9.516>
- Barabási, A.-L. (2011). Introduction and keynote to a networked self. En Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 1-14). Routledge.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Trad. B. Moreno y M. R. Borrà). Ediciones Paidós. (Trabajo original publicado en 1997)
- Bolz, N. (2006). *Comunicación mundial* (Trad. M. A. Gregor). Katz Editores. (Trabajo original publicado en 2001)
- Bucher, T. y Helmond, A. (2018). The affordances of social media platforms. En J. Burgess, A. Marwick y T. Poell (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp. 233-253). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n14>
- Candón Mena, J. (2011). *Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense. <https://eprints.ucm.es/12085/>
- Candón Mena, J. (2013). *Toma la calle, tomas las redes. El movimiento #15M en internet*. Atrapasueños.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. (Trad. M. Hernández; 2.<sup>a</sup> ed.). Alianza Editorial. (Trabajo original publicado en 2012)

- Chomsky, N. (2001). *Estados canallas. El imperio de la fuerza en los asuntos mundiales*. Ediciones Paidós.
- Estrada Saavedra, M. (2015). *Sistemas de protesta. Esbozo de un modelo no accionalista para el estudio de los movimientos sociales*. El Colegio de México.
- Floridi, L. (Ed.). (2015). *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6>
- Fuchs, C. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315733517>
- 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*, (12), 84-96. <https://iberoamericasocial.com/wp-content/uploads/2019/07/Olmedo-R.-2019.-El-nuevo-opio-del-pueblo-apuntes-desde-la-econom%C3%ADa-pol%C3%ADtica-de-la-comunicaci%C3%B3n-para-desentender-la-esfera-digital.pdf>
- Gil, E. P. (2007). *Technofeminism* de Judy Wajcman [Reseña en línea]. UOC Papers, (5). <http://www.uoc.edu/uocpapers/5/dt/esp/gil.pdf>
- Hernández, L. G. [@luisghernan]. (2020, 9 de marzo). *El Presidente @lopezobrador\_ califica la #Marcha8M como UN ÉXITO ELLAS alzaron su voz y ello empujará cambios estructurales en nuestra* [Imagen adjunta] [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/luisghernan/status/1237010361540321281>
- Lara, J. [@JorgeLara1]. (2020, 9 de marzo). *Los servicios de inteligencia del gobierno saben perfectamente quiénes fueron las personas que arrojaron bombas molotov en el Zócalo durante* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/jorgelara1/status/1236889897635635200>
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers. Revista de Sociología*, 48, 103-126. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48no.1814>
- Mathias, P. (2012). En las redes de Solón. Para una concepción cultural de la democracia digital. En S. Champeau y D. Innerarity (Comps.), *Internet y el futuro de la democracia* (pp. 133-154). Ediciones Paidós.
- Melucci, A. (2010). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México. (Trabajo original publicado en 1999)
- Millé, C. (2017). *Dependencias, raíces ante la incertidumbre. ¿Qué rasgos personales y de nuestra sociedad promueven el desarrollo de adicciones y qué estrategias las enfrentan?* Editorial Academia Española.
- Olmedo Neri, R. A. (2019). #AmorEsAmor como constructor de redes digitales en el movimiento LGBTTIQA en México. *Virtualis*, 10(19), 109-133. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/301>
- 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, Universidad Nacional Autónoma de México]. [https://www.academia.edu/43970728/La\\_comunicaci%C3%B3n\\_emergente\\_en\\_M%C3%A9xico\\_2009\\_2016\\_las\\_organizaciones\\_civiles\\_en\\_la\\_lucha\\_por\\_el\\_matrimonio\\_igualitario](https://www.academia.edu/43970728/La_comunicaci%C3%B3n_emergente_en_M%C3%A9xico_2009_2016_las_organizaciones_civiles_en_la_lucha_por_el_matrimonio_igualitario)

- Peirone, F. (2012). *Mundo extenso. Ensayo sobre la mutación política global*. Fondo de Cultura Económica.
- Pisani, F. y Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo* (Trad. A. Capel). Ediciones Paidós. (Trabajo original publicado en 2008)
- Pleyers, G. (2018). *Movimientos sociales en el siglo XXI: perspectivas y herramientas analíticas*. CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvpokds>
- Poell, T. y Van Dijck, J. (2018). Social media and new protest movements. En J. Burgess, A. Marwick y T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 546-561). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n31>
- Proceso [@proceso]. (2020, 8 de marzo). #8M | En la vanguardia de la #Marcha8M se encuentran madres y familiares de víctimas de #Feminicidio. (Video: Elizabeth Vieyra) [Video adjunto] [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/proceso/status/1236741455839924224>
- Ramírez Zaragoza, M. Á. (2016). A manera de introducción. Los movimientos sociales en los albores del siglo XXI. En M. Á. Ramírez Zaragoza (Coord.), *Movimientos sociales en México. Apuntes teóricos y estudios de caso* (pp. 19-57). UAM-A.
- Rogers, R. (2018). Digital methods for across-platform analysis. En J. Burgess, A. Marwick y T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 91-110). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n6>
- Romero Sánchez, A. (2014). La utopía postfeminista: del ciberfeminismo al tecnofeminismo. *Cuadernos del Ateneo*, (32), 156-169.
- Touraine, A. (2005). *Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy* (Trads. A. López y M. Tabuyo). Ediciones Paidós.
- Van Dijk, T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso (Trad. A. Méndez). *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 9-36. <https://www.redalyc.org/pdf/279/27910292.pdf> (Trabajo original publicado en 2004)