



Revista mexicana de sociología

ISSN: 0188-2503

Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM

Salgado Andrade, Eva

Del #SimulacroCDMX al #MéxicoNosNecesita: 19S en Twitter

Revista mexicana de sociología, vol. 80, Suppl., 2018, pp. 121-147

Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM

DOI: <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2018.0.57776>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32158258006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Del #SimulacroCDMX al #MéxicoNosNecesita: 19S en Twitter

EVA SALGADO ANDRADE*

Resumen: Para explorar la función de Twitter durante el sismo del 19 de septiembre de 2017, se revisó el Trending Topic de México a lo largo de una semana, de donde se obtuvieron y analizaron 139 hashtags relacionados con la tragedia y sus secuelas. Los hallazgos muestran cómo la población encontró en esta red sociodigital una valiosa herramienta para la organización solidaria y espontánea, la creación de redes colaborativas (capaces de enfrentar la oleada de fake news que inundaron las redes), la expresión de la identidad colectiva, y hacer visible el latente malestar social frente a la injusticia y la corrupción.

Abstract: To explore the role of Twitter during the September 19th, 2017 earthquake, Mexico's Trending Topic was reviewed over a week, as a result of which 139 hashtags related to the tragedy and its consequences were obtained and analyzed. Results show how the population found this socialdigital network to be a valuable tool for solidarity and spontaneous organization, the creation of collaborative networks (capable of addressing the surge of fake news that flooded the networks), the expression of collective identity, and the visibilization of the latent social anger towards injustice and corruption.

Palabras clave: sismo, Twitter, Trending Topic, redes sociodigitales.

Key words: earthquake, Twitter, Trending Topic, sociodigital networks.

El sismo del 19 de septiembre de 2017 supera cualquier libreto de ciencia ficción. Apenas unos días antes, el 7 de septiembre, se había registrado en el sureste de nuestro país uno de los terremotos más intensos de los últimos 100 años en México, y varias poblaciones de Oaxaca y Chiapas se encontraban aún en declaratoria de emergencia. Circulaba profusamente información en torno a medidas de seguridad, importancia de atender la alerta sísmica, protocolos para el reporte de emergencias y revisión de posibles daños, campañas para hacer donativos a la población afectada. Así, cuando a las 11:00 horas se llevó a cabo un simulacro que hizo sonar todas las alarmas sísmicas en la Ciudad de

* Doctora en Lingüística Hispánica por la Universidad Nacional Autónoma de México. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Temas de especialización: análisis del discurso político, periodístico y de redes sociales. Juárez 87, Tlalpan, 14000, Ciudad de México.

México, para rememorar el sismo del 19 de septiembre de 1985, hubo una amplia respuesta colectiva de una sociedad consciente de la importancia de estar preparada frente a los impredecibles embates de la naturaleza. Parecía inverosímil que apenas dos horas y 14 minutos después, es decir, a las 13:14 horas, sobrevendría un terremoto de verdad.

De acuerdo con datos oficiales, el sismo, que se percibió con gran intensidad y que provocaría cientos de muertes y el colapso de casas y decenas de edificios, tuvo una magnitud de 7.1, con epicentro en el límite estatal de Puebla y Morelos, a sólo 120 km de distancia de la Ciudad de México (Servicio Sismológico Nacional, 2017). La información comenzó a fluir de inmediato en las redes sociales, la radio y la televisión. Era inevitable la constante mención al sismo de 1985. El 19 de septiembre comenzó a instaurarse en la memoria colectiva como una fecha fatídica. Al igual que 32 años atrás, la movilización social espontánea fue crucial para enfrentar la emergencia. El rescate de víctimas, la localización de desaparecidos, las labores de acopio y otras muestras de solidaridad fueron fiel testimonio de la amplia capacidad de los mexicanos para organizarse en situaciones de emergencia.

Un nuevo componente se sumó en el 2017: las redes sociodigitales. Principalmente en WhatsApp y Facebook y, sobre todo, en Twitter, los mexicanos encontraron canales para enfrentar la tragedia. Por medio de una lectura crítica y sistemática de los Trending Topics de Twitter durante la primera semana después del sismo, el objetivo de este trabajo es saber cómo reaccionó la ciudadanía; qué temas ocuparon su atención; cómo se transitó del pánico a la organización para el rescate de víctimas y para una mejor canalización de recursos; cómo se controló la proliferación de *fake news*; cómo surgieron elementos simbólicos en torno a la identidad y el orgullo colectivos, que servían como un aliciente para levantar el ánimo, y cómo esta red fue un canal para la movilización social desatada por el hartazgo ciudadano frente a una clase política incapaz de atender las demandas sociales.

Por sus características específicas, que posibilitan la conformación de discursos públicos sin necesidad de crear redes previas entre usuarios, Twitter es especialmente relevante. En estas páginas comprobaremos cómo esta red se constituyó como una herramienta para la acción colectiva desplegada ante la tragedia que vivimos en 2017.

BREVE ACERCAMIENTO A TWITTER Y ALGUNAS PISTAS PARA SU LECTURA

Creado en 2006, Twitter ha experimentado profundas metamorfosis. De ser contemplado en sus inicios como una aplicación móvil a la que se le auguraba un uso limitado a comunidades reducidas, ha llegado a convertirse en un impresionante canal para la organización a muy diversos niveles, cuyo potencial ha sido mostrado en diferentes episodios de movilización social a lo largo del mundo. Pese a diversas intervenciones en su funcionamiento, como la presencia constante de *bots* o usuarios anónimos que buscan interrumpir el flujo normal de la información y opiniones que circulan en esta red, así como a la creciente colonización publicitaria de sus espacios, los tuiteros se han convertido en una voz colectiva cada vez más infaltable en la escena pública, como se demostró durante el sismo del 19 de septiembre en México.

Desde los primeros días, la función que desempeñó Twitter, como importante componente de la acción solidaria y espontánea desplegada a raíz del sismo, llamó la atención de los medios de comunicación. Así, las imágenes compartidas por los usuarios con espeluznantes videos de edificios en el momento de colapsar, las tomas con acercamientos a derrumbes o a los primeros intentos de rescate, los tuits con mensajes urgentes pidiendo ayuda, la paulatina organización por medio de palabras o etiquetas clave, el surgimiento de información falsa o no verificada, fueron motivo de numerosas notas informativas o de columnas de opinión escritas al calor de los acontecimientos.

Se han realizado también interesantes trabajos que recurren a tecnología que facilita el análisis de *Big Data* o grandes volúmenes de información. Por ejemplo, a menos de una semana después de ocurrido el sismo, Simon Bedford (2017) exploró los tuits enviados sobre el sismo entre el martes 19 y el viernes 22 de septiembre, a partir de *hashtags* clave como #sismo, #SismoMexico2017, #ayudaCDMX, o tuits enviados a cuentas clave de la Cruz Roja o de Protección Civil. Con estos criterios reunió la impresionante cifra de 7.3 millones de tuits, cuyo análisis reportó hallazgos como que los *hashtags* referentes a la Ciudad de México fueron 3.5 veces más comunes que los de Puebla o Morelos, que los tuits más compartidos fueron avisos oficiales, peticiones de ayuda o temas relacionados con perros; que las palabras más comunes fueron “México”, “personas” y “favor”, y la frase más común, “centro de acopio”. Por último, destaca entre los resultados que los tuits más compartidos fueron uno que avisaba sobre la herramienta de Google para localizar personas y otro que

trataba de minimizar noticias falsas, sobre todo la de que no se pueden predecir los terremotos.

Un estudio realizado por ReachLocal, empresa de marketing digital, informaba que si bien WhatsApp fue el principal medio de comunicación entre los mexicanos por un periodo de tres horas después del sismo, al paso de las horas Twitter se convertiría en la red más importante, y proliferaron *hashtags* como #Sismo, #sismocdmx, #FuerzaMéxico, #19desep, #19s y #Rébsamen; se contabilizaron un total de 34 000 870 interacciones y más de 40 950 879 de personas alcanzadas durante las primeras horas (ReachLocal, 2018).

En enero de 2018, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presentaba los hallazgos de su incursión en el mundo de *Big Data* en Twitter, de acuerdo con la cual, como consecuencia de los sismos de septiembre, hubo bajas importantes en el estado de ánimo de los tuiteros. Este estudio fue ampliamente comentado en varios medios, que hacían énfasis en los resultados obtenidos para el mes de septiembre: “Según la línea de tiempo construida por la herramienta, septiembre de 2017 fue justamente el mes donde el índice alcanzó su nivel más bajo: 1,88. Y para el INEGI no es casualidad que sea este el mismo periodo donde el país sobrevivió a dos terremotos” (CNN, 2018).

Además de estos análisis de *Big Data*, es posible realizar lecturas más específicas del flujo de información y opiniones que circulan en esta red, para lo cual conviene prestar atención a las características singulares de Twitter, merced a las cuales se ha convertido en un canal para la movilización colectiva. En este sentido, entre sus elementos más interesantes están los *hashtags* o etiquetas con las que se conforma constantemente la lista de Trending Topics¹ o tendencias más comunes de los mensajes que se intercambian a lo largo del día, y que permiten observar, en tiempo real y de forma automatizada, cuáles temas generan mayor interés y son visibles para cualquier usuario, independientemente de las cuentas de Twitter que esté siguiendo.

Para una mejor comprensión de la forma en que Twitter contribuye a la cohesión entre sus usuarios, conviene referir la función fática, según denominó Roman Jakobson a la que se cumple cuando el canal es el elemento principal del proceso de comunicación; de acuerdo con este mismo autor, es necesaria la existencia de un canal físico y una conexión

¹ En adelante se usará de manera indistinta la denominación Trending Topic o su abreviatura TT.

psicológica entre el destinador y el destinatario, por medio del cual tanto uno como otro pueden establecer y mantener una comunicación (Jakobson, 1981: 357). Twitter (cuyo nombre, como se sabe, alude al trino de los pájaros) permite que haya un intercambio de *trinos* público y constante entre usuarios que no requieren más que un lenguaje común (ya sean tuits, imágenes, videos, memes, emoticones, links a otros contenidos), y se convierte en una muy certera metáfora del interés por iniciar y mantener comunicaciones masivas. “Y entra aquí en juego la magia de los Trending Topics: hacer posible que varios temas circulen por un mismo canal, y permitir a cualquier usuario enterarse de cuáles son esos temas” (Salgado Andrade, 2017: 458). Conviene mencionar que en ocasiones las frases o palabras que aparecen en los Trending Topics no van precedidas por el signo #, sino que puede darse el caso de que la frecuencia en su uso (por ejemplo, la repetición de un nombre o un acontecimiento) determine que la plataforma lo suba de manera automática a los Trending Topics.

CÓMO SE CONSTRUYÓ EL CORPUS PARA ANALIZAR LA FUNCIÓN DE TWITTER EN EL 19S

Tomando en cuenta la forma en que funciona Twitter y los elementos que le confieren potencial para la movilización social, según se expone en el apartado anterior, el corpus que sirvió de base para el análisis se seleccionó a partir de los *hashtags* o etiquetas que aparecieron desde el mismo día y hasta una semana después en el TT o tendencias principales en México, obtenidos en la página de Trendinalia.com, que tuvieran relación con el sismo.

Luego de una revisión inicial de los TT durante la primera semana, se decidió hacer la búsqueda entre los 30 primeros sitios de la lista para disponer de suficiente evidencia con respecto a la actividad de los tuiteros. En algunos casos, resultaba natural la asociación de los *hashtags* con el sismo; por ejemplo, #Condesa, #multifamiliartlalpan, #RevisaMiGrieta o #Verificado19S, toda vez que apelaban a lugares o temas aún frescos en la memoria de quienes vivimos el sismo. En otros casos, resultó más complejo identificar el sentido específico de algunos nombres para advertir si tenían o no relación con el 19S. Para evitar omisiones, se realizó una búsqueda hemerográfica y en la propia red, para tratar de identificar el sentido de los *hashtags* que figuraban en el TT, y definir, en consecuencia, si era o no pertinente incluirlos en el corpus de análisis.

No se incluyeron *hashtags* que aparecieron en el TT del 19 de septiembre, pues ese día sólo #SimulacroCDMX, creado por la plataforma Twitter para rendir homenaje a las víctimas del sismo de 1985, se mantuvo en el segundo lugar. A lo largo de la mañana, y hasta antes de las 13:14 horas, cuando nuevamente tembló un 19 de septiembre, los tuiteros compartían información y opiniones relacionadas con el sismo del 85 y su experiencia con el simulacro, además de conversar sobre otros temas: la llegada del cantante Shawn Mendes a México, la introducción del sistema operativo IOS11, los premios Emmy... De acuerdo con los Trending Topics (Trendinalia México, 19 de septiembre de 2017), #sismo quedó registrado en el lugar 31.

Resulta lógico pensar que, en las horas que sucedieron a la tragedia, lo importante para la población era entrar en contacto con familiares y amigos; si bien hubo severos problemas con los servicios de telefonía, la comunicación por Internet, principalmente por WhatsApp, permitió la localización de los conocidos, cerciorarse de que estaban bien o comenzar la espera ansiosa de quienes no podían llegar a sus hogares ante la falta de transporte público y los severos bloqueos de avenidas principales o, peor aún, iniciar la búsqueda angustiada de quienes habían quedado atrapados en edificios colapsados. Paulatinamente, estas comunicaciones interpersonales en círculos privados serían desplazadas por las interacciones colectivas, y fue entonces cuando Twitter comenzó a desplegar su potencial.

El total de *hashtags* o nombres de lugares y personas con los cuales se construyó el corpus de esta investigación fue de 139 (ver tabla 1). Con ellos se construyó una base de datos que consignaba fecha, duración y el lugar que ocupó en el TT, y se clasificó asimismo la temática que abordaba, así como las personas, sitios o acontecimientos a los que se hacía referencia. Cada uno de los *hashtags* analizados se concibió como un discurso social, es decir, como frases o palabras que mantienen una relación con las circunstancias sociohistóricas específicas de su producción, que los fenómenos lingüísticos y semióticos identificados en ellos no eran ajenos a la realidad en la cual se gestaron y, consecuentemente, permitirían advertir cuáles eran los elementos sociales, políticos o culturales a los que una parte considerable de la opinión pública estuvo expuesta a lo largo de la azarosa semana que siguió al sismo del 19 de septiembre.

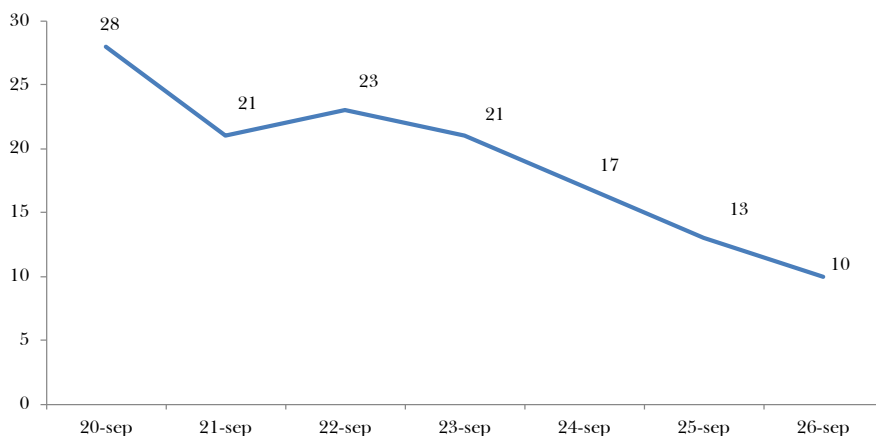
TABLA 1

HASHTAGS O NOMBRES RELACIONADOS CON EL 19S QUE FIGURARON
EN LOS 30 PRIMEROS LUGARES DEL TT MÉXICO (20-26 DE SEPTIEMBRE DE 2017)

20/09	#ayudaCDMX, #SomosPuebla, #RevisaMiGrieta, #Rébsamen, #Partidos-DenSuDinero, #Verificado19S, #ParqueEspaña, #HoyPorMorelos, Jojutla, Plaza Condesa, #TuiterosUnidos, Paco Jémez, Villa Olímpica, #Sonora-TeApoya, Cielito Lindo, necesitamos agua, Raúl Jiménez, Zacatecas 126, #centrodeacopio, #FuerzaMéxico, #Jojutla, #Lindavista, "SILENCIO", Frida Sofía, Fundación Carlos Slim, Jornada 10, #MexicoEstáDePie, #ThanksShawn
21/09	#perrosrescatistas, #Televisa, #fuerzaMéxico, #tuiterosPorMéxico, #HéroesSinCapa, #aquínecesitamos, #PartidosDenNuestroDinero, #RescatePrimero, #PueblaSiguedePie, #CentroDeAcopio, Alejandro Velázquez, Xochimilco, #Hueyapan, Frida Sofía, #Verificado19S, San Luis Potosí y Medellín, Morelos, Suman 273, Paw Patrol, Erick Gaona, #YoSoyPaz
22/09	#RoboComoGraco, #ApagaTelevisa, #RescatePrimero, #HoyTengoFe, #BrigadaFeminista, #PueblaOfrezco, #AyudaCDMX, #multifamiliarTlalpan, #InfoReal, #aquísenecesita, #MeLlenaDeOrgulloVer, Juan Villoro, Carlos Salom, #NadaNosDetendráenMorelos, #Verificado19S, #AlternativaVial, Timmy O'Toole, #PueblaSigueDePie, #MexicoEarthquakeRelief, #RevisaMiGrieta, #NiUnPesoALosPartidos, #VerificadoS19, #Partidos-DenNuestroDinero
23/09	#FuerteMéxico, #FinDelMundo, Estoy a 1, #tuayudasillega, #InfoReal, #RescatePrimero, #PueblaSigueDePie, #alertasismica, #FridaRescatista, #multifamiliarTlalpan, #AquíSeNecesita, Alvaro Obregón 286, #MéxicoEstáDePie, Juan Villoro, #SSPCDMX, #CentroDeAcopio, Ixtotec, #Brigada-Feminista, #HoyTengoFe, #Chimalpopoca, #PartidosDenNuestroDinero
24/09	#MéxicoTeQuiero, #TuAyudaSiLlega, Oaxaca, #TvAztecaMiente, #AlertaSísmica, Parque Lincoln, Felipe Calderón, #Verificado19S, #Puebla-SigueDePie, Ixtotec, #hagamoshogar, SkyAlert, Estoy a 1, #infoReal, #fuerteméxico, #multifamiliarTlalpan, #FinDelMundo2017
25/09	#ElSignificadoDeSerMexicano, #CeroDineroALosPartidos, #CorrupciónMatóNiños, Estoy a 1, #Verificado19S, #FinDelMundo, Claudia Sheinbaum, #ArribaMéxico, #TuAyudaSiLlega, Frida, #RegresoAClasesCDMX, Suman 324, #TuiterosVendidos
26/09	#MartesPasado19S, #19SMX, #DeAhorEnAdelante, #MiPensamiento-ParaMéxico, #HechosNoPalabras, #CeroDineroALosPartidos, #ElSignificadoDeSerMexicano, Claudia Sheinbaum, #TuiterosVendidos, #MexicoNosNecesita

FUENTE: Elaboración propia, a partir de la información de Trendinalia.com

GRÁFICA 1
 HASHTAGS EN MÉXICO RELACIONADOS CON EL 19S UBICADOS
 ENTRE LOS 30 PRIMEROS LUGARES DEL TRENDING TOPIC



FUENTE: Elaboración propia, a partir de datos de Trendinalia.com.

De acuerdo con los datos presentados en la gráfica 1, al día siguiente del sismo, prácticamente toda la actividad registrada en Twitter versaba sobre este tema, pues 28 de los 30 primeros lugares del TT tenían que ver con peticiones de ayuda, menciones de lugares donde se requerían voluntarios para el rescate o para acopio de víveres, así como para expresar el reconocimiento a los ciudadanos que no dudaron en apoyar a víctimas atrapadas en los escombros. En las páginas siguientes se presentarán las grandes tendencias en torno a las cuales giró la actividad de los tuiteros.

SOLIDARIDAD FRENTE A LA TRAGEDIA

Desde las primeras horas después del sismo, las redes sociales, y especialmente Twitter, resultaron un valioso medio para coordinar la ayuda espontánea. Por medio de ellas se daba información sobre qué y dónde se necesitaba: voluntarios, herramientas, alimentos, cobijas. Varios lugares comenzaron a figurar en el TT: Colegio Rébsamen, Lindavista, Colonia del Valle, Condesa, Lindavista, Chimalpopoca, Xochimilco. Algunos figuraron sólo por un día, en tanto que otros permanecerían durante varios días en la lista, como fue el caso del Multifamiliar Tlalpan, que apareció entre los lugares más mencionados el 22, el 23 y el 24 de septiembre, y donde perdieron la vida nueve personas (cinco adultos y cuatro meno-

res de edad), y donde un edificio colapsó y seis más quedaron inhabitables, dejando a miles de personas a la intemperie.²

Los días 20, 21 y 23 de septiembre, #CentroDeAcopio se empleó para informar a la población dónde podía entregar sus donativos. Los sitios más concurridos incluso figuraron en el TT, por ejemplo, el Parque España, en la colonia Condesa, o Villa Olímpica, donde miles de jóvenes, que llegaban en motocicletas, bicicletas o a pie, colaboraron para concentrar los víveres y medicamentos donados por la población. Durante los días 21, 22 y 23 de septiembre, #AquíSeNecesita o #AquíNecesitamos fueron la señal con la cual se procuraba distribuir de forma equitativa la ayuda solidaria.

Entre las direcciones mencionadas en el TT del día 20, se encontraba Zacatecas 126, lugar donde se ubica el restaurante Broka Bistrot, y que se autodenominó comedor comunitario para damnificados y voluntarios, al igual que otros restaurantes aledaños a las zonas afectadas en las colonias Del Valle, Condesa, Roma o Narvarte, que tomaron la iniciativa de ofrecer comida gratis, red eléctrica y servicio de Internet. Las redes se vieron inundadas de tuits y retuits emitidos por los propietarios de restaurantes, comensales o tuiteros, como los siguientes: “quien necesite comida (para médicos, rescatistas, motociclistas y apoyo), estamos regalando comida n Broka Bistrot n Zacatecas 126 Col Roma RT” (Velasco, 20 de septiembre de 2017). “Desde las 9:00 am, estaremos ofreciendo comida agua, café y té GRATIS, para los rescatistas y los afectados del sismo. Tenemos wifi” (InasCDMX, 20 de septiembre de 2017).³

La atención de Twitter no se concentró sólo en la Ciudad de México, sino que también hubo llamados de ayuda para los estados de Morelos y Puebla, o para las localidades de Jojutla y Hueyapan, que recibieron menor atención de las televisoras, enfocadas principalmente en transmitir labores de rescate en edificios colapsados en la Ciudad de México: “Favor de compartir! #Puebla! #sismo Comedor de #Analco comida gratis a damnificados. El comedor parroquial de Analco proporciona alimentación para damnificados: Hoy comida de 14:00 a 16:00 hrs Cena de 19:00 a 21:00 hrs Jueves y viernes: desayuno de 8:00 a 9:00 hrs, comida y cena en el mismo horario” (Aguilar, 20 de septiembre de 2017). El interés

² Por cierto, este *hashtag* ha permanecido vigente para denunciar la falta de apoyo oficial a más de 2000 damnificados, que unidos en asamblea han expuesto una y otra vez sus demandas frente a la negligencia de las autoridades para reconstruir sus edificios.

³ En todos los tuits citados se mantienen la ortografía y la puntuación originales.

por apoyar se mantuvo presente varios días después del sismo, como se ejemplifica en este llamado emitido una semana después: “#URGENTE #ayuda #PUEBLA SE NECESITA TRANSPORTE PARA LLEVAR #BRIGADISTAS @CentralPuebla @PueblaenLinea #SISMO #Aristegui #IzucarDeMatamoros” (LetStarColdplay, 26 de septiembre de 2017).

Más allá del beneplácito por la solidaridad con la cual la población reaccionó, también se iba dimensionando la magnitud de la tragedia. Así, comenzaron a compartirse las cifras fatídicas: “Suman 273”, se anunciaba el 21 de septiembre; “Suman 324”, el 25 de septiembre. A la postre, de acuerdo con la Coordinación Nacional de Protección Civil, 358 personas perdieron la vida: 217 de ellas en la Ciudad de México, 74 en Morelos, 45 en Puebla, 15 en el Estado de México, seis en Guerrero y una en Oaxaca.

Además de los reportes generales de víctimas, Twitter fue también el medio con el que se compartieron tragedias singulares. Por ejemplo, la historia de Erick Gaona, quien murió por sacar las pertenencias de sus compañeras del edificio colapsado en Medellín 176, y a quien, durante casi 48 horas, parada sobre los escombros del edificio colapsado y esperanzada de verlo salir con vida, su hermana le brindaba palabras de aliento por medio de un megáfono.

Uno de los episodios emblemáticos originado como consecuencia del sismo tuvo como escenario el Colegio Rébsamen, ubicado al sur de la Ciudad de México, cuyo derrumbe provocó la muerte de 25 personas, entre ellas 21 niños, y que en los siguientes días atrajo poderosamente la atención de los medios masivos, especialmente de Televisa, que concentró en este lugar sus transmisiones durante varias horas continuas, que terminaron por convertirse en un *reality show*. El nombre de Frida Sofía figuró en el TT los días 20 y 21 de septiembre, ante la ansiedad masiva que provocó, primero, el intento por rescatarla y luego la información de que nunca hubo tal niña, y que todo había sido un espectáculo mediático, “una tragedia necesitada de símbolos y de las televisoras hambrientas de rating” (Villamil, 2017).

Las redes estallaron con tuits enardecidos, videos de personas furiosas ante el engaño, gifs o videos en *loop* para expresar el estupor ante las confusiones y los desmentidos de Televisa y de funcionarios de la Secretaría de Marina y de la Secretaría de Educación Pública que durante varias horas habían permanecido a la espera del feliz rescate: “#ApagaTelevisa cuando supe que #FridaSofia estaba bajo los escombros dormí con la angustia y desperté con la desilusión #Rébsamen” (Stephany, 21 de sep-

tiembre de 2017); “Yo creo que ahora sí se #ApagaTelevisa totalmente... #fridasofia #rébsamen” (Agus, 21 de septiembre de 2017).

Como reacción de protesta, durante 15 horas y 40 minutos, el 22 de septiembre la consigna #ApagaTelevisa se mantuvo en el segundo lugar del TT. Una peculiar reacción de los tuiteros, en relación con este mismo tema, se registró a raíz de la retransmisión en TV Azteca del capítulo de “Timmy O’Toole” de la serie Los Simpson, cuyo argumento gira en torno a los intentos por rescatar a un niño supuestamente atrapado en un pozo, que moviliza a los pobladores de Springfield, argumento que indudablemente remitía a lo ocurrido con la niña Frida Sofía. Los tuiteros no dudaron en sumarse a esta satírica reacción de una de las televisoras en contra del montaje mediático emprendido por Televisa, su cadena competidora (Díaz, 2017). Por cierto, de acuerdo con Federico Arreola (2017), #ApagaTelevisa no lo generaron los tuiteros, sino que inicialmente fue alimentado con cuentas *bots* que lograron posicionar el TT crítico, misma estrategia con la cual se posicionó Timmy O’Toole “a través de cuentas bots y tuitstar/mercenarios”.

Otra Frida, esta vez verdadera, también se volvió un personaje emblemático luego del sismo. Nos referimos a la más célebre integrante de la Unidad Canina de la Secretaría de Marina. Ella y otros héroes caninos figuraron profusamente tanto en las redes sociales como en las televisoras. Ataviados con botas y *googles* y ayudados por su prodigioso olfato, lograron encontrar decenas de víctimas atrapadas entre los escombros. Las fotografías de Frida y otros canes se volvieron virales, y Frida fue una de las interlocutoras predilectas de los tuiteros: “Gracias Frida por la luz y esperanza que nos regalas con tu trabajo!” (Vivar, 21 de septiembre de 2017). Tal pareciera que la coincidencia en el nombre entre la inexistente Frida Sofía y Frida dio algo de consuelo a la ciudadanía que se sintió burlada: “Gracias, Frida, por lo menos tú sí eres real” (Gálvez, 22 de septiembre de 2017).

El afán de reconocimiento a la labor de los perros rescatistas propició que en el TT figuraran #perrosrescatistas #HéroesSinCapa y Paw Patrol, serie animada canadiense, protagonizada por cachorros con grandes habilidades para proteger a la población, y que fueron comparados con los que participaron en el 19s: “Cuando la realidad supera la ficción. Frida & Evil. Los verdaderos Paw Patrol” (Díaz, 22 de septiembre de 2017). “Paw Patrol existe! Y son de México!!! #sismo #mexico #ayudamexico #teamomexico @MascotasSismo” (Ramírez, 21 de septiembre de 2017).

También con estos *hashtags* hubo llamados para la donación de croquetas y botas para los perros (incluso se distribuían por medio de las redes los patrones para confeccionarlas): “Me piden apoyo: 5 botas tamaño XL y un par tamaño L para perros rescatistas en edificio de Petén y Zapata. Urgen botas #Verificado19S” (Lozano, 22 de septiembre de 2017). Por cierto, en un acto que las immortalizará, las botas de la célebre Frida y las de su entrenador fueron donadas en enero de 2018 al Museo del Calzado en la Ciudad de México (*El Universal*, 2018), además de que en noviembre de 2017, Frida fue condecorada con la medalla Pagés Llergo (*La Razón*, 2017).

Un sitio que también se volvió famoso por esos días fue el Parque Lincoln, en la colonia Condesa, que el 24 de septiembre figuró en el TT al convertirse en un espacio para realizar un censo de mascotas extra-aviadas, tema que con frecuencia se relacionó con la heroica participación de los perros rescatistas.

LAS REDES COLABORATIVAS Y EL 19S

Además de todas las experiencias positivas que trajo consigo el uso de las redes, también se hizo visible el riesgo de la desinformación, principalmente por medio de WhatsApp y, en menor medida, Facebook, cuyo diseño no permite un monitoreo público de lo que los usuarios comparten con sus contactos. En efecto, sobrevino un alud de desinformación y de confusión respecto a edificios, plazas, puentes o segundos pisos en riesgo de colapsar, alertas ante inminentes y aún más devastadores temblores, ensayos nucleares en Corea que “habían originado el sismo” y “expertos” que avalaban esta información. Si bien las *fake news* o noticias falsas existen desde tiempo atrás, el clima de pánico y desolación reinante en estos días contribuyó a su proliferación; además, en medio de las tareas de rescate, los datos erróneos o desactualizados trajeron consigo problemas prácticos: “El raudal de información pronto se volvió desinformación y suscitó otro fenómeno: el exceso de voluntarios en diversos sitios” (Beamonte, 2017).

Frente a estas circunstancias, se registraron importantes iniciativas ciudadanas que, valiéndose de las propias redes que habían contribuido a la desinformación, pusieron en marcha estrategias para prevenirla. Destaca, en este sentido, la plataforma digital #Verificado19S, diseñada para verificar y organizar la información en tiempo real, por medio de

mapas interactivos y una base de datos colaborativa que permitía verificar la información sobre edificios en riesgo, informar con precisión qué faltaba o sobraba en albergues y centros de acopio. En la página de esta plataforma se menciona a algunos de los voluntarios ciudadanos y organizaciones que se sumaron a su creación:

Ahora, Artículo 19, Ayuda Óptima, Bicitekas, CartoCrítica, Cítrico Gráfico, Centro Pro de Derechos Humanos, Cencos, Codeando México, Cultura Colectiva, Data Cívica, Datank.ai, Democracia Deliberada, Devf, Fósforo, Horizontal, La Lonja MX, OPI, Oxfam, Revista Paradigmas, R3D, Serapaz, Social TIC, The Data Pub, Tú Constituyente; con el apoyo de Google, McKinsey y Vice (Verificado19S).

Prácticamente todos los días después del 19S, #Verificado19S (o su variante #VerificadoS19) figuraron en la lista de TT, y sirvieron no sólo para alertar y prevenir contra la desinformación, sino para dar información útil y confiable sobre quién necesitaba ayuda y cómo podía ofrecerla. Con gran habilidad en el manejo de las redes, los jóvenes creadores de la plataforma pusieron a disposición de la ciudadanía “mapas de crisis” para reportar daños, centros de acopio, albergues, derrumbes, puntos de acceso a Internet libre, y muchos otros servicios.

Así resume Alberto Serdán, uno de los voluntarios que se sumaron al movimiento la experiencia que le tocó vivir:

#Verificado19s montó una red de diseñadores que, cuando era imposible satisfacer las necesidades a través de las redes personales, buscaba ayuda en las redes sociales y las cuentas institucionales de diversas organizaciones que participaron activamente en la iniciativa publicaban estas necesidades. Por su parte, grandes grupos de tuiteros difundían la información, de modo que fue posible conseguir lo necesario y llevarlo a donde se necesitaba (Serdán, 2017).

Días después, en la simbólica fecha del 2 de octubre, los impulsores de esta iniciativa cuestionaban, con toda lógica, por qué el gobierno había sido “incapaz de establecer en tiempo y forma real y de forma veraz una red de logística: acopio, almacenamiento, distribución y entrega de herramientas materiales, equipo, medicamentos, víveres, mano de obra y especialistas en las zonas de riesgo y de derrumbe” (Aristegui Noticias, 2017).

Otra experiencia de organización digital en contra de la desinformación fue #InfoReal, autodefinido como un sitio web de origen ciudadano que

buscaba difundir información veraz publicada por medio de Twitter, y que puso a disposición de los usuarios el sitio inforeal.mx para garantizar reportes de daños o requerimientos de donativos doblemente verificados. #InfoReal se mantuvo en la lista de los TT del 22 al 24 de septiembre.

Entre otras iniciativas, #InfoReal conformó un mapa colaborativo, diseñado con asistencia de ingenieros voluntarios de Google para integrar fuentes de información y automatizar los procesos de carga de datos (InfoReal, 2017). El mapa reúne información de fuentes tales como Estrategia Digital Nacional, Waze, Codeando México, el Centro de Atención de Emergencias de la Ciudad de México, Harvard y el MIT. Se construyó sobre la plataforma de Google Maps, Google Cloud y la herramienta de Crisis Maps de Google.org.

El sismo provocó grietas en varios edificios, que tenían en constante zozobra a miles de personas. Para resolver su agobio, se diseñó otra interesante estrategia de redes colaborativas: #RevisaMiGrieta, con la cual la población contaba con el apoyo solidario de arquitectos, bien fuera profesionales en activo o estudiantes de dicha carrera, para asistir a quienes estuvieran preocupados por las grietas que aparecieron en múltiples edificios. Un mecanismo muy socorrido era el envío de fotografías de grietas preocupantes a las cuentas de usuarios expertos, quienes luego de revisarlas lograban tranquilizar o alertar a quienes habitaran o trabajaran en edificios dañados. Así, desde el primer día comenzaron a proliferar los tuits de quienes no dudaban en compartir su experiencia profesional, con frecuencia acompañados de imágenes de grietas clasificadas de acuerdo con su nivel de peligrosidad para prevenir o para tranquilizar a la población, por ejemplo: “Amigos soy ingeniero civil, si en sus casas algún muro presenta alguna de las siguientes fallas desalojen de inmediato #revisamigrieta RTpls” (Elric, 19 de septiembre de 2017).

Por último, un servicio colaborativo se brindó con la etiqueta #AlternativaVial, que daba información sobre opciones de circulación para los automovilistas que tuviesen que transitar por alguna de las múltiples zonas acordonadas como consecuencia de edificios colapsados.

LA IDENTIDAD COLECTIVA COMO ALICIENTE

Las redes sociales, y Twitter no fue la excepción, resultaron también esenciales para reafirmar sentimientos de pertenencia e identidad con los cuales la población buscaba alicientes para sobrellevar la tragedia.

Ateniéndonos a la definición de identidad que propone Gilberto Giménez (2005), como la “apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad”, los sismos de 2017 fueron un disparador de estos repertorios, entre los que figuraban valores como la solidaridad, la capacidad de autoorganización para responder a la tragedia o el orgullo de ser mexicanos (de hecho, #MeLlenaDeOrgulloVer estuvo en el TT el 22 de septiembre).

Con *hashtags* que aludían al país en su conjunto o a entidades específicas, los tuiteros expresaban su reconocimiento a quienes participaban en las tareas de rescate; tal fue el caso de mensajes que incluían #FuerteMéxico, #FuerzaMéxico, MéxicoEstáDePie, #SomosPuebla, #PueblaSigueDePie, #HoyPorMorelos. En el mes de diciembre, el periódico *Huffpost* (2017) señalaba que la solidaridad entre los mexicanos se reconocía como lo más destacado entre lo que se publicó en Twitter en 2017 en México.

Otros elementos también contribuyeron a estos discursos de construcción identitaria. Tal fue el caso de la canción “Cielito lindo”, que al día siguiente del sismo ya figuraba en el TT. Al unísono, redes sociales y televisoras difundían videos con personas entonando esta canción típica mexicana para darse ánimo en la tragedia, o para festejar el rescate de sobrevivientes. “Gracias a ellas [las redes] además, cada ciudadano que tuiteaba o enviaba mensajes acerca de su participación en tareas de rescate y acopio construía su propia identidad en conjunción con otros muchos” (Trejo Delarbre, 2017).

Además de retomar elementos simbólicos previamente asociados con la identidad mexicana, emergieron otros discursos en forma de memes, fotografías o incluso poemas. Por ejemplo, se viralizaban fotografías de los perros rescatistas junto a la bandera de México y acompañadas de fervientes muestras de agradecimiento. Otra imagen que se hizo viral fue captada por el fotoperiodista de *Reforma* Alejandro Velázquez (se volvió TT el 21 de septiembre), y mostraba cómo los voluntarios trabajaban bajo la lluvia en la noche del miércoles; en pocas horas fue retuiteada más de 4000 veces e incluso fue adoptada como perfil por numerosos usuarios. “#sismo Bajo la lluvia, de Alejandro Velázquez, nos regala una visión de lo que es la solidaridad entre los mexicanos. Es la sociedad civil” (Cienfuegos, 21 de septiembre de 2017).

El 22 de septiembre, el escritor y periodista Juan Villoro publicó en el diario *Reforma* el poema “El puño en alto”, que también se viralizó

en redes sociales. Durante dos días, el nombre del escritor estuvo en el TT y su poema, completo o en fragmentos, era compartido por los tuiteros; varios, incluso, leyeron en voz alta el poema y luego subían sus grabaciones a las redes. Simbolizaban así su reacción frente al significado del puño en alto, la reacción de la población que se conmovió ante las emotivas palabras con las que se rendía homenaje a las víctimas, a los rescatistas, a la población solidaria: “El puño en alto por Juan Villoro #sismo #México <se me salen las lágrimas... hace días)” (PaoZen, 22 de septiembre de 2017).

Otro elemento fuertemente asociado con la identidad mexicana es el fútbol, tema que por añadidura suele atraer la atención de los tuiteros, pues es común que los nombres de futbolistas o los marcadores de partidos sean objeto de conversaciones en la red. Así, no es de sorprender que figuraran en el TT los nombres de dos futbolistas. El 20 de septiembre, el nombre de Paco Jémez, técnico español del Cruz Azul, que salió a las calles para unirse a la ayuda con la recolección de víveres en un centro de acopio en la Plaza de Toros, fue ampliamente mencionado en Twitter. Otro deportista que también llegó al TT fue Raúl Jiménez, futbolista mexicano que, al abrir el marcador a favor del equipo Benfica de Portugal, envió un mensaje de solidaridad al país.

Reflexión aparte merece #FuerzaMéxico, frecuentemente utilizado por los usuarios de Twitter para acompañar sus mensajes de organización de tareas de rescate y acopio, o para ayudar a la localización de personas o incluso de perros extraviados. Con el mismo nombre, Fuerza México, fue creado un fideicomiso, con la participación de empresarios y gobierno federal, para obtener y concentrar recursos para la reconstrucción (*Proceso*, 2017), tema que por cierto sigue como una agenda pendiente por resolver para miles de damnificados que perdieron su vivienda no sólo en la Ciudad de México, sino también en Oaxaca y Chiapas. Algunos meses después, el 16 de febrero de 2018, al percibirse un nuevo sismo en la Ciudad de México, #FuerzaMéxico se posicionaba en los primeros lugares del TT (*Milenio.com*, 2018). Al parecer, está en vías de convertirse en una frase capaz de condensar ánimo, solidaridad e identidad en situaciones de zozobra y emergencia.

Otro tema relevante fueron los donativos en efectivo y los mensajes de aliento que comenzaron a fluir por parte de la comunidad nacional e internacional; los tuiteros destacaban no sólo el monto de lo donado, sino también el sentido simbólico de estas acciones, como un aliento para seguir adelante con el rescate y la reconstrucción. El cantante canadiense

Shawn Mendes alcanzó notoriedad en Twitter al haber anunciado un donativo de 100 000 dólares. El 22 de septiembre, #MexicoEarthquake-Relief informaba sobre las organizaciones de ayuda humanitaria como Direct Relief o Global Giving, que desde diversos países del mundo se sumaban para apoyar a México.

La Fundación Carlos Slim también mereció la publicación de numerosos tuits. De hecho, ya había acaparado la atención desde el sismo de septiembre en Oaxaca y Chiapas, anunciado la aportación de cinco pesos por cada peso donado en apoyo a los damnificados de aquellas entidades. Al hacerse extensivo este ofrecimiento ante el nuevo episodio, también llamó la atención de los tuiteros.

AFLORA EL HARTAZGO SOCIAL

Además de las expresiones de orgullo, identidad y agradecimiento, que atraían por igual a redes sociales y a las cadenas de radio y televisión, no tardaron en aparecer las señales que daban cuenta del hartazgo social de la población frente a asuntos como la inequidad en el reparto del presupuesto destinado a los partidos políticos, así como la corrupción y la impunidad que paulatinamente se hacían visibles en las irregularidades que habían provocado el colapso de varios edificios.

En este sentido, destaca la amplia movilización para exigir que el dinero destinado a los partidos políticos fuese reorientado para la reconstrucción, sobre todo tomando en cuenta la inminente campaña electoral y el desmesurado, y para muchos inútil, presupuesto que se destina para las mismas. Así, el 20 de septiembre #PartidosDenSuDinero, que al día siguiente sería transformado (con un significativo ajuste en el pronombre posesivo) a #PartidosDenNuestroDinero, se mantuvo hasta el día 23 de septiembre. Una variante, #CeroDineroAPartidos, se detectó los días 25 y 26 de septiembre. De acuerdo con la plataforma digital Change.org, México creó el pico más alto de tráfico en la historia de esta herramienta, con “las exigencias de que los partidos políticos donen los casi siete mil millones de pesos que el INE les dará para sus campañas, y se utilicen para la reconstrucción” (*Excélsior*, 2017).

Al igual que ha ocurrido con otras movilizaciones sociales, no parece sorprender que la exigencia #PartidosDenNuestroDinero pasara del lugar 8 el 21 de septiembre, al 29 el día 22, y al 30 el día 23. Era evidente el malestar social que se hacía presente en las redes para denunciar la mala distribución de los donativos, así como los intentos de los partidos

o de los personajes políticos por tratar de obtener ventajas para su causa. Así, por ejemplo, con #TVAztecaMiente, se hacían visibles los conflictos entre las comunidades digitales y las televisoras. Buena parte de los tuits publicados el 24 de septiembre se relacionaban con la polémica para determinar “quién fue el partido que propuso originalmente devolver el dinero destinado para el proceso electoral” (*sinembargo.mx*, 2017); en las redes se debatía si la propuesta provenía de Morena, del PRI o del Frente Ciudadano.

Dos personajes políticos fueron notorio blanco de la ira o de la mofa en estos días: el gobernador de Morelos, Graco Ramírez, y el ex presidente Felipe Calderón. En el primer caso, el 22 de septiembre a lo largo de 18 horas, #RoboComoGraco se mantuvo en el primer lugar del TT nacional y, de hecho, estuvo en el tercero a nivel global según reportes de Trendinalia, para denunciar la presunta retención de despensas destinadas a los damnificados, por parte de Graco Ramírez, y la consecuente investigación iniciada por la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (Fepade) en su contra (Dávila, 2017). Otro *hashtag* relacionado con este tema fue #TuiterosVendidos, que los días 25 y 26 de septiembre figuró en el TT, y que se originó a partir de la existencia de una supuesta lista de *influencers* presuntamente “comprados” para negar que Graco Ramírez hubiese robado tráilers con víveres destinados a los damnificados.

En cuanto al ex presidente Calderón, a partir de un tuit difundido originalmente en la cuenta de Margarita Zavala, que mostraba a su esposo participando en labores de acopio, se realizó un montaje, donde una caja de víveres aparecía como una caja de cerveza; el meme fue viralizado y el 24 de septiembre llevó a Felipe Calderón al número 13 del TT. Éste fue, por cierto, uno de los escasos momentos humorísticos que por estos días circularon en las redes, que, como se ha visto en muchas otras ocasiones, suelen explotar el sentido lúdico en los mensajes que se comparten.

Otro tema que comenzó a suscitar amplia movilización fue la exigencia de la sociedad para intentar rescatar a las víctimas que aún pudieran permanecer vivas bajo los escombros, en lugar de realizar la demolición de edificios y con ello, presuntamente, ocultar posibles evidencias de vicios en las construcciones u otras irregularidades. Con #RescatePrimero se hacían llamados urgentes para evitar a toda costa que bulldozers o maquinaria pesada impidiera la tarea de los miles de rescatistas: “Rescatar a los vivos / Recuperar los restos de todos los caídos/ Darle certeza a sus

deudos / Antes que acelerar demolición #RescatePrimero” (Ibarra, 21 de septiembre de 2017).

El mismo sentido de denuncia estaría presente con #BrigadaFeminista, que aludía a un grupo formado por medio de Facebook, el propio 19 de septiembre, para convocar de forma individual o colectiva a mujeres dispuestas a participar en el rescate de otras mujeres. Por ello, buena parte de su actividad se concentró en un edificio colapsado en la esquina de Bolívar y Chimalpopoca, donde se encontraban varias fábricas textiles y algunos giros comerciales, y donde perdieron la vida al menos 21 personas, varias de ellas mujeres dedicadas a la confección, y que actualizó el triste recuerdo de las costureras que en 1985 habían perecido en talleres ubicados en la calle de San Antonio Abad. El 22 de septiembre #BrigadaFeminista registró gran actividad para informar sobre el robo de herramientas, víveres y artículos particulares de mujeres brigadistas.

Desde luego, entre el alud de tuits compartidos en estos días, no todos versaban sobre temas de interés para la comunidad. Por ejemplo, un día después del sismo, en el lugar 29, se ubicó Jornada 10, que respondía a las inquietudes ante la posibilidad de suspensión de la jornada 10 del torneo apertura 2017 del fútbol mexicano.

Twitter fue también el vehículo para compartir emociones individuales, especialmente el miedo y la angustia ante tantos desastres. Además de los temblores del 7 y del 19 de septiembre, y desde luego la coincidencia en la fecha de este sismo con el de 1985, el mes había traído consigo una tormenta tropical y dos huracanes que mantenían en vilo a los tuiteros. Este clima generalizado de zozobra se agudizó luego de que el sábado 23 de septiembre, a las 7:52 de la mañana, se activó la alerta sísmica, detonada por un movimiento telúrico de 6.1 grados con epicentro en Oaxaca. Ante este nuevo episodio, al igual que otras redes, Twitter fue el canal para el desahogo colectivo de quienes inundaron las redes con etiquetas como #alertasísmica, #FinDelMundo, Estoy a 1 y #HoyTengoFe.

Para el lunes 25 de septiembre, el tema del 19S comenzó a desaparecer de la lista de TT; sólo 13 de los 30 primeros lugares tenían relación con el mismo. Es probable que este aparente desinterés fuera resultado de mecanismos para controlar el flujo de la información en esta red e impedir que se hicieran visibles las movilizaciones sociales que trajo consigo el sismo, y que comenzaban a ganar fuerte presencia en la agenda tuiteira. Así, si bien figuraba en tercer lugar #ElSignificadoDeSerMexicano, etiqueta que aludía al orgullo colectivo por la reacción de los mexicanos frente al sismo, en los sitios 5 y 7 se registraron #CeroDineroALosPartidos

y #CorrupciónMatóNiños, que daban cuenta del malestar social provocado por el presupuesto erogado a los partidos políticos, así como por las denuncias de irregularidades en la construcción del Colegio Rébsamen. Por el mismo tema, Claudia Sheinbaum, quien a la sazón era delegada de Tlalpan, donde se encontraba el colegio, fue ampliamente mencionada en las redes, con motivo de una conferencia de prensa para dar a conocer las prevenciones que se habían formulado a las autoridades del colegio.

A una semana del sismo, comenzaba la remembranza: #Martes-Pasado19S, #19SMX, #DeAhoraEnAdelante... El tema del sismo iba desapareciendo de los medios tradicionales. Los damnificados y sus exigencias, al igual como ha ocurrido en otros momentos de la historia reciente, paulatinamente sufrieron el proceso de ser invisibilizados para dar paso a las palabras de concordia que parecían neutralizar el poder movilizador de las redes sociales: #MiPensamientoParaMéxico, #ElSignificadoDeSerMexicano.

No obstante, aunque aparentemente acallada, y ante las necesidades aún no resueltas de los miles de mexicanos que perdieron familia y amigos, vivienda y pertenencias, seguía latente la convicción de reactivar, tarde o temprano, la fuerza colectiva demostrada en estos días. Como lo expresara una de tantas integrantes de la comunidad tuitera: “Yo sólo espero que esa unión que nació el 19S entre los mexicanos no muera nunca más, ni con el peor de los desastres #MexicoNosNecesita” (Claudia, 25 de septiembre de 2017).

CONCLUSIONES

Culmina así esta lectura de los 139 *hashtags* alusivos al 19S que ocuparon alguno entre los 30 primeros sitios del TT en Twitter a lo largo de una semana después del sismo. Si bien pudo parecer utópico analizar, en forma coherente y sistemática, una red en la que circulan millones de mensajes, hay que mencionar que para este tipo de discursos complejos suele ser útil apoyarse en propuestas como las que provienen de la teoría del caos (Mosko, 2005), que proponen que fenómenos que a simple vista aparecen como faltos de orden y enmarañados poseen un orden establecido y que, al encadenarse, forman un cúmulo de sentidos determinados.

Para interpretar el discurso de las redes sociales, el concepto de vórtice, metáfora retomada de la teoría del caos y que originalmente se refiere a un remolino que avanza y arrastra todo a su paso, ayuda a comprender cada tuit como un producto azaroso y revuelto y, no obstante, insepara-

ble del río (metáfora que podría ayudar a comprender cómo funcionan las redes sociales) del cual forma parte. Así, cada discurso individual no puede desprenderse del conjunto mayor que lo ha creado. En este sentido, el análisis de las redes sociales se allana de forma milagrosa, pues al centrarnos en conjuntos reducidos (en este caso, en los *hashtags* y nombres que figuraron en el TT), fue posible determinar la estructura mayor que les fue dando forma y que se convertiría así en una radiografía de la sociedad mexicana en estos azarosos y aleccionadores días.

Entre las funciones desempeñadas por Twitter destaca haber servido como un canal para organizar y coordinar las múltiples iniciativas individuales que afloraron espontáneamente para brindar ayuda ante la emergencia. Fue también una importante vía para concientizar a la población en torno a los intentos de desinformación y manipulación mediática, como el atestiguado con el caso de la inexistente Frida Sofía.

Si bien las redes sociales fueron en buena medida un factor que contribuyó a la proliferación de *fake news*, paradójicamente la misma red, en especial Twitter, demostró ser un eficaz mecanismo para alertar y prevenir sobre las mismas o incluso para minimizar sus efectos.

Un caso memorable en este episodio fue el surgimiento de #Verificado19S, impulsado por iniciativas individuales y colectivas y por cuya trascendencia bien podría compararse con otros momentos paradigmáticos de movilización social alentada por Twitter, como fue el movimiento #YoSoy132, originado en el marco de las elecciones de 2012. En ambos episodios hay un importante elemento común: las redes sociales, si bien demostraron ser un valioso canal, por sí mismas no bastaron para lograr el cambio o resolver conflictos o problemáticas de diversa naturaleza; se comprobó que las redes “coadyuvan a la movilización social, pero no reemplazan otras formas convencionales o, en todo caso, menos virtuales” (Salgado Andrade, 2013: 230). Es preciso que, más allá de una presencia digital, exista la movilización presencial, ya sea para el debate y la confrontación de ideas (como ocurrió con #YoSoy132), o para sumarse a causas que exijan la ayuda colectiva (como ocurrió con #Verificado19S y las incontables experiencias de ayuda y solidaridad protagonizadas por la población en estos días).

Quedó también demostrado que la construcción de la identidad y el orgullo colectivos, que forman parte constante de la agenda de los medios audiovisuales, ha encontrado en las redes un valioso aliado.

Por último, se expresó con fuerza el malestar social de muchos ciudadanos ante la inequidad, la injusticia, la corrupción y la impunidad que

han asolado a México desde hace décadas. Más allá de la remembranza y la conmemoración, y de que están aún pendientes las tareas de reconstrucción y la paulatina vuelta a la normalidad de los afectados, conviene tener presentes las lecciones que nos dejó el sismo y la movilización social desplegada a raíz del mismo. Tal vez ésta sería una buena forma de rendir memoria a quienes sucumbieron el 19 de septiembre.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- AGUILAR, Joyce (20 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/chemicaljoyce/status/910672846174674944>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- AGUS (21 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/gutycookie/status/910963388649373696>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- ARISTEGUI NOTICIAS (2017). “Jóvenes que impulsaron #Verificado19S cuestionan acciones del gobierno tras sismos”. 2 de octubre. Disponible en <<https://aristeguinoticias.com/0210/mexico/jovenes-que-impulsaron-verificado19s-cuestionan-acciones-del-gobierno-tras-sismos/>> [última consulta: 27 de marzo de 2018].
- ARREOLA, Federico (2017). “Videos del sismo: Televisa arrasa; bien Aristegui; Proceso, amarillista; TV Azteca y su guerra”. SDPnoticias.com. 23 de septiembre. Disponible en <<https://www.sdpnoticias.com/nacional/2017/09/23/videos-del-sismo-televisa-arrasa-bien-aristegui-proceso-amarillista-tv-azteca-y-su-guerra>> [última consulta: 27 de marzo de 2018].
- BEAMONTE, Paloma (2017). “#Verificado19S: la importancia de la verificación de datos para ayudar en la tragedia”. *Hipertextual*. 26 de septiembre. Disponible en <<https://hipertextual.com/2017/09/verificado19s-importancia-verificacion-datos-ayudar-tragedia>> [última consulta: 26 de marzo de 2018].
- BEDFORD, Simon (2017). “Análisis de tweets sobre el terremoto en México”. *Data Science*. 24 de septiembre. Disponible en <<https://simonb83.github.io/mexico-earthquake-tweets.html>> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

CIENFUEGOS, Ixca (21 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/IxcaC/status/911019771151343616>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

CLAUDIA (25 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/KINAOI/status/912524371637522432>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

CABLE NEWS NETWORK (CNN) (2018). “México mide el estado de ánimo de sus tuiteros: ¿son más positivos o negativos?” 16 de enero. Disponible en <<http://cnnespanol.cnn.com/2018/01/16/mexico-estado-animo-tuiteros-twitter-inegi/>> [última consulta: 30 de marzo de 2018].

DÁVILA, Patricia (2017). “La Fepade investiga a Graco Ramírez por presunta retención de apoyo a damnificados”. *Proceso*. 22 de septiembre. Disponible en <<http://www.proceso.com.mx/504576/la-fepade-investiga-a-graco-ramirez-presunta-retencion-apoyo-a-damnificados>> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

DÍAZ, Cristina (2017). “Azteca transmitió el capítulo de ‘Timmy O’Toole’ de Los Simpson, y Twitter reaccionó así”. *Huffpost*. 22 de septiembre. Disponible en <https://www.huffingtonpost.com.mx/2017/09/22/azteca-transmitio-el-capitulo-de-timmy-otoole-de-los-simpson-y-twitter-reacciono-asi_a_23219391/> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

DÍAZ, Rafael (20 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/RaffaDiiaz/status/911238320738447360>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

EL UNIVERSAL (2018). “Frida, heroína del 19-S, dona sus botas al museo del calzado”. 26 de enero. Disponible en <<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/frida-heroina-del-19-s-dona-sus-botitas-al-museo-del-calzado>> [última consulta: 2 de abril de 2018].

ELRIC, Edward (19 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/UnTaIHeisenberg/status/910382550996135936>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

EXCÉLSIOR (2017). “Mexicanos piden que partidos donen el dinero de sus campañas”. 21 de septiembre. Disponible en <<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/09/21/1189786>> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

- GÁLVEZ, Alejandra (22 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/AlrakGalvez/status/911269512883949568>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- GIMÉNEZ, Gilberto (2005) “La cultura como identidad y la identidad como cultura” [en línea] Disponible en <<http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>> [última consulta: 28 de marzo de 2018].
- HUFFPOST (2017). “La solidaridad entre los mexicanos, lo más destacado en Twitter este 2017”. 6 de diciembre. Disponible en: <https://www.huffingtonpost.com.mx/2017/12/06/la-solidaridad-entre-los-mexicanos-lo-mas-destacado-en-twitter-este-2017_a_23298968/> [última consulta: 28 de marzo de 2018].
- IBARRA, Epigmenio (21 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/epigmenioibarra/status/911045794786152449>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- INASCDMX (20 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/Inascdmx/status/910486183758532611>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- INFOREAL (2017). “Mapa colaborativo por Google” [en línea]. Disponible en <http://inforeal.mx/?page_id=38> [última consulta: 26 de marzo de 2018].
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI) (2017) “Estado de ánimo de los tuiteros en los Estados Unidos Mexicanos”. Disponible en <http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825099718.pdf> [última consulta: 30 de marzo de 2018].
- JAKOBSON, Roman (1981). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
- LETSTARCOLDPLAY (26 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/Let2Star/status/912933822387359749>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- LA RAZÓN (2017). “Premian con el Pagés Llergo a la perrita Frida”. 16 de noviembre. Disponible en <<https://www.razon.com.mx/premian-con-el-pages-llergo-a-la-perrita-frida/>> [última consulta: 31 de marzo de 2018].

- LOZANO, Genaro (22 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/genarolozano/status/911236666010034183>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- MILENIO.COM (2018). “El hashtag #FuerzaMéxico revive tras sismo de 7.2”. 16 de febrero. Disponible en <http://www.milenio.com/tendencias/fuerza-mexico-twitter-sismo-mexico-cdmx_0_1123088056.html> [última consulta: 28 de marzo de 2018].
- MOSKO, Mark S. (2005). “Introduction: a (re)turn to chaos: chaos theory, the sciences and social anthropological theory”. En *On the Order of Chaos. Social Anthropology and the Science of Chaos*, compilado por Mark S. Mosko y Fred Damon, 1-46. Oxford: Berghahn Books.
- PAOZEN (22 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/PaoZen/status/911244665843830784>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- PROCESO (2017). “Crean fideicomiso ‘Fuerza México’ para la reconstrucción tras los sismos”. 21 de septiembre. Disponible en <<http://www.proceso.com.mx/504362/crean-fideicomiso-fuerza-mexico-la-reconstruccion-tras-los-sismos>> [última consulta: 28 de marzo de 2018].
- RAMÍREZ, Elena (21 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Disponible en <<https://twitter.com/elenaramirez/status/910896329584394240>> [última consulta: 14 de abril de 2018].
- REACHLOCAL (2018). “19-S en las redes sociales. Datos e interacciones a un mes del sismo”. Disponible en <<http://blog.reachlocal.mx/19-s-en-las-redes-sociales-datos-e-interacciones-a-mes-del-temblor/>> [última consulta: 25 de marzo de 2018].
- SALGADO ANDRADE, Eva (2013). “Twitter en la campaña electoral de 2012”. *Desacatos* 42: 217-232.
- SALGADO ANDRADE, Eva (2017). “Los tuiteros frente al poder: estrategias de la confrontación discursiva”. En *Estudios del discurso en México: nuevas prácticas, nuevos enfoques*, compilado por Laura Hernández Ruiz y Eva Salgado Andrade, 455-472. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- SERDÁN, Alberto (2017). “Lo que vi en #Verificado19S”. *Animal Político*. 27 de septiembre. Disponible en <<https://www.animalpolitico.com/>>

blogueros-el-dato-checado/2017/09/27/lo-vi-verificado19s/> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

SERVICIO SISMOLOGICO NACIONAL (2017). “Reporte especial. Sismo del día 19 de septiembre de 2017, Puebla-Morelos (M 7.1)”. Disponible en <http://www.ssn.unam.mx/sismicidad/reportes-especiales/2017/SSNMX_rep_esp_20170919_Puebla-Morelos_M71.pdf> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

SINEMBARGO.MX (2017). “Partidos y dinero. Terremoto, su impacto en la política”. 27 de septiembre. Disponible en <<http://www.sinembargo.mx/27-09-2017/3316649>> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

STEPHANY (21 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <https://twitter.com/stephani_lu/status/911121205628940288> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TREJO DELARBRE, Raúl (2017). “El #sismo en las redes”. Crónica.com.mx. 16 de octubre. Disponible en <<http://www.cronica.com.mx/notas/2017/1048058.html>> [última consulta: 27 de marzo de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (19 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170919.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (20 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170920.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (21 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170921.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (22 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170922.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (23 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170923.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (24 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170924.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (25 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170925.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

TRENDINALIA MÉXICO (26 de septiembre de 2017). Disponible en <<http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170926.html>> [última consulta: 14 de abril de 2018].

VELASCO, Dani (20 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <https://twitter.com/danito_v/status/910627846082543616> [última consulta: 14 de abril de 2018].

VERIFICADO19S [en línea]. “¿Cómo surgimos?”. Disponible en <<http://www.verificado19s.org/#nosotros>> [última consulta: 26 de marzo de 2018].

VILLAMIL, Jenaro (2017). “El reality de Frida Sofía o la desmesura mediática de Televisa”. *Proceso*. 21 de septiembre. Disponible en: <<https://www.proceso.com.mx/504314/reality-frida-sofia-la-desmesura-mediatica-televisa>> [última consulta: 28 de marzo de 2018].

VILLORO, Juan (2017). “El puño en alto”. *Reforma*. 22 de septiembre. Disponible en <<https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?id=120530&urlredirect=https://www.reforma.com/aplicaciones/editoriales/editorial.aspx?id=120530>> [última consulta: 2 de abril de 2018].

VIVAR, María Fernanda (21 de septiembre de 2017). Tuit [en línea]. Twitter. Disponible en <<https://twitter.com/FerVivarG/status/910893426538823680>> [última consulta: 14 de abril de 2018].