

EDITORIAL

-  **Raquel Tarullo**
 raqueltarullo@gmail.com
 Instituto de Política y Gobierno - Centro de Investigaciones y Transferencia del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA-UNSA-CONICET)
-  **Agnese Sampietro**
 sampietr@uji.es
 Universitat Jaume I de Castelló
-  **Guillermo López García**
 Universitat de València
 Guillermo.Lopez@uv.es

En su sexto número, la revista *Dígitos* presenta un monográfico dedicado al análisis del uso de herramientas de comunicación electrónica para fomentar diversas formas de activismo; una cuestión de plena actualidad, pero al mismo tiempo tan vieja como el mismo Internet. Las primeras formas de movilización, por ejemplo, hicieron uso del correo electrónico (Cooke y Lehrer, 1993) y el desarrollo de estas movilizaciones digitales ha evolucionado de forma paralela a las mismas tecnologías (Larsson, 2018). Desde la denominada “Primavera Árabe” las redes sociales, por su enorme alcance y su uso cotidiano, se han convertido en las herramientas más utilizadas para fomentar la movilización política o social de los ciudadanos (Bennett y Segerberg, 2012)¹.

El estudio académico del activismo digital, ya sea político, religioso, sexual o ambiental, entre otros, es un campo de investigación académica ya consolidado (Christensen, 2011). Aunque algunos estudios dudan de la efectividad real de estos métodos de movilización (véase, por ejemplo, Putnam, 2000), denominados despectivamente *slacktivism* (activismo de salón), hoy en día se reconoce la capacidad de las campañas en redes sociales para promover el activismo y la participación (Dahlgren, 2009). Las redes sociales tienen un enorme potencial para visibilizar y promocionar ciertas causas, poniéndolas incluso en la agenda política y alcanzando una difusión a nivel mundial. Además, ejemplos recientes muestran cierta coordinación entre la amplia difusión en redes y las movilizaciones en la calle. Por ejemplo, la canción *Un violador en mi camino*, del colectivo de mujeres LasTesis, se conoció en medio de las protestas urbanas en Chile en 2019 y se replicó en calles y plazas de distintos países del mundo, como así también en perfiles y cuentas de Instagram, Twitter y Facebook, en un diálogo de convergencia

1. Este monográfico se enmarca en el proyecto *Competencias digitales en la universidad y su impacto en las prácticas académicas y cívicas de estudiantes y profesores*, radicado en el Instituto de Política y Gobierno, de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (Ref. 0556/2019, coordinado por Raquel Tarullo). También ha sido posible gracias a la ayuda FJC2018-038704-I (contrato postdoctoral Juan de la Cierva-Formación) concedida a Agnese Sampietro por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades para el período 2020-2022.

entre aquello que sucede por fuera y dentro del mundo digital (Rodríguez, 2019). Como afirma Mathilde Dorcadie (2020), “el primer decenio del siglo XXI, que comenzó con las revoluciones árabes y el movimiento de los indignados y ha estado marcada [sic] por el poder de la viralización en internet, ha terminado con una gran variedad de movimientos en todo el mundo, que se inspiran los unos en los otros [...]”. En este contexto de interacción constante y fluido, se crean así formatos digitales de lucha innovadores, que aluden a nuevas formas de ciudadanía (Papacharissi, 2016).

Si en el espacio urbano de las calles y las plazas los carteles, los graffiti, las pancartas, los globos, los bombos, los lazos, las camisetas, los paraguas, el *glitter*, los pañuelos, etc., constituyen las expresiones simbólicas de grupos y comunidades de activistas (Penney, 2015), hoy las redes favorecen y asisten a este escenario a partir no sólo de la reproducción de estos elementos (Martín Rojo, 2012; 2016), sino que la arquitectura digital de estas plataformas admite la creación de nuevos símbolos que se suman a las manifestaciones tradicionales en las narrativas de las luchas de organizaciones y colectivos.

El monográfico incluido en este número de *Dígitos* tiene justamente el objetivo de estudiar estos símbolos de las movilizaciones en redes sociales. Entendemos los símbolos como mediaciones (Martín-Barbero, 1994; Sola-Morales, 2014), es decir “como relaciones capaces de transformar las prácticas comunicativas, los movimientos sociales, las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales” (Sola-Morales, 2014: 16). Las distintas *affordances* (Hutchby, 2001) con las que cuentan cada una de las redes sociales son convertidas por los internautas, y en este caso activistas, en recursos y herramientas, símbolos, que permiten nuevas formas de narrar sus luchas. En este contexto de una sociedad conectiva (Van Dijck, 2016), los símbolos se alzan a nuevas formas de expresión política del ciudadano digital.

Los *hashtags* y los emojis no son símbolos *per se*, pero su uso extendido en determinadas campañas los convierten en representaciones simbólicas que remiten a distintas demandas, ideologías, luchas, activismos, en un esquema de identificaciones compartidas. Los símbolos no son estáticos, sino flexibles, y no pueden ser analizados ni interpretados si no es a partir de su tránsito como parte de los procesos socioculturales propios de un contexto determinado. Así, el emoji del corazón verde simboliza para quien lo usa en ciertos países, como en Argentina, la adhesión a la ley de interrupción del embarazo, mientras que en otros países este emoji no tiene una asociación tan clara con un movimiento político o una causa tan específica. Sin embargo, observaciones anecdóticas sugieren que en España ese emoji se asocia no sólo al ecologismo, sino que también es utilizado por las cuentas en redes sociales de las mujeres afines al partido de derecha radical Vox.

Este número especial de la revista *Dígitos* cuenta con artículos que revisan los símbolos que forman parte de repertorios y performances de activistas en distintos contextos y a partir de distintas demandas. Así, estudian la apropiación de ciertos *hashtags*, los emojis, los memes y de aquellas narrativas que circulan en el espacio público y que a la vez se replican en los canales digitales convirtiéndose en símbolos de activismo y movilización.

El primer recurso simbólico estudiado por los autores que participan en el monográfico es el uso de etiquetas específicas. En el artículo *La conversación digital en torno al*

hashtag #RespetoAlDolorDeMadre en Panamá, Marina Acosta, de la Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional Arturo Jauretche, y Claire Nevache, del Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales, analizan el diálogo en torno a la etiqueta *#RespetoAlDolorDeMadre* en la plataforma Twitter, una de las primeras manifestaciones de ciberfeminismo en el país americano. Este *hashtag* fue promovido por activistas panameñas contrarias al proyecto de ley que buscaba dar identidad a los bebés fallecidos en el vientre materno. En su estudio las autoras hallaron la conformación de comunidades agrupadas con conexiones concretas y conversaciones cerradas, en un escenario en el cual los tuits de las activistas feministas fueron los más compartidos, mientras que las cuentas más mencionadas procedían del ámbito político.

La red social Instagram y su uso para promover el activismo y la movilización está presente en el artículo de Raquel Tarullo y Mariana García, de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires, *Hashtivismo feminista en Instagram: #NiñasNoMadres de @actrices.argentinas*. Las autoras analizan el caso de la campaña *#NiñasNoMadres*, difundido en Instagram por la cuenta *@actrices.argentinas*, un colectivo de actrices argentinas activistas. El estudio aborda el rol del *hashtivismo* (activismo de etiqueta) feminista en esta red social, de amplio uso entre los y las jóvenes, a partir del análisis de contenido de las publicaciones. Los resultados identifican la presencia de microhistorias visuales narradas en el *hashtag*, en un esquema de activismo de celebridades.

Sara Molpeceres Arnáiz y Laura Filardo-Llamas, de la Universidad de Valladolid, en el artículo *Llamamientos feministas en Twitter: ideología, identidad colectiva y reenmarcado de símbolos en la huelga del 8M y la manifestación contra la sentencia de "La Manada"*, analizan las interacciones en Twitter en relación con el 8M y la manifestación en contra de la condena por abuso sexual (y no por violación) de los integrantes de "La Manada". Uno de los resultados de este estudio identifica que la convocatoria a la huelga y a la manifestación, ambas de cariz feminista, comportan la apelación a un receptor con similares supuestos ideológicos, en la búsqueda de la conformación de una identidad común y colectiva.

Rubén Rivas-de-Roca, de la Universidad de Sevilla analiza el funcionamiento de la etiqueta *#FridaysForFuture* en Twitter, en un marco global de denuncias y demandas de activistas medioambientales. En su artículo *La configuración del fenómeno ecologista #FridaysForFuture como proceso de opinión pública digital en España*, el autor observa que en ese país los flujos en relación con *#FridayForFuture* presentan una atenuada participación respecto de la misma acción en otros países, y a su vez identifica en estos mensajes componentes menos individualistas y más organizacionales en comparación con el movimiento matriz. Hay que señalar, además, que este artículo ha sido premiado con el IV Premio predoctoral de investigación de la revista *Dígitos*.

En el artículo *El hashtag contestatario: cuando los hashtags tienen efectos políticos*, Bárbara Zeifer, de la Universidad de Buenos Aires, aborda desde una perspectiva teórica interdisciplinaria las características comunes de los célebres *hashtags* *#BlackLivesMatter*, *#JeSuisCharlie* y *#NiUnaMenos* y el potencial efecto político de los mismos. La autora sostiene que estos ejemplos responden a un subtipo particular de etiquetas, que denomina y define *hashtags contestatarios*.

Otro recurso simbólico para el activismo que se analiza en este monográfico es el uso de los emojis, pequeños y reconocidos pictogramas (como las célebres caritas

amarillas) que acompañan mensajes y publicaciones en diferentes redes sociales. Lucía Cantamutto, de la Universidad Nacional de Río Negro y Cristina Vela Delfa, de la Universidad de Valladolid, analizan el uso de los emojis corazón verde y corazón azul y de los *hashtags* en Twitter en el marco del activismo a favor y en contra de la ley de interrupción voluntaria del embarazo en Argentina. Los resultados del trabajo, titulado *¿De qué color es tu corazón? El uso de emojis en los procesos de activismo social*, indican que los colores de estos dos emojis concuerdan con determinados *hashtags* y este conjunto permite expresar la postura ideológica y política del usuario y también del contenido generado.

El uso de los emojis en contextos de movilización también es estudiado en el trabajo de Agnese Sampietro, de la Universitat Jaume I, Dafne Calvo y Eva Campos-Domínguez, de la Universidad de Valladolid. En *Los emojis del 8M: su uso en Twitter durante las movilizaciones feministas de 2019* estas autoras analizan un corpus relacionado con las movilizaciones del 8M 2019. En los resultados observan que en Twitter el uso de los emojis alrededor de este acontecimiento difiere del uso general. El emoji más utilizado fue el emoji que representa un corazón de color violeta, que se está transformando en símbolo del ciberactivismo feminista en España y otros países.

El 8M es también el tema del trabajo *La acción conectiva de las mujeres. Análisis de la movilización del #ParoInternacionalDeMujeres del 08 de marzo de 2017*. La investigadora de la Universidad de Buenos Aires Rocío Annunziata explora las percepciones sobre el acontecimiento a partir de encuestas a los participantes (y no a las impulsoras) de la movilización en Buenos Aires. Los resultados muestran que la acción conectiva se define en cinco dimensiones: la organización, la espontaneidad, el activismo en redes, la politización del evento y la negatividad. En tanto, la autora concluye que la movilización del 8M 2017 tuvo, entre otras cuestiones, la fisonomía de una acción conectiva híbrida.

Con respecto a otras dimensiones simbólicas, Dorismilda Flores-Márquez, de Universidad De La Salle Bajío, analiza la circulación de imágenes comunes en distintas movilizaciones en varios contextos y con diferentes demandas. En su artículo *Estéticas activistas: cultura mediática y resonancia en las movilizaciones contemporáneas* la autora ofrece, a partir de ejemplos como la película *V for Vendetta* o los disfraces de los personajes de *Star Wars* y la serie *The Handmaid's Tale*, una original mirada desde una perspectiva teórica sobre aquellos elementos de la cultura mediática que forman parte de las nuevas narrativas de los colectivos activistas.

Finalmente, los memes forman parte del corpus del artículo de Ana Mancera Rueda, de la Universidad de Sevilla, *Estudio exploratorio de las estrategias de encuadre discursivo en memes humorísticos publicados en Twitter durante las elecciones generales de noviembre de 2019 celebradas en España*, que analiza 115 memes humorísticos difundidos en Twitter en ocasión de las elecciones del 10N 2019. Esta investigación le permite identificar los principales rasgos a nivel discursivo de los memes difundidos por los usuarios, que se pueden considerar un tipo de discurso “pseudopolítico”.

Las editoras del monográfico quieren dar las gracias a todas las personas que escribieron, revisaron y editaron los artículos aquí incluidos, dedicando interés y tiempo para hacer posible este monográfico. Por su parte, el director de la revista no quiere dejar pasar la ocasión de resaltar el excelente trabajo llevado a cabo por las coordinadoras del monográfico, su generosidad y buena disposición en todo momento, así como los magníficos resultados conseguidos.

Además del monográfico, este número de la revista alberga cuatro artículos publicados en la sección Zona Abierta, centrados en temáticas diversas. Se trata, en concreto, de los artículos *Social Media Live Streaming (SMLS) en medios digitales: el uso de Periscope, Facebook Live y YouTube Live en cibermedios chilenos*, por Alexis Apablaza-Campos (Universidad UNIACC, Chile), Alejandro Morales Vargas (Universidad de Chile), Carlos Lopezosa (Universitat Pompeu Fabra), Josep Salvat (Universitat Autònoma de Barcelona) y Lluís Codina (Universitat Pompeu Fabra); *Télévision et politique spectacle : l'exemple chilien*, por Nicolas Balutet (Université Polytechnique Hauts-de-France); *La agenda building de los partidos políticos españoles en las redes sociales: Un análisis de Big data*, por Joaquín Martín Cubas, Emilio Soria-Olivas, Ángel Llosá Guillén y Vicente Buendía Ramón (Universitat de València); y *Concienciación a través de la pantalla: La violencia de género en la publicidad de bien público argentina. Análisis de la campaña 'Cambiá el trato'*, por Carolina Tomba, Andrés Adriano Allisiardi, Cecilia Muñoz y Victoria Lira (Universidad Juan Agustín Maza, Argentina).

Asimismo, este número también cuenta con dos reseñas de libros: *Cosas confusas. Comprender las tecnologías y la comunicación*, de Daniel H. Cabrera, realizada por Mónica Melero Lázaro; y *Aquelarre: La emancipación de las mujeres en la cultura de masas*, coordinado por Irene Liberia Vayá y Bianca Sánchez-Gutiérrez, reseñado por Cristina Fernández Rovira.

Quisiéramos agradecer su trabajo a todos los autores de los artículos que componen este número, así como a los revisores que aportan su desinteresado trabajo, sus análisis y puntos de vista que tanto contribuyen a mejorar los textos que evalúan. A los miembros del comité de redacción de la revista DÍGITOS y, muy particularmente, a la secretaria de la revista, la doctora Lorena Cano, que constituye, sin duda alguna, la piedra angular de este proyecto desde que comenzamos nuestra andadura allá por 2015. Por último, agradecemos el apoyo y la ayuda económica que nos reporta el Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Valencia, sin los cuales este proyecto no podría continuar.

La revista DÍGITOS alcanza su número seis en unas circunstancias excepcionales: en el momento de escribir estas líneas, a principios de abril de 2020, medio mundo se halla confinado en sus casas ante la pandemia causada por el coronavirus SARS-CoV-2. Un contexto que ha puesto de relevancia, más aún, la crucial importancia de la digitalización y su omnipresencia en nuestras vidas. Confiemos en que en el futuro nuestra relación con las tecnologías y su uso para comunicarnos no venga condicionada por pandemias ni desgracias parangonables.

Referencias

- Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2011): "Digital media and the personalization of collective action", en *Information, Communication & Society*, vol. 15, nº 5, pp.739-768. doi: 10.1080/1369118X.2012.670661
- Christensen, H. (2011): "Political activities on the internet: Slacktivism or political participation by other means?", en *First Monday*, vol. 16, nº 2. Disponible en: <https://firstmonday.org/article/view/3336/2767> [Consulta: 13 de marzo de 2020]
- Cooke, K. y Lehrer, D. (1993): "The whole world is talking", en *The Nation*, 12 Julio 1993. Disponible en: <https://web.archive.org/web/20130507031442/http://cyber.eserver>.

- org/talking.txt [Consulta: 13 de marzo de 2020].
- Dahlgren, P. (2009): *Media and political engagement*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dorcadie, M. (2020): "Lucha y música: cuando la canción espolea las manifestaciones de todo el mundo", en *Equal Times*, 10 de enero 2020. Disponible en: <https://www.equaltimes.org/lucha-y-musica-cuando-la-cancion?lang=es#.XoWfyogzblU> [Consulta: 2 de abril de 2020].
- Hutchby, I. (2001): "Technologies, Texts and Affordances", en *Sociology*, vol. 35, n° 2, pp. 441–456.
- Larsson, A. O. (2018): "The News User on Social Media", en *Journalism Studies*, vol. 19, n° 15, pp. 2225–2242. doi: 10.1080/1461670X.2017.1332957.
- Martín-Barbero, M. (1994). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Anthropos.
- Martín Rojo, L. (2012): "Paisajes lingüísticos de la indignación. Prácticas comunicativas para tomar las plazas", en *Anuari del conflicte Social 2012*, n° 2, pp. 275–302.
- Martín Rojo, L. (2016): "Occupy: La dinámica espacial del discurso en los movimientos globales de protesta", en *Discurso & Sociedad*, vol. 10, n° 4, pp. 610–639.
- Penney, J. (2015): "Social Media and Symbolic Action: Exploring Participation in the Facebook Red Equal Sign Profile Picture Campaign", en *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 20, n° 1, pp. 52–66. doi: 10.1111/jcc4.12092.
- Papacharissi, Z. (2016): "Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and mediality", *Information, Communication & Society*, vol. 19, n° 3, pp. 307–324. doi: 10.1080/1369118X.2015.1109697.
- Putnam, R.D. (2000): *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rodríguez, D. (2019): "Ellas son las chilenas que crearon 'Un violador en tu camino'", en *El País (Verne)*, 28 de noviembre de 2019. Disponible en: https://verne.elpais.com/verne/2019/11/28/mexico/1574902455_578060.html [Consulta: 13 de marzo de 2020].
- Sola-Morales, S. (2014): "Hacia una epistemología del concepto de símbolo", en *Cinta de Moebio*, n° 49, pp. 11–21. doi: 10.4067/s0717-554x2014000100002
- Van Dijck, J. (2016): *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.