

## #ElOrgulloPermanece ante la pandemia. Usuarios, redes y contenido LGBTQ+ mexicanos en Twitter

*#ElOrgulloPermanece in the face of the pandemic. Mexican LGBTQ+ users, networks and content on Twitter*

RAUL ANTHONY OLMEDO NERI<sup>1</sup>

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8130>

<https://orcid.org/0000-0001-5318-0170>

Se analiza una red producto de la marcha virtual del Orgullo LGBTQ+ de la Ciudad de México ante el contexto de la COVID-19. Mediante el Análisis de Redes Sociales (ARS) se recolectaron 7 558 nodos y 13 527 interacciones alrededor del hashtag #ElOrgulloPermanece durante junio de 2020. Entre los resultados destaca que los usuarios con mayor relevancia en la red son productores de contenido LGBTQ+, quienes junto a otros usuarios construyen un sentido colectivo a través de la interacción y difusión de dicho contenido. Estas son prácticas comunicativas que forman parte del activismo contemporáneo.

**PALABRAS CLAVE:** Activismo, movimiento social, práctica comunicativa, LGBTQ+, redes sociales.

*A network product of the virtual march of LGBTQ+ Pride in Mexico City is analyzed in the context of COVID-19. Through the Social Networks Analysis (SNA), 7 558 nodes and 13 527 interactions were collected around the hashtag #ElOrgulloPermanece during June 2020. Among the results, it stands out that the users with the greatest relevance on the Internet are producers of LGBTQ+ content, who together with other users build a collective sense through the interaction and dissemination of said content. These communicative practices are part of contemporary activism.*

**KEYWORDS:** Activism, social movement, communicative practice, LGBTQ+, social networks.

*Um produto de rede da marcha virtual do Orgulho LGBTQ+ na Cidade do México é analisado no contexto do COVID-19. Por meio da Análise de Redes Sociais (ARS), foram coletados 7 558 nós e 13 527 interações em torno da hashtag #ElOrgulloPermanece durante junho de 2020. Entre os resultados, destaca-se que os usuários com maior relevância na rede são produtores de conteúdo LGBTQ+, que junto com outros usuários constroem um sentido coletivo por meio da interação e disseminação do referido conteúdo. São práticas comunicativas que fazem parte do ativismo contemporâneo.*

**PALAVRAS-CHAVE:** Ativismo, movimento social, prática comunicativa, LGBTQ+, redes sociais.

### Cómo citar este artículo:

Olmedo Neri, R. A. (2022). #ElOrgulloPermanece ante la pandemia. Usuarios, redes y contenido LGBTQ+ mexicanos en Twitter. *Comunicación y Sociedad*, e8130. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8130>

<sup>1</sup> Universidad Tecnológica de México, Campus Online, México.  
[raul.olmedo@politicas.unam.mx](mailto:raul.olmedo@politicas.unam.mx)

Fecha de recepción: 10/05/21. Aceptación: 07/10/21. Publicado: 06/07/22.

## INTRODUCCIÓN

El contexto generado por la COVID-19 supuso una crisis de la vida cotidiana; esta dislocación social y espacial reconfiguró la relación sociedad-tecnología. Para los movimientos sociales, el contexto pandémico ha obligado a repensar sus acciones en el espacio público, pero sobre todo a acelerar el proceso de incorporación de las plataformas sociodigitales<sup>2</sup> con el objetivo de mantener su visibilidad y no perder los espacios y acciones que históricamente han construido en la sociedad (Portillo & Beltrán, 2021).

Para los movimientos<sup>3</sup> Lésbico, Gay, Bisexual, Trans (LGBT+) mexicanos, la pandemia significó repensar el uso de Internet y las plataformas sociodigitales como sitios estratégicos para replicar sus históricas acciones en el espacio público y así denunciar las formas en que el estigma y la violencia simbólica se materializaron durante la pandemia (Fuentes, 2021). En este sentido, la digitalización de la marcha del Orgullo en la Ciudad de México es una acción desarrollada por las poblaciones LGBT+ para continuar, dentro del contexto pandémico, con el carácter cíclico e histórico que supone la reapropiación del espacio público por un movimiento social.

Así, la primera marcha digital del Orgullo de la Ciudad de México adquiere relevancia tanto por la creatividad e innovación implícitas en

---

<sup>2</sup> Se emplea este término para referir todos aquellos espacios de socialización mediados por Internet y la tecnología. Estas plataformas poseen una estructura reticular; sus lógicas operativas e interfaces estimulan la interacción entre usuarios y la interactividad con el contenido. Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, VKontakte, Renren son algunos ejemplos; mediante estas plataformas el individuo convertido en usuario-operador replica, amplía o crea vínculos, mismos que en conjunto constituyen sus redes sociales, digitales y sociodigitales. Consultar Olmedo (2021).

<sup>3</sup> Se reconoce que la comunidad LGBT+ se expresa en movimientos sociales que atienden las necesidades de cada población allí representada. Los une tanto el agravio heteronormativo fundado en el estigma como la lucha por sus derechos legales y culturales a través de acciones híbridas dentro y fuera de Internet.

una programación vía streaming de aproximadamente diez horas (Marcha LGBTI CDMX, 2020a), como por las formas explícitas en que los asistentes participaron en esta estrategia propia de los repertorios de acción conectiva. De hecho, mediante plataformas como Facebook, Twitter y YouTube las personas interpeladas por la marcha digital del Orgullo, miembros o no de las comunidades LGBT+, se convirtieron en usuarios que colaboraron indirectamente en su coproducción al compartir la transmisión y agregar contenido propio.

Al analizar esta acción conectiva (Reguillo, 2017), se propone el concepto de *coproducción reticular de contenido* para referir una práctica comunicativa<sup>4</sup> emergente que cobró mayor sentido en el contexto pandémico. Así, se estructura un marco teórico desde el paradigma de la red y la vida cotidiana; después se emplea el Análisis de Redes Sociales (ARS) para estudiar la interacción alrededor del hashtag #ElOrgulloPermanece, cuya creación y difusión fue una estrategia de las personas organizadoras de la marcha digital, y finalmente se analizan los resultados a partir de las implicaciones que resultan de este proceso innovador y creativo. En términos generales, la acción individual en el proceso de difusión del evento y su contenido permite hablar de una construcción colectiva de sentido y al mismo tiempo de una forma ampliada de activismo situado en el campo comunicativo y cultural.

## MARCO TEÓRICO

La red como paradigma no solo permite abordar los fenómenos estructurales y operativos desarrollados en Internet, por el contrario, su alcance trasciende lo tecnológico y se instala en la cotidianidad y la

---

<sup>4</sup> La práctica comunicativa es entendida como una acción rutinaria que emplea un individuo o grupo social para alcanzar un objetivo en el campo de la cultura, la comunicación y la socialización. Esta práctica tiene un profundo carácter subjetivo y operativo: subjetivo porque coadyuva a expresar intereses y satisfacer necesidades comunicativas, culturales, identitarias y cotidianas del individuo; y operativo porque no solo es habilidad, sino también apropiación e integración de la tecnología para (re)producir un sentido o finalidad dentro del marco de la experiencia individual y colectiva.

producción del conocimiento (Deleuze & Guattari, 2010). Por ello, analizar la vida cotidiana durante la pandemia resulta medular porque es el lugar-momento donde la creatividad, el conocimiento y la innovación contribuyeron en la construcción de la nueva normalidad. Así, lo cotidiano no solo debe ser pensado como un lugar de encuentro y acción, sino como un objeto de estudio (Lefebvre, 1972).

El análisis de la vida cotidiana reconoce el carácter dialéctico de la esfera social (Heller, 1985), así como la preponderancia de la producción de sentido a las prácticas socioculturales individuales y colectivas (Ibáñez, 2014). De acuerdo con Lefebvre (1972), la cotidianidad está compuesta por repeticiones insertas en las actividades laborales, familiares, individuales, así como en la propia actividad creadora. Su análisis implica abordar cómo “las condiciones en que las actividades productoras de objetos o de obras se reproducen ellas mismas, recomienzan, reanudan sus relaciones constitutivas o, por el contrario, se transforman por modificaciones graduales por saltos” (Lefebvre, 1972, p. 39).

En este sentido, la COVID-19 no solo vino a desarticular la repetición de lo cotidiano, sino que profundizó el uso de la tecnología y modificó los estilos de vida de las poblaciones LGBT+. Esto fue reconocido por quienes decidieron digitalizar la marcha del Orgullo de la Ciudad de México, lo que derivó en dos cambios importantes: 1) una nueva forma de organizar y realizar la marcha (actividad creadora); y 2) una forma ampliada y diferente de participar en ella. De esta manera, es posible observar que esta actividad creadora de sentido no se desarrolló de manera aislada, sino que tuvo un carácter colectivo y colaborativo como resultado del ciclo de producción de contenido que desarrollan los movimientos-red en Internet (Castells, 2015; Hernández, 2011; Peña, 2017; Reguillo, 2017).

Investigaciones recientes (Olmedo, 2019; Poell & van Dijck, 2018; Reguillo, 2017; Rovira, 2012; Sola-Morales & Sabariego, 2020) identifican en algunos de los movimientos sociales actuales una estructura reticular que les dota de “una autonomía para desarrollar sus actividades de incidencia y resistencia sin perder su capacidad de organización y trabajo con otros integrantes en momentos de coyuntura” (Olmedo, 2021, p. 126).

Así, pensar el contenido generado en y por los movimientos sociales con una arquitectura reticular también obliga a trascender las lógicas y estructuras arbóreas de su producción. Por ende, el contenido generado por los movimientos-red no solo contribuye a la construcción de una identidad colectiva que se diferencia de lo externo (Melucci, 2010), sino que tiene una relación intrínseca con el conocimiento compartido y la creatividad colaborativa aplicada sobre su ciclo productivo.

Aunque el contenido producido por los movimientos-red tiene un carácter descentralizado y ubicuo, su finalidad no termina con su materialización. Por el contrario, todo producto debe efectuar su valor de uso para culminar su ciclo de producción e iniciar uno nuevo (Marx, 2008). Por tanto, el contenido solo cumple su función principal en el momento que es consumido y apropiado por los individuos interpelados por este. De allí que la distribución, difusión y consumo sean partes constitutivas de cualquier ciclo productivo: si el contenido creado por los movimientos sociales no se difunde ni es apropiado por sus integrantes y la sociedad, entonces no podrá coadyuvar en la transformación social.

Producir, editar, distribuir y consumir contenido digital implica un conocimiento para crear, pero también otro conocimiento para operar las plataformas sociodigitales. Así, la digitalización de la marcha del Orgullo de la Ciudad de México permite reconocer la generación de contenido en Internet como una práctica comunicativa ante la incertidumbre generada por la pandemia. Los movimientos-red generan y afinan el contenido creado a nivel digital mediante su expertise en la vida cotidiana y la apropiación de la tecnología: aprenden sobre la marcha y avanzan cada vez más hacia una apropiación estratégica de la tecnología e Internet (Olmedo, 2021).

De allí que la organización y realización de la marcha virtual no haya sido solo una acción creativa, sino que además implicó una co-producción de dicho contenido por parte de los tradicionales asistentes. Quienes visualizaron la transmisión o la compartieron en sus respectivos perfiles fueron individuos convertidos en usuarios-operadores (Morley, 2008), quienes compartían nociones básicas para usar dichas interfaces, volviéndose a la vez en coproductores al participar: 1) en la distribución del contenido programado; 2) en la creación de contenido propio junto a la transmisión; y 3) en la construcción colectiva de un

sentido discursivo y experiencial al comulgar con dicho contenido referente a los logros, la agenda y la visibilidad de las poblaciones LGBT+ mexicanas.

Por ello, en este trabajo se reconoce el papel del individuo que difunde y comparte contenido a través de las plataformas sociodigitales como un participante en el ciclo de producción de contenido. Además de esto, dado que dicho contenido no es ajeno a las agendas LGBT+, este tipo de participación representa al mismo tiempo una forma de activismo por parte de estos emergentes usuarios-operadores hacia esos movimientos.

El contenido producido y difundido por un movimiento social pretende visibilizar las demandas y mostrar el agravio por el cual se organizan. La estructura y el significado que posee el contenido desarrollado por los integrantes de un movimiento social tiene un carácter contrahegemónico: se crea desde quien se moviliza, eliminando los intermediarios y las reinterpretaciones que sustenta el contenido producido por otros actores como los medios de comunicación. De esta manera se amplía el proceso de autocomunicación de masas (Castells, 2015), con el objetivo de interpelar a más personas. Así, los símbolos, discursos, imágenes y significados articulados en un contenido “conlleven una socialización extendida que configura un nuevo tipo de comunicación interpersonal y masiva” (Peña, 2017, p. 52). De esta forma, pensar el contenido como una práctica comunicativa desarrollada por los integrantes de un movimiento social es una forma de ampliar la noción de activismo desde su carácter convergente con la tecnología y el individuo (Castells, 2015; Olmedo, 2019; Pleyers, 2018; Treré, 2020).

Así, existe un carácter colaborativo en la producción y coproducción de la primera marcha digital del Orgullo de la Ciudad de México. Tanto la producción de contenido como su difusión es resultado de una práctica comunicativa que evidencia la capacidad innovadora (Innerarity, 2011) y el *social affordance* que ejerce el usuario-operador en Internet (Bucher & Heldmond, 2018). Esta participación implica un nivel de apropiación de las plataformas sociodigitales y el uso estratégico de sus lógicas operativas para crear y difundir contenido LGBT+.

Si bien la coproducción de contenido adquiere un carácter reticular por los movimientos-red que lo producen, esta característica se forta-

lece por la noción de red que da sustento operativo a Internet (Castells, 2010; Rovira, 2012; Trejo, 1996; van Dijck, 2016). Por tanto, situar la digitalización de la marcha del Orgullo de la Ciudad de México como una actividad creadora de contenido y productora de sentido en la vida cotidiana permite reconocer que su ciclo de producción y el significado creado por los usuarios-operadores son procesos que fortalecen la propuesta conceptual de coproducción reticular de contenido.

Pensar en este proceso no solo confirma lo que ya varios autores mencionan sobre la relevancia de la red como característica de la sociedad contemporánea (Castells, 2010, 2015; Deleuze & Guatari, 2010), sino que también refiere a una estructura implícita en Internet y sus plataformas (Trejo, 1996; van Dijck, 2016). Por ende, la coproducción reticular de contenido es un proceso contingente por el cual los individuos participan directa o indirectamente en la producción, edición, difusión y consumo de contenido relativo a un tema, consolidando su ciclo productivo y desarrollando procesos de socialización a través de la comunicación. Esta práctica comunicativa amplía la función del contenido porque al ser difundido se da visibilidad al movimiento social y su agenda, mientras que al ser consumido se materializa la capacidad de articular un sentido colectivo a partir de la acción individual. Finalmente, el análisis de las prácticas colaborativas de los movimientos-red permite identificar los cambios que suponen los flujos de información e interacción entre los usuarios mediante el contenido.

## METODOLOGÍA

Se empleó el Análisis de Redes Sociales (ARS) para recolectar las interacciones en Twitter sobre el hashtag #ElOrgulloPermanece. Bajo esta metodología, los usuarios son nodos y las interacciones son los vínculos con los cuales se conectan, generando una red. El uso del ARS para analizar fenómenos digitales conlleva implicaciones metodológicas, las cuales deben ser consideradas para la obtención, sistematización, depuración, visualización y análisis de estas redes en red (Olmedo, 2020; Ricaurte & Vidal-Ramos, 2015; Torres, 2013). Conjuntamente al hashtag, que permite rastrear la interacción, se debe considerar: a) el tiempo de recolección; b) la delimitación de la red; y c) los indicadores a emplear. Estos factores se atendieron de la siguiente manera:

1. *Tiempo de recolección.* Se recolectaron los datos entre el 1° y 30 de junio de 2020, mes del orgullo en varios puntos de México, incluyendo la capital. Se utilizó el software NodeXL y para la visualización de los datos se empleó el programa Gephi.
2. *Delimitación de la red.* Se realizaron dos procesos: con el primero se omitieron aquellos usuarios fuera de México y con el segundo se retiraron los nodos con vínculos reflexivos, es decir, enlaces cuyo inicio y fin es un mismo nodo. Estos vínculos para los fines de la investigación no representan las dinámicas relacionales generadas en la coproducción reticular de contenido.
3. *Indicadores.* Los indicadores utilizados en el análisis estructural de la red fueron: densidad de red, nivel de grado y grado de intermediación. Su uso permite analizar no solo al carácter general de la red, sino los atributos que adquieren los nodos a partir de su posición en dicha estructura (Aguilar et al., 2017; Paniagua, 2012; Wasserman & Faust, 2013). La Tabla 1 define la utilidad de estos indicadores.

TABLA 1  
UTILIDAD DE INDICADORES

Indicador	Utilidad
Densidad de red	Permite reconocer el grado de cohesión entre los nodos que han tenido contacto con el hashtag y con los demás usuarios involucrados con el contenido.
Nivel de grado	Hace posible identificar la relevancia de un nodo en la red a partir del número de vínculos que posee con los demás; estos enlaces no bastan para tener un papel estratégico en la red si no se conoce su direccionalidad. Esto es relevante para poder conocer su papel en el flujo de información.
Grado de entrada	Son aquellos vínculos que recibe un usuario o su contenido; en Twitter, los retuits y las etiquetas generan estos enlaces.
Grado de salida	Son aquellos vínculos que emanan de un usuario a otro; en Twitter, los tuits y los comentarios a ellos materializan este tipo de enlace.

Indicador	Utilidad
Grado de intermediación	Con este indicador es factible reconocer a los nodos que tienen una capacidad de difusión mayor que los demás. Este atributo está vinculado no solo a la cantidad de enlaces que posee, sino a la direccionalidad de los mismos. Su papel en el flujo de información es relevante porque puede ampliar o reducir el alcance de un contenido y reorientar la fijación de sentido/significado original.

Fuente: Elaboración propia.

A partir de las delimitaciones metodológicas sobre los datos obtenidos, la red analizada estuvo compuesta por 7 558 nodos y 13 527 vínculos. Estos datos generados alrededor de #ElOrgulloPermanece permitieron identificar las comunidades virtuales y la preponderancia de algunos nodos en el flujo de información dentro de la red.

## RESULTADOS

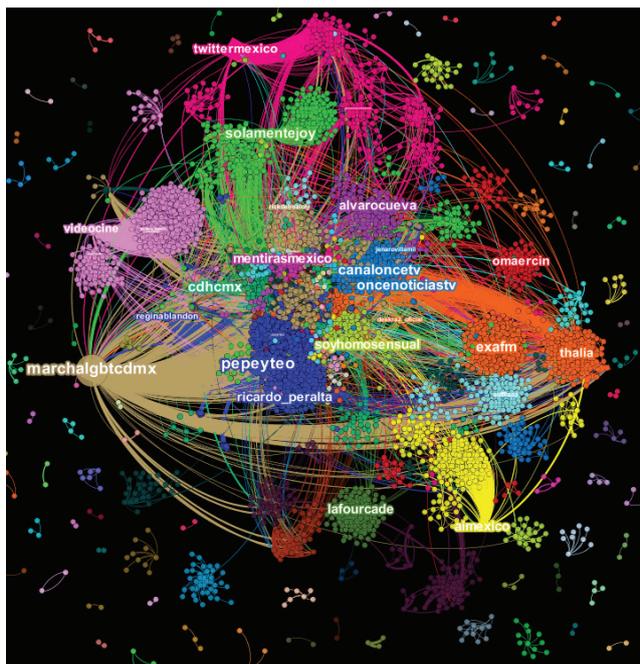
La marcha digital del Orgullo en la Ciudad de México fue una estrategia desarrollada en el contexto pandémico para continuar y reivindicar esta histórica movilización de las poblaciones LGBT+ (Franco, 2019). El potencial contagio no impidió que un contingente integrado por personas LGBT+ y aliadas realizaran el recorrido sobre la histórica ruta (Gómez, 2020).

La red generada a través del hashtag es útil para representar parte de la interacción con el contenido (co)producido. Esta red es de tipo dirigida, lo que significa que se conoce la direccionalidad de los vínculos dentro de la estructura reticular. La densidad de la red es muy baja, lo que indica que la cohesión de sus nodos es mínima. Esto no significa que la vinculación y el fortalecimiento de dicha comunidad sea irrelevante para los usuarios-operadores: lo que busca el hashtag es viralizarse e inundar las redes para llegar, junto al contenido coproducido, a la mayor cantidad de personas.

Mediante las interacciones es posible reconocer las comunidades virtuales alrededor de #ElOrgulloPermanece; todos estos subgrafos están vinculados entre sí a través del flujo de contenido desarrollado

colaborativamente a la par del hashtag. En la Figura 1 es posible ver las comunidades virtuales que conforman esta red.

FIGURA 1  
RED #ELORGULLOPERMANECE, JUNIO 2020



Fuente: Elaboración propia con datos de NodeXL.

La presentación de esta red tiene sustento en el algoritmo de modularidad, con el cual es posible identificar los subgrafos (comunidades) que se interrelacionan. Cada color representa un conjunto de nodos que: a) presentan una mayor vinculación entre sí en comparación con los demás; o b) están vinculados con un solo nodo que les permite conectarse con toda la red. Los nombres que aparecen en el grafo representan los nodos que tienen una posición estratégica en aquellas comunidades relevantes dentro de la estructura reticular.

En cada comunidad se posicionan diferentes usuarios que ejercen funciones específicas en el contexto híbrido: generadores de contenido digital LGBT+ (marchalgbtcdmx, pepeyteo, soyhomosensual), medios de comunicación (oncenoticiastv, exafm), industrias culturales (videocine), activistas/miembros (rickdelrealoly, omaercin, solamentejoy), aliadas (thalia, lafourcade), instituciones y organizaciones no gubernamentales (cdhcmx, iamexico), entre otros, fueron interpelados por el hashtag. Aunque las funciones que desempeñan en el espacio híbrido son relevantes para entender su posición, su diferenciación con los nodos periféricos también es resultado de la dinámica relacional: el prestigio y la legitimidad que le otorgan los demás nodos contribuye a que estos perfiles adquieran una centralidad en la red.

Con la visualización de la red es posible identificar aquellos nodos que cumplen una relevancia estructural no solo por su existencia, sino por los vínculos que poseen y su papel en los flujos de información. De allí que los indicadores seleccionados sirven para reconocer quiénes se posicionan en la red y cuál es su función. Por tanto, la Tabla 2 muestra los cinco nodos con mayor nivel de grado e intermediación dentro de la red, así como el desglose de grados de entrada y salida.

Todo el contenido e interacción está ligado entre sí mediante la etiqueta #ElOrgulloPermanece. Además del contenido que se articula con el hashtag, se evidencia el carácter público de los usuarios-operadores y de la plataforma donde interactúan antes, durante y después del evento. Esto incrementa paralelamente la visibilidad de discursos emanados y coproducidos por las poblaciones LGBT+, cuestionando el estigma y reafirmando su legitimidad en el espacio público (digital).

Por otro lado, el grado de intermediación permite observar que algunos nodos se vuelven hubs (Barabási, 2011). Estos cumplen una función amplificadora tanto por los vínculos que poseen como por su capacidad de interpelación hacia sus seguidores y/o personas que sigue. De esta manera, la cuenta @marchalgbtcdmx se consolida como un nodo que posee la mayor cantidad de vínculos y una gran centralidad en la difusión de la información dentro de la red formada en torno al hashtag #ElOrgulloPermanece. La Figura 2 muestra la publicación de @marchalgbtcdmx con mayor interacción.

TABLA 2  
NODOS CON MAYOR NIVEL DE GRADO E INTERMEDIACIÓN

Usuario	Rol*	Grado de entrada	Grado de salida	Nivel de grado	Grado de intermediación
Nodos con mayor nivel de grado					
marchalgbtcdmx		2 516	74	2 590	1 432 024
pepeyteo	Generador de contenido LGBT+	1 531	9	1 540	335 207
videocine	Productora de cine mexicano	628	2	630	1 057
exafm	Cuenta digital de cadena de radio	412	14	426	106 383
reginablandon	Actriz mexicana	374	5	379	69 233
Nodos con mayor grado de intermediación					
marchalgbtcdmx		2 516	74	2 590	1 432 024
pepeyteo		1 531	9	1 540	335 207
ososmusculosom	Generador de contenido LGBT+	35	44	79	179 796
rickdelrealoly		74	35	109	121 620
johnnycarmona		36	35	71	113 695

\* El rol se ha obtenido de la propia información pública y de presentación que cada perfil posee dentro de Twitter.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Gephi.

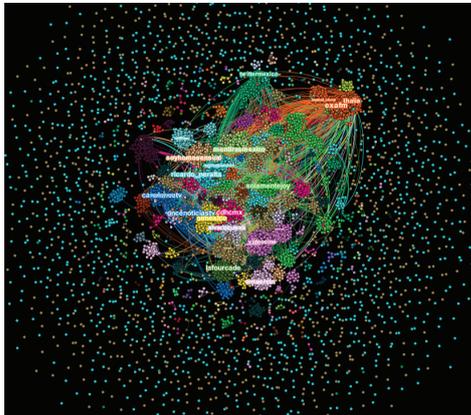
FIGURA 2  
TUIT DE @MARCHALGBTCDMX



Fuente: Marcha LGBT CDMX (2020b).

La relevancia de los hubs es estructural e informativa: sin ellos muchos nodos no accederían rápidamente al contenido, ya que tendrían que esperar a que el flujo de información llegara por otro camino, o en el peor de los casos quedarían aislados por la dependencia informativa derivada de su reducida interconexión. La Figura 3 muestra la reconfiguración de la red sin los cinco nodos con mayor grado de intermediación.

FIGURA 3  
RED #ELORGULLOPERMANECE SIN HUBS MÁS IMPORTANTES

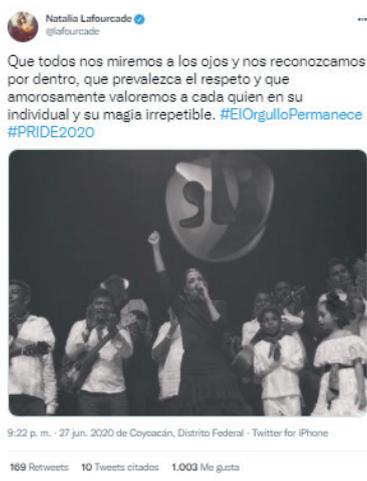


Fuente: Elaboración propia con Gephi.

Al omitir estos hubs la red reduce sus vínculos un 32.7%, lo cual demuestra la capacidad de conexión e intervención de este tipo de nodos en una red de esta naturaleza. De los nodos con un alto grado de intermediación destaca el rol que desempeñan en el espacio digital: todos ellos son generadores de contenido para las poblaciones LGBT+ mexicanas, lo cual también influye en que su posición sea más de creación-difusión y que la cantidad de sus vínculos de entrada y salida tiendan al equilibrio. Finalmente resulta importante mostrar aquella publicación con más interacción que no pertenece a los nodos estratégicos, misma que se presenta en la Figura 4.

FIGURA 4

TUIT DE @LAFOURCADE, JUNIO DE 2020



Fuente: Lafourcade (2020).

Su relevancia no solo radica en su alcance, sino en el contenido propio y original que se adiciona al hashtag. Así, la coproducción reticular de contenido permite construir un significado colectivo que interpela a otros usuarios, motivando su participación en el ciclo productivo y haciéndolos parte de una acción colaborativa en Internet.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La marcha digital del Orgullo y el recorrido de su histórica ruta muestra que no hay una contradicción entre estas formas contemporáneas de activismo. Por el contrario, los repertorios de acción conectiva se complementan con acciones en el espacio público; ambas estrategias derivan de los objetivos de los movimientos-red y su contexto. Actualmente es difícil pensar en un repertorio de acción que no esté mediatizado por la tecnología o mediado por el paradigma de la red (Pleyers, 2018; Reguillo, 2017; Rovira, 2012). De hecho, esta forma de comunicación y acción en red no solo descentraliza el abastecimiento de la esfera y la opinión pública por los medios tradicionales, sino que convierte al usuario-operador en un productor y receptor del contenido (Morley, 2008).

Contrario a la idea forzada de mantener una frontera entre las estrategias offline y online, es necesario pensar el activismo contemporáneo con un carácter híbrido y como producto de la convergencia de habilidades, intereses y apropiaciones tecnológicas del sujeto (Sierra Caballero, 2020; Treré, 2020). Esto se manifiesta mediante la participación contingente en la coproducción reticular de contenido LGBT+, en la capital de México, durante la pandemia.

Existen investigaciones que aportan conceptos para entender el activismo en línea como una forma convergente y ampliada de participar en la esfera y espacio público (Hernández, 2011; Olmedo, 2021; Sierra, 2020). La coproducción reticular de contenido y de manera general lo que aquí se plantea definir como *activismo soft* son propuestas que pretenden dar cuenta de una forma contemporánea de participación. Estas propuestas trascienden el carácter político y de estructura arbórea porque se centra en el campo cultural y comunicativo a través del contenido producido y el significado articulado de manera individual-colectiva.

Ante la perspectiva que cuestiona la utilidad de esta forma de participación (Fuchs, 2015; Han, 2016), en realidad existe una mirada que restringe el cambio empírico, y por tanto conceptual, que el activismo está sufriendo con los movimientos-red. De allí que sea importante reforzar las dos propuestas conceptuales que aquí se proponen.

Por un lado, es importante destacar que el usuario que interactúa con el contenido no se convierte en un activista per se, pero su participación

en el ciclo de producción de contenido (creación, edición, difusión o consumo) sí es una forma de activismo, específicamente es una muestra de activismo soft. Esta es una diferencia sustancial con otras propuestas conceptuales, como por ejemplo el *clic activismo* (Hernández, 2011), y al mismo tiempo representa una superación de la mirada pasiva que caracteriza la crítica pesimista a estas formas de acción (Han, 2016).

La coproducción reticular de contenido no se limita a la interacción de los usuarios mediada por la interfaz de las plataformas, ni reduce el carácter empírico a la pasividad que supone la interactividad con el contenido. Esta propuesta conceptual implica reconocer el trabajo colaborativo para producir el contenido, el conocimiento operativo para usar Internet, la potencial participación de los usuarios para difundir el contenido con el cual interactúan en las plataformas sociodigitales, así como la articulación simbólica que pueden desarrollar los usuarios al crear contenido que refuerce o no los significados que acompañan un texto, imagen, gif, meme o hashtag. De esta manera, la coproducción reticular de contenido en Internet integra de manera contingente a los demás usuarios para así incrementar la visibilidad de los productos comunicativos mediante el aprovechamiento de la estructura descentralizada de las plataformas.

Paralelo a la coproducción reticular de contenido, resulta necesario plantear que este modo de participación también es la expresión de una forma ampliada del activismo contemporáneo. El hecho de compartir el contenido LGBT+ muestra también un potencial posicionamiento del usuario-operador ante este movimiento-red y su agenda. La creación de hubs y la participación de los usuarios-operadores en la construcción textual/(audio)visual o simbólica de un sentido colectivo en el plano digital es resultado de una forma de activismo diferente: no es que la difusión de contenido se equipare a las acciones de cabildeo para modificar leyes o crear otras con mayor inclusión, por el contrario, tiene una finalidad distinta al centrarse en el ámbito comunicativo, cultural y simbólico.

Así, además del activismo enfocado al ámbito político y la incidencia social, es necesario identificar las otras maneras de transformar la vida cotidiana: desde el ámbito cultural y comunicativo dicho cambio se materializa a través de la coproducción reticular de contenidos y sig-

nificados que cuestionan el estigma y las metanarrativas de la heteronorma. Ambos tipos de activismo no están en contradicción, más bien se complementan porque inciden en diferentes espacios, haciendo que las acciones de los movimientos-red adquieran un carácter ubicuo dentro y fuera de Internet.

Por ello, cuando el usuario participa en la difusión o consumo del contenido no solo muestra un uso y apropiación de la tecnología, sino que expresa una forma de activismo *soft*. Esto quiere decir que el contenido creado por un movimiento social y difundido por un usuario mediante sus perfiles es una muestra implícita del posicionamiento, por lo general positivo, del individuo hacia los símbolos, los significados y en general el discurso que el movimiento social articula mediante el contenido.

A partir de lo observado en este trabajo, el activismo *soft* se manifiesta a través de la coproducción reticular del contenido generado por activistas, organizaciones, medios de comunicación, aliados y en general por las poblaciones LGBT+. De hecho, se puede decir que la difusión del contenido evidencia cómo el individuo se despoja del estigma y se posiciona, sin quererlo, en un activismo que socava el discurso de discriminación mediante la visibilidad del contenido alternativo.

Por ello, el activismo *soft* se sitúa en el campo de la comunicación y la cultura, ya que también es una práctica comunicativa que tiene un impacto en el imaginario y las representaciones sociales construidas histórica y culturalmente por las personas. La coproducción reticular de contenido es una forma concreta de activismo *soft*. Al contribuir en la creación y distribución de contenido que reivindica a las poblaciones LGBT+, el usuario-operador muestra un posicionamiento alrededor de un conjunto de preferencias sexuales e identidades de género que han sido invalidadas desde el heterosexismo y cuyas consecuencias han crecido durante la pandemia (Fuentes, 2021).

Así, bajo la mirada del activismo *soft*, cada perfil, muro e historia adquieren un nuevo sentido individual y colectivo: individual porque es la ventana bidireccional del sujeto que se presenta y representa mediante ese perfil en el espacio público híbrido, y colectivo porque dicha cuenta no está aislada, por el contrario, está situada en la construcción permanente de una gran malla de interacción basada en la comunicación.

El análisis aquí presentado se suma a otras investigaciones que identifican cómo el *social affordance* se materializa en prácticas sociales, culturales y comunicativas derivadas de la apropiación tecnológica, del reconocimiento estratégico de Internet los movimientos-red y del trabajo colaborativo, descentralizado y ubicuo que puede ser desarrollado por los integrantes de un movimiento social (Bucher & Heldmont, 2018).

De esta manera, Internet y las plataformas sociodigitales se vuelven espacios articuladores de nuevas prácticas comunicativas con un sentido de visibilidad de y para las comunidades LGBT+. La coproducción reticular de contenido es una práctica comunicativa que cobra mayor relevancia a partir de la disrupción en la vida cotidiana (Lefebvre, 1972), por lo que su estudio debe ampliarse a las formas en que su repetición permite situarla como una actividad cotidiana para los movimientos sociales actuales.

De allí que lo expuesto en este trabajo muestra una arista más del proceso de incorporación, a veces imperceptible, de la tecnología en la vida cotidiana (Pisani & Piotet, 2009). En efecto, el uso cotidiano de Internet y la tecnología deriva en prácticas comunicativas con las cuales el sujeto satisface ciertas necesidades; sin embargo, independientemente de su finalidad, una práctica comunicativa es la máxima expresión de creatividad e innovación del individuo para producir y reproducir su cotidianidad, esté atravesada o no por una pandemia. Así, la primera marcha digital del Orgullo es una práctica comunicativa que se desarrolló tanto para reducir la incertidumbre de la contingencia sanitaria como para afrontarla de manera novedosa y creativa.

La participación de los usuarios-operadores en la coproducción de la marcha digital del Orgullo de la Ciudad de México abre la puerta a repensar el papel colaborativo del sujeto en la acción-red. En términos estructurales, por ejemplo, las comunidades virtuales identificadas no expresan la fragmentación de la red: todos los usuarios comparten un núcleo experiencial, el cual se manifiesta mediante la creación colaborativa de significados y discursos que reivindican el contenido que comparten junto al hashtag.

Por otro lado, el compartir el streaming de la marcha y en su caso generar contenido que lo acompañe tiene efectos importantes en el

usuario y en sus distintas redes sociales (Olmedo, 2021). Futuras investigaciones podrían profundizar en estos efectos, sobre todo la modificación de los vínculos sociales; algunos usuarios-operadores pueden cuestionar el contenido mediante el estigma o la discriminación hacia quien lo comparte. Sin importar la forma en que se muestra el contenido en las plataformas sociodigitales existe un efecto potencial sobre el usuario-operador y sus redes sociales dentro y fuera de Internet.

Finalmente, la mayoría de quienes se posicionan estratégicamente en esta red son generadores de contenido LGBT+, por lo que su relevancia tiene relación a su función comunicativa, particularmente por la producción de contenido de interés para estos sectores de la población. Por tanto, futuras investigaciones podrían retomar estas nociones conceptuales para abordar los repertorios de acción conectiva de los movimientos-red, con la finalidad de profundizar el estudio de sus prácticas comunicativas y de cómo este contenido coproducido expresa una forma ampliada de activismo presente en el siglo XXI.

### **Referencias bibliográficas**

- Aguilar, N., Martínez, E. G. & Aguilar, J. (2017). *Análisis de Redes Sociales: Conceptos clave y cálculo de indicadores*. UACH-CIES-TAAM.
- Barabási, A.-L. (2011). Introduction and Keynote to A Networked Self. En Z. Papacharissi (Ed.), *A Networked Self* (pp. 1-14). Routledge.
- Bucher, T. & Heldmond, A. (2018). The affordances of social media platforms. En J. Burgess, A. Marwick & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 233-253). SAGE Publications.
- Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2010). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Pre-Textos.
- Franco, C. A. (2019). El movimiento LGBT en México. *Revista Direitos Culturais*, 14(34), 275-305.
- Fuchs, C. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. Routledge.

- Fuentes, M. (2021). *Informe: Impacto Diferenciado ante la COVID-19 en la comunidad LGBTI+ en México*. COPRED-Yaaj México.
- Gómez, C. (2020, 28 de junio). Marcha virtual del orgullo LGBT en tiempo del covid. *La Jornada*. <https://www.jornada.com.mx/ultimas/sociedad/2020/06/28/marcha-virtual-del-orgullo-lgbt-en-tiempos-del-covid-6759.html>
- Han, B. (2016). *En el enjambre*. Herder.
- Heller, A. (1985). *Historia y vida cotidiana. Aportación a la sociología socialista*. Grijalbo.
- Hernández, M. (2011). Clic Activismo: redes virtuales, movimientos sociales y participación política. *Revista Faro*, (11), 29-41.
- Ibáñez, J. (2014). *Por una sociología de la vida cotidiana*. Siglo XXI Editores.
- Innerarity, D. (2011). *La democracia del conocimiento. Por una sociedad inteligente*. Paidós.
- Lafourcade, N. (@lafourcade). (2020, 27 de junio). Que todos miremos a los ojos... [Tuit]. <https://twitter.com/lafourcade/status/1277064924515139588>
- Lefebvre, H. (1972). *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Alianza Editorial.
- Marcha LGBTI CDMX. (2020a, 27 de junio). 42 Marcha del Orgullo LGBTTTTI+ CDMX. *Marcha LGBTI CDMX*. <https://www.youtube.com/watch?v=HhYgVNcecLY>
- Marcha LGBTI CDMX. (@marchalgbtcdmx). (2020b , 27 de junio). Hoy hicimos HISTORIA [Tuit]. <https://twitter.com/marchalgbtcdmx/status/1277082107593003009>
- Marx, K. (2008). *El Capital. Libro I. El proceso de producción del capital*. Siglo XXI Editores.
- Melucci, A. (2010). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. Colegio de México.
- Morley, D. (2008). *Medios, modernidad y tecnología*. Gedisa.
- Olmedo, R. A. (2019). #AmorEsAmor como constructor de redes digitales en el movimiento LGBT en México. *Virtualis*, 10(10), 109-133. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/301>

- Olmedo, R. A. (2020). Implicaciones metodológicas en el Análisis de Redes Sociales en las redes sociodigitales. *Quórum Académico*, 17(2), 73-94. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/view/32758>
- Olmedo, R. A. (2021). Cartografías conectivas: un acercamiento a la construcción de redes sociodigitales del movimiento LGBTQ+. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (147), 123-142. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i147.4456>
- Paniagua, J. A. (2012). *Curso de análisis de redes sociales. Metodología y estudios de caso*. Universidad de Granada.
- Peña, G. (2017). La caracterización tecnopolítica de los movimientos sociales en red. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 12, 51-75. <https://doi.org/10.46661/revintpensampolit.3224>
- Pisani, F. & Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes*. Paidós.
- Pleyers, G. (2018). *Movimientos sociales en el siglo XXI*. CLACSO.
- Poell, T. & Van Dijck, J. (2018). Social media and new protest movements. En J. Burgess, A. Marwick & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 546-561). SAGE Publications.
- Portillo, M. & Beltrán, D. E. (2021). Efectos de la pandemia por la Covid-19 en las movilizaciones feministas de la Ciudad de México. *Revista Mexicana de Estudios de los Movimientos Sociales*, 5(1), 6-36. <http://www.revistamovimientos.mx/ojs/index.php/movimientos/article/view/250>
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes Insurrectos*. ITESO.
- Ricaurte, P. & Ramos-Vidal, I. (2015). Investigación en redes sociales digitales: consideraciones metodológicas desde el paradigma estructural. *Revista Virtualis*, 6(11), 165-194. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/119>
- Rovira, G. (2012). Movimientos sociales y comunicación: la red como paradigma. *Análisis*, 91-104. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/258164>
- Sierra, F. (2020). Ciberactivismo y nuevos movimientos urbanos: la producción del nuevo espacio público en la política contemporánea. *Perspectivas de la Comunicación*, 13(1), 177-202. <https://www.scielo.cl/pdf/perspectcomun/v13n1/0718-4867-perspectcomun-13-01-177.pdf>

- Sola-Morales, S. & Sabariego, J. (2020). Tecnopolítica, recientes movimientos sociales globales e Internet. Una década de protestas ciudadanas. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 17(2), 195-208. <https://doi.org/10.5209/tekn.66241>
- Torres, L. C. (2013). Cómo analizar redes sociales en internet. El caso twitter en México. En O. Islas & P. Ricaurte (Coords.), *Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad* (pp. 158-169). Razón y Palabra.
- Trejo, R. (1996). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Editorial Diana.
- Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido*. Friedrich Ebert Stiftung
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Wasserman, S. & Faust, K. (2013). *Análisis de redes sociales. Métodos y aplicaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas.