




El *hashtag* contestatario: cuando los *hashtags* tienen efectos políticos

Contentious hashtags: when hashtags carry political effects

 **Bárbara Zeifer**
zeiferbarbara@gmail.com
Universidad de Buenos Aires

Resumen

El *hashtag* es definido frecuentemente como una etiqueta clickeable que identifica el tema de un tuit o posteo y propicia la generación de conversaciones en torno al mismo. En la última década, no obstante, lo hemos visto convertirse en símbolo de diferentes causas sociales y nombre de nuevos movimientos colectivos. #BlackLivesMatter, #JeSuisCharlie y #NiUnaMenos son tres ejemplos de ello, que tuvieron lugar en los últimos años en diferentes ciudades del mundo occidental y adquirieron gran masividad, visibilidad y relevancia. Este artículo se propone estudiar en estos tres casos el vínculo entre el *hashtag* como elemento discursivo y el fenómeno social que con él se identifica. El objetivo será determinar si existen características en común que nos permitan sostener que nos encontramos frente a un subtipo particular de *hashtag*, que denominaremos *hashtag contestatario*. El abordaje se realizará desde un marco teórico interdisciplinario que complementará desarrollos de la teoría política y la literatura sobre movimientos sociales con conceptos provenientes del campo del análisis del discurso, en particular las teorías de la polifonía enunciativa y los actos de habla. La metodología consistirá en un análisis polifónico de la materialidad discursiva de los *hashtags* complementado con estudios cualitativos previos sobre cada caso y seguido de un estudio comparado de los tres ejemplos seleccionados. La conclusión brindará una aproximación a las características principales que comparten los “*hashtags* contestatarios”.

Palabras clave

hashtag, movimientos sociales, #BlackLivesMatter, #JeSuisCharlie, #NiUnaMenos

Recibido: 16/12/2019

Aceptado: 10/03/2020

Cómo citar este artículo:

Zeifer, B. (2020). El *hashtag* contestatario: cuando los *hashtags* tienen efectos políticos. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6: 101-118. DOI: 10.7203/rd.v1i6.178

Abstract

The hashtag is often defined as a clickable tag which identifies the theme of a tweet and promotes the generation of conversations around it. During the last decade, however, we have witnessed how it become a symbol of diverse social causes and a name for new collective movements. #BlackLivesMatter, #JeSuisCharlie and #NiUnaMenos are three examples that took place in different cities of the western hemisphere and acquired great visibility and relevance. This article aims to study in these three cases the connection between the hashtag as a discursive element and the social phenomenon identified by its name. The goal will be to determine whether there are characteristics in common amongst them which allow us to affirm we are facing a particular subtype of hashtag. The theoretical approach consists on an interdisciplinary framework which complements political theory, literature on social movements and concepts from the field of discourse analysis, in particular the theories of enunciative polyphony and speech acts. The methodology will consist in a polyphonic analysis of each hashtag complemented with previous qualitative studies on each case and followed by a comparative study of the three selected examples. The conclusion will provide an approach to the main characteristics of “contentious hashtags”.

Keywords

Hashtag, social movements, #BlackLivesMatter, #JeSuisCharlie, #NiUnaMenos



El *hashtag* contestatario: cuando los *hashtags* tienen efectos políticos

1. Introducción

En el año 2007 el usuario de Twitter Chris Messina propuso comenzar a utilizar el símbolo # para identificar los mensajes relativos a una conversación grupal. Su iniciativa tuvo tan buena respuesta entre los usuarios que dos años después la plataforma misma decidió incorporarlo al código, haciendo de las frases adjuntas al símbolo # “tecnopalabras cliqueables” (Paveau, 2012:13), y así fue como nació el *hashtag* tal como lo conocemos hoy.

A partir de esta anécdota, la literatura en gran medida ha insistido en describir al *hashtag* y sus funciones discursivas atadas a la intención original de Messina. Un *hashtag* sería una etiqueta (*tag*) que categoriza el tema del tuit (Huang, Thornton, Efthimiadis, 2010; Davis, 2013, Zappavigna, 2012, Squires, 2016, Page, 2012, O’Reilly & Milstein, 2009) y lo vincula con una conversación más amplia habilitando intercambios interpersonales (Paveau, 2013) y creando una sensación de comunidad a través de valores e intereses compartidos (Zappavigna, 2012).

Sin embargo, en este artículo nos detendremos a analizar otro efecto discursivo del *hashtag*, uno eminentemente político. En los últimos años hemos observado alrededor del mundo la aparición de nuevas formas de política contenciosa que cobran vida en torno a las redes sociales, y luego se consagran en manifestaciones callejeras masivas en las principales ciudades del mundo occidental.

#BlackLivesMatter en Estados Unidos, #JeSuisCharlie en Francia y #NiUnaMenos en Argentina son algunos de sus ejemplos más sobresalientes, y aunque expresan el descontento ciudadano respecto a problemáticas diferentes, salta a la vista que poseen al menos un elemento en común: su identificación con un *hashtag*.

Estos tres *hashtags* claramente poseen efectos que van más allá de etiquetar el tema de un tuit, en tanto que se convierten en el símbolo y nombre propio de un fenómeno social. Escapan incluso a la categoría de “tecnopalabra cliqueable” (Paveau, 2012:13) tan pronto como traspasan las redes sociales para circular en otros medios de comunicación y aparecer impresos en pancartas, en banderas, pins, y otros tantos formatos no digitales.

Ante esta evidencia cabe preguntarnos si es posible identificar aquí un subtipo específico de *hashtag*, que además de las funciones sociales, culturales, conversacionales y metadiscursivas descritas hasta el momento por la literatura, posea efectos propiamente políticos.

La hipótesis que intentará probar este artículo es que los ejemplos mencionados pertenecen a una clase diferenciada que denominaremos “*hashtags* contestatarios”, definida como aquellos *hashtags* que exceden la función de etiqueta para representar de un modo novedoso demandas sociales insatisfechas.

Para tal fin realizaremos un análisis comparativo de los *hashtags* #BlackLivesMatter, #JeSuisCharlie y #NiUnaMenos, seleccionados por la gran visibilidad y relevancia que adquirieron en tres diferentes latitudes del mundo.¹ Nos serviremos para el análisis de un marco teórico interdisciplinario que complementa desarrollos de la teoría política y la literatura sobre movimientos sociales con conceptos provenientes del campo del análisis del discurso, en particular las teorías de la polifonía enunciativa y los actos de habla.

A continuación presentaremos las claves conceptuales a partir de las que identificaremos los procedimientos discursivos específicos por los que los *hashtags* analizados lograron expresar el descontento ciudadano de una manera innovadora y efectiva. Luego, analizaremos en detalle cada uno de los casos de estudio para finalmente destacar en términos comparativos qué características tienen en común y así contribuir a sistematizar una definición del “*hashtag* contestatario” y sus efectos políticos.

2. Marco teórico

Desde hace ya más de una década la bibliografía señala la proliferación en las democracias occidentales de nuevas formas de expresión ciudadana más allá del momento electoral, principalmente basadas en la desconfianza hacia el poder, el control activo de los gobernantes y la demostración callejera de rechazo ante sus decisiones (Rosanvallon, 2007, 2009; Meyer & Tarrow, 2000).

En este contexto, a los actores tradicionales de la sociedad civil se sumaron nuevos movimientos sociales, que irrumpieron en la escena política con demandas de ampliación

1. #JeSuisCharlie fue el más utilizado de los tres, alcanzando un pico de 6.500 menciones por minuto la noche del 7 de enero de 2015 (Whitehead, 2015). #NiUnaMenos le sigue, alcanzando las 1700 menciones por minuto el 3 de junio de 2015 (Tomoyose, 2015). Finalmente, #BlackLivesMatter consiguió un máximo de 386 menciones por minuto (Pew Research Center, 2018).

de la ciudadanía (Melucci, 1994), objetivos concretos (Raschke, 1994), liderazgos difusos y unidades autónomas organizadas en red (Melucci en Pérez y Natalucci, 2008). A su vez, formas más espontáneas de protesta contenciosa inundaron las calles bajo la forma de “multitudes” autoconvocadas (Hardt y Negri, 2005).

La ampliación de la esfera pública producto del auge de la web 2.0 primero y luego las redes sociales sentó las bases para la emergencia también allí de nuevas formas de asociación y expresión ciudadana, que han recibido las denominaciones de “ciberactivismo” (Sorj, 2015) y “cibermultitudes”(Sampedro, 2005), entre otras.

Los autores más optimistas adjudican estos fenómenos a las oportunidades de autonomía, horizontalidad, intercambio y cooperación que ofrece la red (Graham y Witschge, 2003; Coleman y Blumler, 2009; Cardon, 2010; Monnoyer-Smith, 2011; Castells, 2012; Welp y Wheatley, 2012). Los más escépticos, por el contrario, consideran que las redes son una mera reproducción de las relaciones de poder social offline (Calvo, 2015), un medio para el control estatal de los ciudadanos (Morozov, 2011) o un espacio de radicalización (Sunstein, 2001) y “balcanización” (Flichy 2008) de los discursos políticos. En cualquier caso, es innegable que el entorno digital ha sido sede de la aparición de nuevas formas de asociatividad de la sociedad civil (Castells, 2012).

La “acción conectiva” (Bennett y Segerberg, 2011), de este modo, se incorporó a los repertorios de acción de los actores colectivos. En algunos casos las redes sociales fueron el espacio en el que sucedieron las conversaciones fundacionales del colectivo, como ocurrió con #NiUnaMenos en Argentina (Autor, 2017) y con #JeSuisCharlie en Francia (Salovaara, 2015). En otros, grupos o asociaciones con cierta organización previa utilizaron el ciberespacio para difundir sus posiciones, divulgar información y buscar apoyo (Sorj, 2015; Gold, 2017), como fue con #BlackLivesMatter en Estados Unidos (Rickford, 2105). De cualquier modo, la gran modificación que introdujeron las redes sociales fue la posibilidad de coordinar una acción colectiva masiva entre individuos no necesariamente vinculados previamente entre sí (Bennett y Segerberg, 2013; Margetts, John, Hale & Yasserli, 2016; Gold, 2017).

Es en este punto que el *hashtag* adquiere gran protagonismo, en tanto que, como señalamos, es el elemento discursivo nativo de las redes sociales (Paveau, 2013) que por excelencia permite generar, rastrear y participar de conversaciones difusas entre diferentes usuarios en torno a un tema determinado (Zappavigna, 2012).

Los medios anglosajones han comenzado a utilizar el concepto de *hashtag activism* para caracterizar este fenómeno (Van Dijck, 2016:87) aunque aún ha sido poco estudiado por la academia. Como ya se introdujo, es objetivo de este artículo profundizar sobre el vínculo entre el *hashtag* como elemento discursivo y sus efectos políticos en la conformación de fenómenos colectivos “*hashtagtivist*as” (Autor, en prensa).

Entenderemos para ello a los movimientos sociales no como portadores de creencias y significaciones preexistentes sino como “agentes significantes” (Snow, 2001), con capacidad de producción y renovación de sentido. Así la palabra contestataria, es decir la puesta en discurso de una acción colectiva, será considerada como un hecho simbólico que tiene como efecto producir significaciones que llevan a rever los órdenes de prioridad, los valores y las ideas de una sociedad en un momento dado (Orkibi, 2015).

Definir nuestro objeto de estudio como “*hashtag* contestatario”, por lo tanto, es postular que un *hashtag* puede contestar y modificar ciertos aspectos de la realidad social. Esto implica entender al *hashtag* como un acto de habla (Autor, en prensa), es decir como una enunciación que en su mismo decir realiza una acción, y aspira a producir “ciertas consecuencias o efectos sobre los sentimientos, pensamientos o acciones del auditorio, o de quien emite la expresión, o de otras personas” (Austin, 1955:66).

Sostendremos entonces que un *hashtag* es contestatario en la medida en que participa de la reformulación del discurso social de una época poniendo en palabras de un modo original las disputas de sentido latentes en torno a cierta cuestión y convoca a revisar lo “decible” y lo “pensable” en un momento dado.

Para explicar de qué manera lo consigue en este artículo nos enfocaremos en identificar, para nuestros casos de estudio, con qué otros discursos discute cada *hashtag*, qué nuevos puntos de vista insta, de qué maneras redefine las categorías sociales dadas, y qué relaciones de poder y opresión revela en su mismo acto de enunciación.

El análisis del discurso ofrece diversas herramientas analíticas que permiten dar respuesta a todas estas preguntas. Para este estudio nos serviremos principalmente de la teoría de la polifonía enunciativa, que nos permitirá dar cuenta de los diversos puntos de vista en conflicto encerrados en un mismo enunciado.

Desde la pragmática lingüística, Oswald Ducrot (1986) postula que todo enunciado es polifónico. Esto es decir que en cada enunciado pueden identificarse una multiplicidad de voces y discursos que entran en conflicto entre sí, y para explicarlo utiliza una analogía teatral.

Cada orador, sostiene Ducrot, al igual que el autor de una obra, nunca expresa su punto de vista de manera directa, sino que para hacer llegar su mensaje pone en escena diferentes figuras discursivas/teatrales. Construye por un lado un locutor, figura puramente discursiva que ocupa el lugar del “yo” y se asemeja al narrador de una obra, y por el otro un conjunto de enunciadores, que —al igual que los personajes en un guión— son la voz de diferentes puntos de vista, y pueden aparecer de manera explícita o darse por supuestos.

Estos enunciadores pueden ser ecos o memorias de discursos efectivamente ya pronunciados, la anticipación de discursos aún por pronunciarse, o incluso cobrar la forma de ideas laxas o postulados ideológicos que, si bien pueden permanecer callados, se encuentran arraigados en sentido común de una época.

Conocer el significado de un enunciado, por lo tanto, para la polifonía implica identificar los diferentes puntos de vista presentes y reconstruir el juego de voces entre el locutor y los enunciadores que pone en escena. Esto es reconocer los diferentes discursos en conflicto al interior del enunciado, y analizar las disputas de poder en su interior.

La polifonía puede aparecer en diferentes grados según el enunciado (García Negroni, 2009). Las negaciones, por ejemplo, han sido ampliamente estudiadas como casos eminentemente polifónicos en tanto que, para Ducrot, hacen aparecer su enunciación como “el choque de dos actitudes antagónicas, una positiva, imputada a un enunciador E1, y la otra, que es una negativa de la primera, imputada a E2” (Ducrot, 1984: 219, 220). Podemos encontrar en efecto diferentes tipos de negación de acuerdo a la relación

que entabla el locutor con los dos enunciadores que propone.

Por un lado, la negación descriptiva, que “representa un estado de cosas, sin que su autor presente su palabra como opuesta a un discurso adverso” (Ducrot 1984: 216-217). Tal sería por ejemplo el caso del enunciado “no hay nubes en el cielo”, en el que el punto de vista positivo parece ya no estar presente (García Negroni, 2009).

En el segundo tipo, la negación polémica, el locutor presenta su palabra como opuesta a la de otro enunciador, que representa el punto de vista positivo. Así, supone siempre la presencia de dos puntos de vista antagónicos que corresponden a dos enunciadores internos al propio discurso, E1 y E2. El locutor se opone a uno de ellos y se homologa con el otro sin rechazar los presupuestos que les subyacen (García Negroni, 2016: 13). Por ejemplo, en la afirmación “Yo no puedo hacerlo todo”, el locutor pone en escena tanto a E1 que sostiene “tú puedes hacerlo todo” como a E2 que lo refuta y con el que se identifica.

En tercer lugar, Ducrot presenta la negación metalingüística, en la que el locutor contradice los términos mismos de un habla efectiva previa a la cual se opone y, en este sentido, no opone dos enunciadores, sino dos locutores distintos. Un ejemplo sería la oración “Pedro no es inteligente, es genial”, la cual sólo tendría sentido ante otro locutor que sostiene el punto de vista de que “Pedro es inteligente”.

María Marta García Negroni incorpora un cuarto tipo, la negación metadiscursiva, caracterizada por “su capacidad para cuestionar y rechazar el marco discursivo impuesto por un discurso anterior para situarse en un marco diferente” (García Negroni, 2016: 14), ya sea un discurso efectivamente pronunciado por el interlocutor, o un discurso evocado dialógicamente en la propia enunciación negativa.

El marco de discurso, así, es definido por la autora como el universo ideológico del que parte la enunciación y en el cual adquiere sentido, el conjunto de “discursos argumentativos que se presentan como el lugar a partir del cual surge o se desencadena la enunciación actual (García Negroni, 2016: 8).

En la afirmación, por su parte, Ducrot también reconoce que, aunque en menor medida, es posible encontrar un punto de vista negativo rechazado (E1), y otro afirmado (E1) con el cual se homologa el locutor. Esto ocurre en particular en la afirmación enfática (Caldiz, 2007).

A partir de estas consideraciones, pasaremos ahora a analizar los juegos polifónicos que se producen al interior de los *hashtags* analizados. Identificando qué enunciadores se ponen en escena y las pujas de poder entre ellos nos propondremos encontrar procedimientos discursivos comunes que nos permitan agruparlos como *hashtags* contestatarios y explicar por qué logran efectos políticos.

3. Aclaraciones metodológicas

El presente es un estudio sobre los *hashtags* como elementos discursivos. Esto es decir que a continuación analizaremos #BlackLivesMatter, #JeSuisCharlie y #NiUnaMenos en tanto que *hashtags*. No nos detendremos así en un análisis sociológico de los ciclos de movilizaciones, ni en un estudio de circulación mediática propio de un enfoque comunicacional. Tales trabajos quedarán pendientes como futuras líneas

de investigación. Lo que realizaremos aquí será un análisis discursivo de los casos seleccionados, que, si bien se nutrirá del contexto social de su emergencia, se basará principalmente en la evidencia disponible en la misma materialidad lingüística de los *hashtags*.

La metodología de trabajo, eminentemente cualitativa, constará de tres partes. En primer lugar, la recopilación bibliográfica de trabajos anteriores sobre cada estudio de caso brindará el contenido para contextualizar los fenómenos y sentará las bases para el análisis discursivo. Concentraremos nuestra atención en conocer a partir de qué acontecimiento surgió cada *hashtag*, qué características adquirió su aparición y uso en las redes sociales y qué efectos tuvo el fenómeno en el entorno offline.

En segundo lugar, realizaremos un análisis polifónico en profundidad de cada *hashtag*. A partir de la contextualización anterior nos propondremos identificar las diferentes voces que se ponen en escena en cada uno, comprender el interjuego entre ellas y asociarlas a los distintos sentidos en pugna en cada caso.

Finalmente, se realizará un análisis comparado de los tres casos estudiados con el objetivo de identificar la existencia de patrones comunes que permitan agruparlos como una subtipo de *hashtag*.

4. Análisis de casos

4.1. #BlackLivesMatter

#BlackLivesMatter es el nombre de un movimiento originado en Estados Unidos en 2013 en protesta contra la violencia sistemática ejercida por la policía hacia la población afroamericana. Su surgimiento tuvo lugar en un debate Twitter ante la noticia de que la justicia había absuelto al asesino de Trayvon Martin, un joven afroamericano de 17 años.

El *hashtag* se viralizó, sin embargo, recién en 2014 en respuesta a los asesinatos de otros dos jóvenes, Michael Brown and Eric Garner. Fue entonces que #BlackLivesMatter se convirtió en un nuevo movimiento social cristalizado en las manifestaciones callejeras masivas de Ferguson, Missouri (Rickford, 2105).



Imagen 1: #BlackLivesMatter (Pew Research Center, 2018)

Desde entonces, el *hashtag* identificó al gran número de acciones colectivas organizadas a lo largo del país, y como leyenda se consolidó como la expresión más reconocida de la indignación afroamericana generalizada contra la agresión policial y la violencia racista (Rickford, 2105). Podría argüirse que, tal como señala Dominique Maingueneau (2012) sobre los “slogans militantes”, el *hashtag* #BlackLivesMatter permitió crear una continuidad imaginaria entre una manifestación y otra.

Ahora bien, ¿qué particularidades discursivas de este *hashtag* permitieron que se constituyera como representativo de una nueva forma de expresión de los reclamos contra la violencia racista en la sociedad estadounidense de la época?

Dirijamos entonces nuestra atención a #BlackLivesMatter como enunciado, que a los efectos de este análisis traduciremos como “las vidas de los negros importan”. En un sentido polifónico diremos que se trata de una afirmación enfática, esto es, una respuesta en reacción a un enunciado anterior.

Si se diera por sentado que las vidas de los negros importan, no sería necesario afirmarlo. #BlackLivesMatter, por lo tanto, responde a un discurso en este caso implícito pero que se da por supuesto por pertenecer al sentido común de la época, que sostiene que “las vidas de los negros no importan”. La aparición de este *hashtag*, así, pone en evidencia la existencia de un enunciador que niega la importancia de la vida de los negros.

De este modo podemos encontrar en el *hashtag* al menos la puesta en escena de dos enunciadores,

E1: las vidas de los negros no importan

E2: las vidas de los negros importan

E2, con el cual el locutor de #BlackLivesMatter se homologa, puede entenderse como la irrupción de un contradiscurso que revela la existencia de E1, el cual, si bien rara vez es enunciado explícitamente por considerarse políticamente incorrecto, subyace a las acciones, los discursos y las tomas de decisión del status quo de la época.

Asimismo, esta afirmación enfática (E2), al igual que postula García Negroni para la negación metadiscursiva, no solo se contrapone a una negación anterior (E1), sino que a su vez rechaza sus presupuestos y su marco discursivo.

Si E1 adquiere sentido en el marco de un discurso racista, que no considera a “los negros” como personas con derechos y garantías, #BlackLivesMatter rechaza este marco discursivo y reubica a “los negros” en la categoría de personas. Es esta disputa semántica que inscribe la causa en la historia de las luchas por los derechos humanos.

El *hashtag* #BlackLivesMatter, por lo tanto, logró en el mismo acto de su enunciación denunciar la pregnancia de una ideología racista e inaugurar un nuevo universo ideológico que resignifica los crímenes de los jóvenes negros asesinados por brutalidad policial como atentados contra los derechos humanos.

Por otra parte, como ya introdujimos, desde la perspectiva polifónica en el mismo acto de habla se constituye también el locutor, en tanto que figura discursiva. En este sentido podemos agregar que al mismo tiempo que se enuncia #BlackLivesMatter emerge una nueva posición de habla, una nueva subjetividad.

La sola aparición de un “yo” que afirma #BlackLivesMatter performativamente demuestra que aquella población que estaba siendo denigrada de su categoría de persona en efecto tiene capacidad de habla, poniendo en jaque en el acto el marco discursivo racista vigente. En el mismo *hashtag* ocurre un proceso de subjetivación, tan pronto como se constituye en el nombre propio que representa y otorga entidad a un colectivo que solo lo preexistía de forma desorganizada y difusa (Rickford, 2105), y que se autoproclama en ese momento como sujeto de derechos.

4.2. #JeSuisCharlie

#JeSuisCharlie fue el emblema de la reacción de la sociedad parisina ante el atentado terrorista contra la revista satírica Charlie Hebdo el 7 de enero de 2015, que dejó 12 víctimas fatales. El *hashtag* apareció por primera vez en Twitter a los pocos minutos de conocerse la noticia, aglutinó los mensajes en torno al tema en París y alrededor del mundo, y fue la frase que utilizaron masivamente los manifestantes que salieron el 10 y 11 de enero a protestar contra los atentados y recordar a las víctimas.

En tanto que Charlie Hebdo es una revista de crítica social, y el atentado fue reconocido por el grupo islamista Al Qaeda en rechazo a las humoradas publicadas en números anteriores contra figuras islámicas, #JeSuisCharlie se convirtió en un slogan por la libertad de expresión (Salovaara, 2015).

Asimismo, el enunciado logró interpelar a multitudes alrededor del mundo y el formato #YoSoy... fue retomado por diversas causas sociales. Por ejemplo, #YoSoyNisman en la Argentina se convirtió en el *hashtag* utilizado el día que apareció muerto en su departamento el fiscal Alberto Nisman horas antes de declarar en contra de la entonces presidenta de la nación. #IAmChina, por su parte es el *hashtag* que nuclea el apoyo a China y sus habitantes ante la epidemia del coronavirus en 2020.



Imagen 2: #JeSuisCharlie (BBC, 2015)

Analicemos ahora polifónicamente este *hashtag*. Como resulta evidente, se trata también de una afirmación, pero propondremos que en este caso se constituye como una metáfora.

Si la afirmación fuera literal, la interpretación más razonable sería que consiste en una presentación del orador. Sin embargo, podemos reconocer un exceso de sentido, en

tanto que aparece pronunciado por locutores que no pertenecen efectivamente a Charlie Hebdo.

En #JeSuisCharlie, que traduciremos como “yo soy Charlie”, se percibe por lo tanto una tensión entre dos enunciadores, uno literal y otro metafórico. El primero afirma la verdadera identidad de cada uno de los locutores,

E1: yo soy X.

El segundo, en cambio, sustituye el nombre X por el de la revista,

E2: yo soy Charlie.

El sentido metafórico se alcanza, según Paul Ricoeur (2001), jerarquizando las características similares entre los términos intercambiados de modo tal que, a pesar de no estar presentes en el enunciado metafórico, ambos inciden en su interpretación. Es la metáfora, así, la que lleva a percibir lo semejante dentro de lo diferente (Di Stefano, 2006).

En este sentido, como metáfora, el *hashtag* #JeSuisCharlie convoca a reconocer y poner en evidencia aquello que todos los locutores X tienen en común con las víctimas del atentado: su humanidad. Así, al igual que #BlackLivesMatter, este *hashtag* también denuncia un discurso racista, identificable con los perpetradores del atentado terrorista, que niega los derechos humanos de cierto grupo poblacional, de modo que también inscribe su causa en las luchas por los derechos humanos.

Pero a su vez en este caso podemos identificar una segunda disputa de sentido, que radica en el subtipo particular de metáfora de la que participa #JeSuisCharlie: la sinécdoque, o la sustitución de la parte por el todo.

En el enunciado literal “Yo soy X” (E1) cada locutor es un individuo único, contable y autosuficiente. En la metáfora en E2, por su parte, la identidad individual es sustituida por la colectiva. Al proponer que todos son (o podrían ser) Charlie Hebdo, pone de manifiesto que el ataque no ha sido contra una revista en particular sino contra toda la sociedad librepensadora francesa.

Esta sinécdoque, por lo tanto, pone en tensión la lógica de la singularidad (E1) con la lógica de la solidaridad (E2), y el locutor se identifica con esta última. “Charlie” deja de ser una parte de la sociedad francesa de la época y pasa a representar la totalidad, convirtiéndose en símbolo de resistencia contra la xenofobia.

El locutor, entonces, al poner en escena E2 impone discursivamente que, a pesar de estar muertas, la voz de la víctimas no ha sido silenciada. Por el contrario, es retomada por un locutor colectivo que emerge en el mismo momento de la enunciación y se expresa a través de diferentes locutores individuales que pronuncian #JeSuisCharlie, tanto en las redes como en los medios y en las manifestaciones callejeras. El *hashtag*, por su parte, identifica al conjunto y le brinda continuidad imaginaria a la multiplicidad de enunciaciones que lo componen.

Surge aquí también entonces una nueva subjetividad, una nueva posición de enunciación encarnada en la sociedad librepensadora francesa que toma la palabra para presentarse como comunidad solidaria y defender la libertad de expresión.

Esto contribuye a explicar también por qué el formato #YoSoy... se difundió tan masivamente como expresión de solidaridad con las víctimas de diferentes catástrofes alrededor del mundo. Cada uno de estos *hashtags* propone, al menos por un instante, una ruptura con la lógica individualista capitalista hegemónica en el mundo occidental, y le contrapone aunque sea normativamente el principio de solidaridad colectiva.

4.3. #NiUnaMenos

#NiUnaMenos es el movimiento colectivo surgido en Argentina en 2015 en rechazo a los femicidios y la violencia de género. Tuvo origen en una conversación pública pero cerrada (Autor, 2017) en Twitter entre un grupo de comunicadoras y periodistas que decidieron organizar una acción colectiva ante la noticia de la aparición de otra joven asesinada por su novio.

El *hashtag* se viralizó rápidamente, y la manifestación callejera organizada para el 3 de junio de ese año fue masiva tanto en la Ciudad de Buenos Aires como en diversas ciudades y pueblos del interior del país y también del exterior. Desde entonces, #NiUnaMenos se convirtió en el símbolo de los reclamos contra la violencia de género, aunque su sentido fue mutando a lo largo del tiempo.



Imagen 3: #NiUnaMenos (Télam, 2016)

Polifónicamente podemos definir a #NiUnaMenos como una negación. En éstas, como vimos, Ducrot sostiene que subyacen dos puntos de vista, el negativo y el afirmativo. Sin embargo, propondremos aquí que en nuestro enunciado podemos encontrar no solo dos sino tres enunciadores puestos en escena, en tanto que la conjunción “ni” constituye una doble negación: rechaza al punto de vista afirmativo “que haya una menos” (E1), pero también a la negación simple “que no haya una menos” (E2).

E1: que haya una menos

E2: que **no** haya una menos

E3: que **no** haya **ni** una menos

E3, así, es la negación de dos discursos previos que, si bien permanecen implícitos en el enunciado, son presupuestos como parte del sentido común de la época. #NiUnaMenos, por lo tanto, no solo denuncia el discurso misógino femicida que afirma “una menos” (E1), sino que también rechaza otro discurso hegemónico, que podemos denominar como el de “los resignados” (E2) vinculado a la negación simple “que no haya una menos”.

“Una menos” delata que desde el punto de vista de E2, cada homicidio de una mujer es un caso aislado, lamentable pero particular y único. E1 y E2, por lo tanto, comparten el presupuesto de que podría haber “una menos”, responden a la posibilidad de que haya un caso más de asesinato una mujer, el primero en un sentido afirmativo y el segundo, negativo.

#NiUnaMenos (E3), por su parte, no solo niega ambos puntos de vista, sino que también, siendo una negación metadiscursiva (García Negroni, 2016), rechaza fervientemente este presupuesto. La conjunción “ni” revela que no solo podría haber “una menos”, sino que podrían haber “muchas menos”.

Si tanto el discurso de los femicidas como el de los resignados parte de una visión particularista que entiende a cada asesinato como un crimen aislado, un hecho privado de responsabilidad individual, #NiUnaMenos insta un nuevo marco discursivo que resignifica a los asesinatos como femicidios y los entiende como una problemática social generalizada sobre la que la sociedad entera tiene la responsabilidad colectiva de actuar.

El “ni” marca la reacción subjetiva enfática del locutor que se niega a considerar como adecuados los grados ordinarios (“una menos”, “dos menos”) y sostiene que solo puede calificarse desde una escala extrema. Así, #NiUnaMenos rechaza tanto el marco de discurso de los femicidas como el de los resignados, e insta un nuevo: el de los indignados.

De este modo, el *hashtag* al darle nombre y continuidad imaginaria a un locutor colectivo que emerge en la enunciación también participó en la construcción una nueva subjetividad, una nueva posición de enunciación, que se llegó a consolidar como nueva forma de asociatividad entre mujeres: las argentinas indignadas, hartas, cansadas de que las maten.

4.4. Resultados en clave comparativa

A pesar de haber surgido en tres diferentes latitudes, en contextos diferentes y a partir de acontecimientos diversos, los tres casos analizados, como hemos visto, tienen mucho en común. Podemos describir al menos cuatro puntos de de convergencia que se desprenden del análisis.

En primer lugar, los tres *hashtags* analizados poseen el tono del rechazo. Como ya introdujimos, en términos generales la negatividad prima en las formas de expresión ciudadana contemporánea (Rosanvallon, 2007). Los *hashtags* como acción colectiva, como vemos, no escapan a esta lógica. Surgen de manera espontánea ante una noticia percibida como inaceptable, ya sea un caso de brutalidad policial, un atentado contra la libertad de opinión o un femicidio, y revelan como injustas e inaceptables ciertas formas instituidas de ver el mundo. El racismo, la censura, la misoginia y la resignación

son puestos en evidencia y denunciados, de manera performativa por los *hashtags* analizados.

Austin denomina “actos de habla realizativos” (Austin, 1955), a aquellos que por el sólo hecho de enunciarse realizan la acción que significan. Proponemos entonces que los tres *hashtags* analizados pertenecen a esta clase, y su performatividad radica en que, como vimos, al enunciarse revelan y denuncian discursos de desigualdad establecidos en el sentido común de una época, y postulan una alternativa más igualitaria.

En segundo lugar, por lo tanto, los tres *hashtags* instauran en su misma enunciación un nuevo marco discursivo. Proponen una nueva manera de ver las cosas, percibida como más justa o más aceptable, y con ella resignifican el acontecimiento que les dio origen como una injusticia ante la que la sociedad debe reaccionar.

En #BlackLivesMatter los asesinatos de jóvenes negros en manos de la policía dejan de ser entendidos como “excesos policiales” y pasan a ser formas de racismo sistemático arraigado en las estructuras del Estado. El *hashtag* revela que en un determinado paradigma discursivo circundante en la época, que legitima el accionar policial, a pesar de las garantías constitucionales adquiridas a lo largo del siglo XX los negros siguen sin ser considerados “personas”. Es así que la causa se convierte en una lucha por los derechos humanos.

#JeSuisCharlie, por su parte, reivindica performativamente el principio de solidaridad colectiva en la sociedad francesa de la época. Charlie, como vimos, no es ya solamente el nombre de un semanario, sino que se convierte en la bandera de la lucha contra la xenofobia y por la libertad de expresión.

Por su parte, #NiUnaMenos resignifica a los asesinatos de mujeres como femicidios en tanto que problemática social generalizada, e instaura un nuevo marco discursivo en el que cada caso es transferido del fuero privado a la esfera pública y deviene objeto de responsabilidad colectiva. Implican, así, todos ellos una apuesta por la promoción de cambios en el sentido común de la época y por un movimiento en las fronteras de lo políticamente correcto.

En tercer lugar, los tres *hashtags* participaron en la puesta en discurso de la voz de una nueva subjetividad que emergió en el mismo enunciado en tanto que locutor colectivo. La población afroamericana estadounidense, los defensores de la libertad de expresión franceses y las mujeres argentinas indignadas encontraron una nueva forma de asociatividad en torno al *hashtag*, y su voz se hizo presente en el espacio público antes de que sus cuerpos aparecieran en las calles de Ferguson, Missouri, París y Buenos Aires.

Por último, podemos encontrar en los tres *hashtags* analizados una misma orientación argumentativa, un reclamo colectivo común. En #BlackLivesMatter, en #JeSuisCharlie y en #NiUnaMenos los negros, los franceses y las mujeres desde diferentes partes del mundo comparten el mismo grito existencial: todos somos seres humanos con derechos.

El acontecimiento particular que le dio origen a cada caso debe ser entendido entonces solamente como su detonante. Más allá del rechazo a cierto asesinato o atentado, lo que logra movilizar a tantas personas, en estos casos en torno a un *hashtag*, y producir

nuevas formas de asociatividad es el recamo generalizado por el derecho más básico y fundamental, el derecho a una vida vivible ante la sensación compartida de precariedad.

Tal como sostiene Judith Butler, en la política moderna

“cuando los cuerpos se reúnen en la calle, en la plaza o en otras formas de espacio público (incluso los virtuales) están ejerciendo su derecho plural y performativo de aparecer, que afirma e instala el cuerpo en el medio del campo político y que, en su función expresiva y significativa, constituye una demanda corporizada por condiciones económicas, sociales y políticas más vivibles, y no ya afectadas por la precariedad” (Butler, 2015:11)

Los cuerpos reunidos, en este caso en un *hashtag*, “dicen” performativamente “no somos descartables” (Butler, 2015:18), y son signo de la política contenciosa de nuestra época.

5. Conclusiones: el *hashtag* contestatario

Como pudimos ver, los tres *hashtags* analizados tuvieron efectos políticos y discursivos que nos permiten confirmar la hipótesis de que constituyen un subtipo diferenciado: son *hashtags* contestatarios.

Propondremos que los *hashtags* contestatarios se caracterizan por surgir de manera intempestiva en reacción a un acontecimiento público, ser expresión de un reclamo o demanda social en términos de rechazo, proponer una nueva manera de percibir el mundo y fundar nuevas subjetividades.

En el mismo acto de su enunciación revelan y denuncian el carácter desigualitario, discriminatorio o anti-democrático de ciertos discursos instituidos y proponen nuevos marcos discursivos que reinterpretan los acontecimientos en términos de violaciones a los derechos humanos.

El *hashtag* contestatario puede entenderse, por lo tanto, como una nueva puerta de acceso a las demandas insatisfechas de la sociedad, una forma novedosa de expresión de la opinión pública, un modo de figuración de la voluntad popular.

Asimismo, su carácter transnacional nos permite proponer que constituye una modalidad legitimada de hacer política en nuestra época, que favorece la emergencia de nuevos tipos de movimientos sociales caracterizados como “*hashtag*activistas” (Autor, en prensa) por identificarse con un *hashtag*.

Puesto de este modo, el *hashtag* contestatario es también un elemento refundacional democrático, ya que, como vimos, propone nuevos marcos de comprensión e interpretación de la realidad y reclama una ampliación de derechos denunciando el racismo, la intolerancia y la desigualdad alrededor del mundo.

Referencias

“#Niunamenos: miles de personas marcharán contra la violencia de género” (2 de junio de 2016), en Télam. Disponible en Internet: <https://www.telam.com.ar/notas/201606/149777-niunamenos-miles-de-personas-marcharan-contr-la-violencia-de-genero.html>. [Consulta: 26 de febrero de 2020].

Austin, J. (1955): *Cómo hacer cosas con palabras*, Edición electrónica de www.philosophia.cl / Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en Internet: [http://](http://www.philosophia.cl)

- revistaliterariakatharsis.org/Como_hacer_cosas_con_palabras.pdf [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Bennet, L. y Segerberg, A. (2011): "Digital media and the personalization of collective action", en *Information, Communication and Society*, nº14, pp. 770-799. Disponible en Internet: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2011.579141> [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Bennet, L. y Segerberg, A. (2013): "The Logic of Connective Action", en *Information, Communication & Society*, nº 15, pp. 1-30. Disponible en internet: https://www.researchgate.net/publication/254296720_The_Logic_of_Connective_Action [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Blake, J. y Butterly, A. (9 de enero de 2015) "Charlie Hebdo *hashtags*: How people are showing solidarity", en BBC. Disponible en Internet: <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/30740895/charlie-hebdo-hashtags-how-people-are-showing-solidarity> [Consulta: 26 de febrero de 2020].
- Butler, J. (2015): *Notes toward a performative theory of assembly*. Cambridge: Harvard University Press.
- Caldiz, A. (2007): "Prosodia y polifonía enunciativa en el discurso académico. A propósito de la afirmación enfática y la negación", en *Actas del III Coloquio Argentino de la IADA (s/d)*, pp. 108-115. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/286272688_Prosodia_y_polifonia_enunciativa_en_el_discurso_academico [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Calvo, E. (2015): *Anatomía política de Twitter en Argentina*, Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Cardon, D. (2010): *La démocratie internet*, Paris: Seuil.
- Castells, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Coleman, S. y Blumler, J. (2009): *The internet and democratic citizenship*. Nueva York: Cambridge.
- Davis, B. (2013): "Hashtag Politics: The Polyphonic Revolution of #Twitter", en *Pepperdine Journal of Communication Research*, nº1, pp. 16-22. Disponible en Internet: <https://digitalcommons.pepperdine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=pjcr> [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Di Stefano, M (Dir) (2006): *Metáforas en uso*. Buenos Aires: Biblos.
- Ducrot, O. (1986). *El decir y lo dicho*. Barcelona: Paidós.
- Flichy, P. (2008): "Internet et le débat démocratique", en *Réseaux*, nº150, pp. 159-185. Disponible en Internet: <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-4-page-159.htm> [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- García Negori, M.M. (2009): "Negación y descalificación: a propósito de la negación metalingüística", en *Ciências & Letras*, nº859, p. 61-82. Disponible en Internet: https://www.academia.edu/5240247/Negaci%C3%B3n_y_descalificaci%C3%B3n_a_prop%C3%B3sito_de_la_negaci%C3%B3n_metaling%C3%BC%C3%ADstica [Consulta: 2 de enero de 2020]
- (2016): "Discurso político, contradestinyación indirecta y puntos de vista evidenciales. La multidestinyación en el discurso político revisitada", en *Revista ALED*, Vol. 16, nº1, pp. 37-59. Disponible en Internet: <https://raled.comunidadeled.org/index.php/raled/article/view/44> [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Gold, T. (2018): *De redes y cacerolas: el ciclo de movilización anti-gubernamental en Argentina*

- (2012-2013) (Tesis de maestría). Instituto de Altos Estudios Sociales Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires.
- Graham, T. y Witschge, T. (2003): "In search of online deliberation: Towards a new method for examining the quality of online discussions", en *Communications*, n° 28, pp. 173-204. Disponible en Internet: https://www.researchgate.net/publication/240753308_In_Search_of_Online_Deliberation_Towards_a_New_Method_for_Examining_the_Quality_of_Online_Discussions [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Hardt, M. y Negri, A. (2005): *Multitude: War And Democracy In The Age Of Empire*. Londres: Hamish Hamilton.
- Huang, J. Thornton, K.M. y Efthimiadis, E.N. (Junio de 2010): "Conversational Tagging in Twitter", comunicación presentada en la *21va Conferencia de Hipertexto e Hipermedia*. La conferencia tuvo lugar en Toronto, Ontario, Canadá. Disponible en Internet: https://jeffhuang.com/Final_TwitterTagging_HT10.pdf [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Maingueneau, D. (2012): *Les phrases sans texte*. Paris: Armand Colin.
- Margetts, H., John, P., Hale, S. y Yasseri, T. (2016): *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton: Princeton University Press.
- Melucci, A. (1994): "Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales", en *Zona Abierta*, n°69, pp. 153-180. Disponible en internet: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/5056> [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Monnoyer – Smith, L. (2011): "La participation en ligne, révélateur d' une evolution des pratiques politiques?", en *Participations*, n°1, pp. 156-185. Disponible en Internet: <https://www.cairn.info/revue-participations-2011-1-page-156.htm> [Consulta: 13 de febrero de 2020]
- Morozov, E. (2011): *The net delusion: the dark side of Internet freedom*, Cambridge: Perseus Books.
- O'Reilly, T. y Milstein, S. (2009): *The Twitter Book*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.
- Page, R. (2012): "The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags", en *Discourse & Communication*, Vol. 6, n°2, pp. 181-201. Disponible en Internet: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750481312437441> [Consulta: 13 de febrero de 2020]
- Paveau, M. A. (2012): "Genre de discours et technologie discursive. Tweet, twittécriture et twittérature" Disponible en Internet: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00824817/document> [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Pérez, G. y Natalucci, A. (2008): "Estudios sobre movilización y acción colectiva: interés, identidad y sujetos políticos en las nuevas formas de conflictividad social". En: Natalucci, A. (Ed.) *Sujetos, movimientos y memorias. Sobre los relatos del pasado y los modos de confrontación contemporáneo*, La Plata: Al Margen, pp: 81-102.
- Raschke, J. (1994): "Sobre el concepto de movimiento social", en *Zona Abierta*, n° 69, pp. 121-134. Disponible en Internet: https://www.ses.unam.mx/docencia/2014II/Raschke1994_SobreElConceptoDeMovimientoSocial.pdf [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Ricoeur, P. (2001): *La metáfora viva*. Madrid: Editorial Trotta.
- Rickford, R. (2015): "Black Lives Matter: Toward a Modern Practice of Mass Struggle.", en *New Labour Forum*, n° 25, pp. 34-42. Disponible en Internet: <https://newlaborforum.cuny.edu/2015/12/28/black-lives-matter-practice-of-mass-struggle/> [Consulta: 2 de enero de 2020]

- Rosanvallon, P. (2007): *La contrademocracia*. Buenos Aires: Manantial.
- Rosanvallon, P. (2009): *La legitimidad democrática*. Buenos Aires: Manantial.
- Salovaara, I. (2015): "#Je suis Charlie: Networks, Affects and Distributed Agency of Media Assemblage", en *Conjunctions*, nº2, pp 103-115. Disponible en Internet: <https://www.conjunctions-tjcp.com/article/view/22272> [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Sampedro, V. (ed.) (2005): *13M: Multitudes online*. Madrid: La Catarata. Disponible en Internet: <https://victorsampedro.com/libros-victorsampedro/13m-multitudes-online/> [Consulta: 13 de febrero de 2020]
- Snow, D. (2001): "Analyse de cadres et mouvements sociaux". En: Cefai, D. Y Trom, D (dirs) (2001) *Les formes de l'action collective*, Paris, Francia: Éditions de l'EHESS.
- Sorj, B. (2015): "On-line / off-line: la nueva onda de la sociedad civil y la transformación de la esfera pública". En: B. Sorj y S. Fausto (Eds.) *Internet y movilizaciones sociales: transformaciones del espacio público y la sociedad civil*, São Paulo, Brasil: Edições Plataforma Democrática. pp. 35-60 Disponible en Internet: http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Internet_y_Movilizaciones_Sociales_Transformaciones_del_Espacio_Publico_y_de_la_Sociedad_Civil.pdf [Consulta: 13 de febrero de 2020]
- Squires, L (2016): "Computer-mediated communication and the English writing system". En: Cook, V. Y Ryan, D. (Eds) *The Routledge Handbook of the English Writing System*, Abingdon: Routledge.
- Sunstein, Cass (2001): *Republic.com*, Princeton: Princeton University Press.
- Tomoyese, G. (4 de junio de 2015): "Del mundo on line a la marcha: el mapa con las repercusiones de #NiUnaMenos en Twitter", en La Nación. Disponible en Internet: <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/del-mundo-on-line-a-la-marcha-el-mapa-con-las-repercusiones-de-niunamenos-en-twitter-nid1798516> [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Orkibi, E. (2008): "Ethos collectif et Rhétorique de polarisation: le discours des étudiants en France pendant la guerre d'Algérie", en *Argumentation et Analyse du Discours*, nº1. Disponible en Internet: <https://journals.openedition.org/aad/438> [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Pew Research Center (julio de 2018): "Activism in the Social Media Age". Disponible en Internet: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/07/11/an-analysis-of-blacklivesmatter-and-other-twitter-hashtags-related-to-political-or-social-issues/> [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Van Dijck, J. (2013): *The culture of connectivity. A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
- Welp, Y. y Wheatley, J. (2012): "The uses of digital media for contentious politics in Latin America". En: E. Anduiza, M.J. Jensen y L. Jorba (Eds.). *Digital Media and Political Engagement Worldwide*, New York: Cambridge University Press, pp. 177-199.
- Witehead, T. (9 de enero de 2015): "Paris Charlie Hebdo attack: Je Suis Charlie hashtag one of most popular in Twitter history", en Telegraph. Disponible en Internet: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/11336879/Paris-Charlie-Hebdo-attack-Je-Suis-Charlie-hashtag-one-of-most-popular-in-Twitter-history.html> [Consulta: 13 de febrero de 2020].
- Zappavigna, M. (2012): *Discourse of Twitter and social media*. Londres: Continuum International Publishing Group.

Zeifer, B. (julio de 2017): “#NiUnaMenos: la emergencia de un nuevo tipo de sujeto político”. En: Asociación Uruguaya de Ciencia Política - AUCiP (Presidencia) *9no Congreso Latinoamericano de Ciencia Política*. Congreso llevado a cabo en Montevideo, Uruguay. Disponible en Internet: <http://www.congresoalacip2017.org/> [Consulta: 13 de febrero de 2020]

Zeifer, B (en prensa): Hashtagtivismo: los efectos políticos del hashtag en el caso de #NiUnaMenos. *Revista Democracia Participativa* (2). Fecha de aceptación: 15 de julio de 2019.