


Repertorios de la rabia: Las mercaditas feministas en el continuo en línea y fuera de línea¹

Carla Verónica Carpio Pacheco
Universidad Nacional Autónoma de México (México) ✉ 

<https://doi.org/10.5209/tekn.90238>

Recibido: 1 de julio de 2023 • Aceptado: 20 de octubre de 2023 • OPR

ES Resumen. Un impulso rabioso llevó a mujeres en la ciudad de México a ocupar estaciones del metro para protestar contra la violencia de género, en particular de tipo económico, en una crisis agudizada por la pandemia de COVID-19. La convocatoria fue a través de redes sociodigitales y la forma de protestar consistió en la ocupación del espacio público vendiendo e intercambiando ropa de segunda mano y artículos autogestivos. El objetivo de este artículo es mostrar, a partir de cinco colectivas que protestan, qué formatos ha tomado la manifestación de la rabia, qué prácticas llevan a cabo y cómo a partir de la indignación realizan una ocupación creativa y pacífica del espacio público. Para ello se utiliza una metodología cualitativa basada en la etnografía digital en sus redes sociales y observación participante en los lugares que ocupan. Como resultado, se identificaron cuatro prácticas donde intervienen emociones y vínculos afectivos en la configuración de identidades colectivas y formas de actuación en línea y fuera de línea.

Palabras clave: emociones; espacio público; etnografía digital; violencia de género.

ENG Repertoires of rage: The feminist mercaditas in the online and offline continuum

Abstract. An impulse of rage led women in Mexico City to occupy metro stations in protest against gender violence, particularly economic violence, exacerbated by the COVID-19 pandemic. This call to action was disseminated through sociodigital networks, and the form of protest involved taking over public spaces to sell and exchange second-hand clothing and hand-made items. The objective of this article is to showcase, via five protesting collectives, the various forms that the expression of rage has taken, the practices they undertake, and how they creatively and peacefully occupy public spaces driven by their indignation. Qualitative methodology including digital ethnography of their social networks and participant observation at the occupied locations was used for this purpose. As a result, the study identified four practices where emotions and affective bonds play a role in shaping collective identities and modes of action, both online and offline.

Keywords: digital ethnography; gender violence; emotions; public space.

Sumario. 1. Introducción. 2. Mercaditas y escuela de la rabia. 3. El continuo online-offline. 4. Conclusiones. 5. Disponibilidad de datos depositados. 6. Referencias.

Como citar: Carpio Pacheco, Carla Verónica (2024). Repertorios de la rabia: Las mercaditas feministas en el continuo en línea y fuera de línea *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales* 21(1), 59-67. <https://doi.org/10.5209/tekn.90238>

1. Introducción

Una característica del movimiento feminista en la actualidad es su masificación, en particular desde 2015, cuando se diseminó la semilla feminista por la región latinoamericana movida «por un impulso de emoción e instrumentado digitalmente» (Lamas, 2021, p. 164). Dicho impulso, está orientado por el

dolor, la rabia y el hartazgo que configuran de forma particular esta oleada del feminismo del siglo XXI (Álvarez, 2020; Lamas, 2021).

Estas movilizaciones han adquirido un «lenguaje, estrategias de acción, un hábil manejo de las redes sociales y demandas ‘muy propias’ que definen su singularidad y en buena medida también su

¹ Estancia postdoctoral del Centro de Investigaciones y Estudios de Género (CIEG) de la UNAM, bajo la dirección de la Dra. Marta Lamas.

pertenencia a una nueva generación» (Álvarez, 2020, p. 158). Al mismo tiempo, el alcance de sus formatos de actuación ha marcado tendencia fuera del feminismo, por lo cual se habla incluso de un «devenir feminista o feminización de las movilizaciones sociales» (Rovira, 2018, p. 224). Asimismo, se observa una creciente adopción de prácticas por medio de las cuáles hombres y mujeres, cuestionan «los liderazgos unipersonales y los modelos heroicos –muy ligados a la visión patriarcal de la tradición revolucionaria–» (Rovira, 2018, p. 225).

Como señala Guiomar Rovira (2013, p. 113), desde la primera década del presente siglo, la definición de movimiento social se asemeja cada vez más a «redes activistas que aparecen como enjambres de individuos» conectados a partir del uso cada vez más amplio y mejor instrumentado de Internet y las tecnologías digitales. En ese tenor, «la praxis feminista en-línea» ha utilizado «una variedad de formas de agencia, y en concreto, de formas de elaboración de redes sociales que propician la articulación de nuevas redes sociales» (Núñez, 2011, p. 87).

A su vez, las formas de actuación de los movimientos sociales como el feminista en la actualidad se vinculan cada vez más con la politización de la vida cotidiana que prefigura el futuro deseado por medio de prácticas para cambiar el aquí y el ahora. Por ello, autores como Rovira (2018) y Tommaso Gravante (2023) sugieren entenderlos desde un enfoque de la política prefigurativa, puesto que «la práctica prefigurativa se realiza buscando una coherencia de valores, normas y emociones entre medios y fines» (Gravante, 2023, p.139). Las emociones son una variable explicativa cuando analizamos activismos de base, ya que nos dan una idea tanto de su horizonte futuro como de sus estrategias de actuación.

El objetivo de este artículo es mostrar, a partir de cinco colectivas que protestan contra la violencia económica en la ciudad de México, qué formatos ha tomado la manifestación de la rabia tanto en línea como en las calles y plazas de la ciudad, qué prácticas han llevado a cabo y cómo a partir de la indignación realizan una ocupación creativa y pacífica del espacio público. La pregunta que guía las reflexiones gira en torno a ¿cómo se relaciona la rabia de las mujeres con el activismo en estos espacios y cómo podría servir para impulsar el cambio social y político?

Para ello, en la primera parte se aborda la rabia como una emoción justa y «una energía capaz de movilizar otras energías» (Rivera Garza, 2022, p. 34) a través de la ‘escuela de la rabia’ que propone la escritora Cristina Rivera Garza. Posteriormente, siguiendo la tipología de las emociones que sugiere el sociólogo James M. Jasper (2012), así como las precisiones sobre la indignación que hace Sara Ahmed (2017), se detalla la particularidad de la rabia y su vinculación con otras emociones en las protestas feministas y cómo configuran una identidad colectiva.

En la segunda parte se describen los casos de estudio y la forma de abordarlos por medio de la etnografía digital, a partir de la categoría de imágenes en red aplicada a las publicaciones de sus páginas de Facebook e Instagram. Se toman en cuenta las referencias a la rabia y otras emociones

en las prácticas que llevan a cabo en sus protestas pacíficas, tanto en línea como fuera de línea.

2. Mercaditas y escuelas de la rabia

Las mercaditas son grupos de mujeres que se tienden en el espacio público para vender e intercambiar productos que ellas mismas realizan como velas, bordados, bolsas, joyería, libretas, jabones, grabados, *stickers*, comida vegana, etc., así como ropa de segunda mano, y en menor medida otros accesorios manufacturados industrialmente. Su origen se puede rastrear en torno a movilizaciones feministas como la colocación de la Antimonumenta el 8 de marzo de 2019 enfrente del Palacio de Bellas Artes, o incluso hay fuentes, como la Comisión Nacional de Derechos Humanos de la Ciudad de México (CNDHCM, 2022) que ubican este tipo de prácticas en torno a espacios culturales feministas desde 2015.

Sin embargo, dichas agrupaciones proliferaron de forma masiva desde finales de 2020, cuando la crisis social y económica intensificada por el confinamiento por la pandemia de COVID-19, orilló a muchas mujeres a buscar ingresos a través de la venta o el intercambio de bienes y productos. En ese contexto, se difundió por medio de redes sociales la primera convocatoria para ‘tenderse’ en diversas estaciones del metro en la ciudad de México. A partir de entonces, se han conformado algunas colectivas de mujeres que continúan ocupando algunos espacios en plazas públicas de la capital ejerciendo sus protestas.

Estas colectivas, compuestas por grupos de entre treinta y cuarenta mujeres, han identificado de manera generalizada la violencia económica como motivante para la protesta y frente a ella se manifiestan con pancartas y carteles que acompañan sus tendidas, así como en las plataformas digitales que utilizan. El sentido que dan las manifestantes a este reclamo tiene que ver con las malas condiciones laborales que existen para las mujeres y que las mantienen en desventaja para lograr independencia económica. Ante esa situación, han encontrado que la venta e intercambio de artículos en las mercaditas es una opción viable para tener un ingreso, pero también una alternativa y al mismo tiempo una forma de protestar contra el sistema económico capitalista y patriarcal donde las mujeres son excluidas de forma sistemática.

Una de las particularidades de estas protestas es que combinan la práctica comercial con la realización de diversos talleres y otros eventos culturales mediante los cuales toman por algunas horas el espacio público los fines de semana. De esta manera, generan un nuevo formato donde el bazar no solo acompaña la manifestación, sino que cobra un nuevo protagonismo y se incorpora a los repertorios de la protesta social.

Al respecto podemos decir que, si bien, la organización para la venta e intercambio de productos en el marco de actos políticos no es algo nuevo del movimiento feminista, con estas manifestaciones ha tomado un formato particular a partir de 2020. Desde entonces cada vez más colectivos de mujeres se nombran mercaditas y

convocan la organización exclusiva de mujeres en espacios que identifican como 'seguros'. La seguridad, como señalan algunas de ellas, «la hacen todas», sin embargo, no han dejado de tener conflictos con vendedores ambulantes y autoridades de la alcaldía que disputan el uso del espacio público y han tratado de removerlas en distintos momentos (Carpio, 2022).

El 9 de febrero de 2023, la Comisión Nacional de Derechos Humanos de la Ciudad de México (CNDHCM) publicó el Informe Temático Protesta Feminista contra la Violencia Económica, a partir de las diecinueve mesas de diálogo que tuvieron lugar en sus instalaciones, entre autoridades del Sistema de Transporte Colectivo y algunas de las participantes de las mercaditas que se tendieron en el metro en 2020. Como resultado de esas mesas no se llegó a ningún acuerdo entre las partes, sin embargo, con la información recabada en esos encuentros, la Comisión inició una investigación más detallada sobre la manera de operar de las mercaditas.

En dicho documento se reconoce a las mercaditas como un movimiento social diferente al comercio ambulante, sin embargo, se recomienda «la regulación de esta actividad desde la premisa del trabajo no asalariado que prevé la Constitución Política de la Ciudad de México» (CNDHCM, 2022, p. 77). Al respecto, cabe preguntarse si es posible regular la rabia y la indignación en una protesta, o más bien, como una de las activistas me comentó «si cuando el gobierno interviene ya no estamos protestando».

La presentación de dicho informe causó indignación entre algunas colectivas, sobre todo porque la información ahí reproducida y el uso de fotografías fueron tomadas de sus redes digitales sin su consentimiento. Frente a ello, la colectiva Vassincelos escribió un comunicado que difundió en su cuenta de Facebook y que fue leído en un conversatorio que reunió a mujeres con proyectos autogestivos el 10 de marzo de 2023 en el cual repudian:

las prácticas oportunistas de las colectivas e individuales que negocian con las instituciones utilizando la lucha de las mujeres por una vida digna desde la autonomía y la autogestión, apropiándose del discurso para intereses personales, usándolo como trampolín político al autoproclamarse representantes del movimiento y de las colectivas, donde incluso desde hace tiempo no son bienvenidas (Centro de Investigaciones y Estudios de Género [CIEG] 2023).

2.1. El lugar de la rabia y la indignación

En su conferencia titulada Ya para siempre enrabiadas, Rivera Garza (2022) advierte que cuando se trata de las mujeres y la rabia, existe una relación histórica de tensiones sociales que imposibilitan o restringen la rabia femenina. «La rabia tiene mala reputación, especialmente cuando se la relaciona con las mujeres», nos dice, y por ello casi siempre ha sido negativa la forma de referir a las 'corajudas', las de 'mecha corta' (Rivera Garza, pp. 34-36).

Sin embargo, el coraje también se ha relacionado con valentía y audacia, y a partir de ello nos invita a reflexionar sobre el papel de la rabia como movilizadora para la acción. La cuestión es cómo se pasa de tener una mera reacción iracunda 'orgánica' a una manifestación más compleja de indignación. Una respuesta se encuentra en el trabajo colectivo, en lo que la autora denomina escuela de la rabia, que sería un espacio donde

reescribimos constantemente las tradiciones que reconocemos como impuestas, pero que el trabajo colectivo puede, sin embargo, reinventar como justamente propias (...) nos encontramos para respirar, comer, y beber, para nutrirnos (...) Ahí hacemos las preguntas posibles y también las imposibles (Rivera Garza, 2022, p. 35).

Esta imagen procesual de la rabia implica un espacio para compartir y encauzar la ira hacia una rabia indignada e informada. Ese espacio educativo tendría que ser necesariamente colectivo y móvil. Una escuela abierta que se cursa caminando y ocupando las calles sobre las huellas de otras que abrieron camino, como planteo que pueden ser las mercaditas.

Por otro lado, Sarah Ahmed (2017) prefiere hablar de indignación como una emoción necesaria y justa para las movilizaciones sociales cuyo detonador muchas veces es el dolor. Para ella la indignación involucra una postura política «porque implica ya una lectura específica del mundo» (Ahmed, 2017, p. 259, énfasis en original). Refiere la rabia o la ira como reacciones posibles que forman parte de la indignación, pues no hay una «política que actúe sin reaccionar» (Ahmed, 2017, p. 264). Podríamos decir entonces que se trata de una rabia indignada que involucra cierto nivel reflexivo y de compromiso que potencia la acción en tanto que «[l]a indignación es creativa; funciona para crear un lenguaje con el cual responder a aquello en contra de lo cual estamos» (Ahmed, 2017, p. 267).

Según la autora, en las movilizaciones feministas, al conocer y compartir experiencias con otras nos damos cuenta de que no solo nos une el dolor, la rabia y la indignación, sino también descubrimos que las cosas pueden ser de otra manera. Esto lo nombra Ahmed (2017, p. 272) como el «asombro», a través del cual podemos ver que «las superficies del mundo» son «construidas» y por tanto susceptibles de reconstruirse de otra manera.

Por último, Jasper (2012) analiza la implicación de las emociones en la acción colectiva de los movimientos sociales y las protestas. Para el sociólogo, los objetivos que persiguen éstos se hallan intrínsecamente relacionados con las emociones porque son «parte de un flujo de acción e interacción, no la simple motivación previa para involucrarse o el resultado final» (Jasper, 2012, p. 58). Las emociones funcionan en estrecha relación con las prácticas que realizan en las movilizaciones y proveen vínculos afectivos que tienden a persistir y fortalecer el sentido de una identidad colectiva. Como señala Jasper (2012, p. 55), la identidad colectiva en estos casos puede ser considerada un medio y un fin al mismo tiempo, «una forma profundamente satisfactoria de reputación y vínculo»

que se refuerza por emociones tanto positivas como negativas, que van de la solidaridad, hasta la rabia y el miedo compartidos.

Dentro de la tipología que realiza distingue entre las emociones por su perdurabilidad en el tiempo. Las emociones reflejas, por ejemplo, suelen ser reacciones inmediatas donde ubica la ira o la rabia, mientras que la indignación formaría parte de las emociones morales que «se refieren a los sentimientos de aprobación o rechazo basados en intuiciones o principios morales» (Jasper, 2012, p. 48). Si bien el sociólogo sigue esta tipología con fines analíticos, reconoce que muchas veces se sobreponen las emociones en la configuración de la acción colectiva.

Aunque con diferentes matices, las perspectivas sobre la rabia mencionadas hasta aquí coinciden en que esta emoción es potente y detonadora si toma el cauce de una indignación colectiva capaz de generar movilizaciones sociales, vínculos afectivos e identidades colectivas. Además, desde el enfoque de la política prefigurativa, podremos ver que las prácticas que se realizan en dichas manifestaciones «tienen la capacidad de desarrollar otros resultados que no estaban contemplados inicialmente: procesos de autoformación y de autogestión» (Gravante, 2023, p. 139).

Por lo tanto, y partiendo de esas reflexiones, propongo, a manera de hipótesis, analizar las mercaditas feministas como escuelas de la rabia, en tanto espacios pedagógicos y de formación política que generan vínculos afectivos entre sus integrantes donde emociones como la esperanza, la rabia o el miedo compartidos configuran identidades colectivas y atraviesan determinadas formas de actuación.

La metodología utilizada recupera herramientas de la etnografía digital a través del seguimiento en las redes sociodigitales de cinco colectivas que realizan mercaditas en distintos puntos de la alcaldía Cuauhtémoc en la ciudad de México. A partir de ello, y tomando en cuenta las prácticas que llevan a cabo en línea y fuera de línea, se categorizaron cuatro prácticas que muestran de qué manera la rabia y la indignación colectiva se manifiestan en las ocupaciones creativas y pacíficas del espacio público.

3. El continuo online-offline

La etnografía digital es una forma de practicar la investigación que no se centra en lo digital únicamente, sino en la manera como se construye conocimiento sobre las y los otros a través de entornos materiales, sensoriales y digitales, por lo tanto, puede abarcar escenarios online y offline (Pink et al., 2019). Entre las pioneras en referir un método para el estudio de la interacción en redes sociodigitales se encuentra Christine Hine (2004), que hace veinte años lo llamó etnografía virtual y después etnografía digital (Hine, 2015) debido a que explica mejor la relación en línea y fuera de línea como parte de una misma realidad social.

John Postill y Sarah Pink (2012, p. 123) señalan que en la etnografía por Internet hay casos donde es más relevante la relación que existe respecto a

localidades específicas puesto que «uses of social media can also be interwoven with qualities, political structures and histories of localities or regions». Lo anterior es aplicable para el caso de las mercaditas pues hay una estrecha relación entre los espacios donde colocan las tendidas y las actividades que realizan en línea y fuera de línea. Se trata de una relación dialéctica que se explica mejor bajo la categoría integradora *on life* (Floridi, 2015).

En ese sentido, las mercaditas pueden ser entendidas como formas de localidad digital-material (Pink et al., 2019, p. 156) que se producen, experimentan y definen a través de la ocupación de espacios físicos y la compartición de sus acciones en redes sociodigitales. De este modo se corrobora que Internet no flota libre del resto de las experiencias sociales, sino que, como señala Hine (2015) «se incrusta (*embedded*) y se incorpora (*embodied*) en nuestra vida» (p. 44). ¿De qué manera ocurre esto?

De acuerdo con Elisenda Ardèvol y Débora Lanzeni (2014, p. 15) una de las formas para abordar lo digital es a partir de las prácticas culturales que tienen los grupos y que generan «imbricaciones entre las esferas online y offline de la vida cotidiana». Entiendo lo digital como todo aquello que «la gente crea, hace, dice, piensa o experimenta con bits» (Ardèvol y Lanzeni, 2014, p.14). Siguiendo con la tipología que presentan las autoras en el trabajo citado, me interesa indagar en 'lo prosaico' de los medios digitales, es decir, las prácticas cotidianas y las experiencias vividas de las personas tomando en cuenta las condiciones materiales que las sostienen y las narrativas que generan a partir del uso de tecnologías.

De acuerdo con varios autores (Pink et al., 2019; Sola-Morales, Arencón-Beltrán y Cuenca-Navarrete, 2022), en este tipo de metodología el 'texto etnográfico' puede ser sustituido por «videos, fotos o blogs y la observación de lo que hacen digitalmente» ya sea siguiendo sus cuentas o pidiendo explícitamente que se invite a seguirlas, de manera que «la observación participante va más allá de la mera lectura de acciones digitales e implica el contacto, la presencia consciente y la interacción y participación» (Sola-Morales, Arencón-Beltrán y Cuenca-Navarrete, 2022, p. 351).

En el estudio sobre las mercaditas, voy a centrarme de modo particular en la práctica de la fotografía digital que, como señala Edgar Gómez Cruz (2019) se convierte en un lenguaje facilitado por la tecnología, pero no determinado por esta sino por las relaciones sociales que intervienen. De acuerdo con el antropólogo, la 'imagen en red' hace referencia a la interrelación de textos que acompañan las imágenes y contextos donde se comparten, así como a la forma de seleccionar y organizar las mismas por parte de los usuarios (Gómez Cruz, 2019). Con ello, remite primordialmente a la práctica fotográfica cuyo sentido se deriva más del por qué, del cómo y dónde se comparte que del objeto fotografiado en sí mismo, de modo que se fotografía la vida cotidiana al mismo tiempo que se crea y transforma al ser retratada y compartida en Internet.

Además de la imagen en red, para categorizar las prácticas de las mercaditas se tomó registro del uso del *streaming*, ya que por medio de la herramienta *live* (en vivo) que tienen las plataformas Facebook

e Instagram, estas colectivas comparten tanto las actividades que realizan y los productos que venden, como el hostigamiento que han padecido por parte de elementos policiales de la alcaldía.

3.1. En-redadas y en la calle

El primer acercamiento que tuve a las mercaditas fue a través de Facebook desde mi cuenta personal, que era la única plataforma de este tipo que utilizaba hasta inicios de 2022. Desde ahí seguí la cuenta de Mercadita Vassincelos, que se ubica los sábados en las inmediaciones de la biblioteca pública José Vasconcelos (de ahí su nombre); y de Autogestión feminista, que se coloca sábados y domingos a un costado del palacio de Bellas Artes. Un par de meses después supe de otras tres colectivas que se tendían viernes, sábado y domingo en una plaza de la colonia Roma y utilizan como principal vía de comunicación la red social Instagram: las colectivas La Marea Morada, Onna Bugeisha y Zetian. De modo que obtuve una cuenta personal en esa plataforma y también di seguimiento a esas tres colectivas.

Los perfiles de estas mercaditas pueden ser entendidos a partir de la concepción de ‘lugares etnográficos’ que desarrolla Sarah Pink (2009), puesto que son espacios colaborativos, participativos, abiertos y públicos, constituidos a partir de interacciones que no se restringen a territorios delimitados. En este caso, aunque las tendidas tienen un anclaje geográfico en los espacios que ocupan, algunas participantes han transitado o participan en más de una, e interactúan con los perfiles de las demás colectivas en redes sociales.

La temporalidad en que realicé la investigación de estas cinco colectivas abarca de abril de 2022 hasta abril de 2023. Cabe señalar que las cinco mercaditas se ubican en diferentes puntos de la céntrica alcaldía Cuauhtémoc de la ciudad de México, la cual tiene una alta afluencia de gente los fines de semana. Sin embargo, cada espacio tiene características propias.

Por un lado, la Roma es una colonia de clase media-alta que se caracteriza por congregarse muchos turistas o residentes extranjeros, así como bazares alternativos de arte y diseño. Las tres colectivas que se tienden ahí utilizan más sus perfiles de Instagram, que es una plataforma orientada al diseño de imágenes y video, y en muchos puestos cuentan con un código QR donde se accede de forma directa al perfil de sus marcas y proyectos. La información que colocan en sus ‘bio’ es breve y concisa, y no suelen autodenominarse mercaditas, sino únicamente protestas contra la violencia económica, aunque en cuanto a dinámica general no existen grandes diferencias respecto de las otras dos.

Por otro lado, la plaza de Bellas Artes, también es una referencia turística dentro del primer cuadro del centro de la ciudad, sin embargo, tiene un tránsito de personas mucho más heterogéneo. Este área es cercana a la Antimonumenta que se colocó sobre avenida Juárez en el marco de las movilizaciones del 8 de marzo 2019, lo cual ha constituido en este lugar un punto de referencia donde se tienden a vender diversas mercaditas que han ocupado de forma intermitente distintos espacios de la Alameda Central.

Por su parte, la Mercadita Vassincelos se coloca los sábados en un lugar cercano al Tianguis Cultural del Chopo, un bazar que ha sido referencia de la contracultura en la ciudad desde hace cuarenta años, lo cual ha servido para ‘acuerpar’ su protesta, ya que el público que transita en la zona ese día suele ser receptivo a las actividades culturales y políticas como las que ellas promueven.

Sin embargo, cabe señalar que, a pesar de las distintas ubicaciones dentro de la alcaldía, todas las mercaditas han padecido algún tipo de hostigamiento y violencia por parte de las autoridades y/o grupos de vendedores ambulantes que han querido cobrarles por el uso del espacio, frente a lo cual han resistido bajo el argumento de que se trata de una protesta feminista. En la siguiente tabla se puede ver la distribución en el uso de las redes sociales y la manera en que se describen a sí mismas (Tabla 1).

Tabla 1. Mercaditas feministas en ciudad de México.
Fuente: elaboración propia.

Colectivas	Primera publicación	Autodescripción en sus cuentas
FB: Autogestion feminista	23 de febrero de 2021	Mujeres autogestivas, históricas, históricas, autónomas, contra el patriarcado y el capital
FB: Mercadita Vassincelos	19 octubre de 2021	Somos un grupo de mujeres AUTOGESTIVAS creando estrategias en contra del capitalismo y el patriarcado
IG: @La.Marea.Morada	9 de abril de 2021	Somos una colectiva creada por y para mujeres, quienes nos unimos para combatir las violencias económicas
IG: @Colectiva.Feminista.Zetian	1 de noviembre de 2021	Colectiva feminista Power woman Ropa vintage Diseño 2da mano Arte
IG: @Onna Bugeisha	3 de noviembre	Colectiva feminista por y para mujeres Edición cada semana Protesta económica-unidas mejoramos Parque Rio de Janeiro #México

Como resultado de la etnografía digital se categorizaron las prácticas que llevan a cabo estas colectivas a partir de las acciones que realizan en línea y fuera de línea. Para ello, se toman en cuenta los señalamientos de Juan Manuel Avalos (2019), sobre el uso estratégico de las tecnologías comunicativas por parte de los activismos contemporáneos, que funcionan como «dispositivos para la acción» y por tanto producen subjetividades propias, lo cual «permite a los activistas desarrollar procesos de comunicación y organización, disputar significados en el espacio público y concretar dinámicas de interpelación» (Avalos, 2019, p. 7).

Lo anterior implica que, más que enumerar las herramientas que utilizan las activistas, se describen las prácticas que realizan con el fin de mostrar cómo

éstas configuran su propia forma de manifestación política.

3.2. Prácticas prefigurativas en la escuela de la rabia

Como se ha mencionado, las protestas contra la violencia económica figuran como escuelas de la rabia en tanto espacios formativos de experimentación política. Las participantes de las diversas colectivas afirman que se componen por mujeres con diversos grados de experiencia en la protesta social en general y diferentes puntos de vista respecto del feminismo en particular. Todo ello imprime características propias entre sí y al interior de cada mercadita respecto de las prácticas que llevan a cabo y los vínculos que establecen con otros movimientos sociales.

Lo anterior se puede interpretar a la luz de un 'feminismo radicalmente plural' que de acuerdo con Malena Nijensohn (2019, p. 18), «no es más que el entrelazamiento de diferentes feminismos que no necesariamente comparten horizontes, diagnósticos, estrategias y que en muchos casos incluso tiene opiniones contrapuestas». En este caso, se verá que hay prácticas que comparten las colectivas que se ubican en la colonia Roma y que difieren respecto de las otras dos, a su vez que estas últimas comparten algunas formas de actuación en las protestas que realizan. Es importante tomar en cuenta dichas diferencias para entender cómo se apropian de los espacios públicos y las redes sociales, así como para tener elementos de comparación respecto de otras mercaditas que están emergiendo a lo largo del país.

3.2.1. Registro visual de la protesta por medio de fotografías de sus puestos, pancartas y consignas

Cuando habla de políticas de la presencia, Diana Taylor (2017, p. 13) señala que «decir ¡presente! es anunciar un modo diferente de situarse física, académica y políticamente». Por lo tanto, se trata de una demanda de visibilidad y escucha y un compromiso corporizado con otros y otras. En las calles y en Internet esto implica interrumpir el tránsito y capturar la mirada generando nuevos trayectos, búsquedas y redes. De esta forma, podemos ver que las mercaditas se sitúan y apropian del espacio público en línea y fuera de línea.

En algunas pancartas es más evidente la rabia y el reclamo frente a instituciones sociales de diversa índole (género, religión, educación). Por ejemplo, en la Mercadita Vassincelos hay una que remite al anarquismo y sentencia: «Ni dios, ni jefe, ni marido, ni país, ni género, ni ganas de educarte». Hay otras que refieren la violencia económica: «Violento es el sueldo mínimo» y la violencia hacia la naturaleza y el cuerpo femenino: «Ni las mujeres ni la tierra somos territorio de conquista». Por último, algunas se manifiestan contra el especismo, el racismo y el sexismo, como se puede leer en una pancarta «Los animales existen en el mundo por sus propias razones, no fueron hechos para el ser humano, del mismo modo que los negros no fueron hechos para los blancos, ni la mujer para el hombre».

En el caso de las mercaditas de la Roma, la mayoría de sus pancartas remiten de forma casi exclusiva al movimiento de mujeres, enfatizando su empoderamiento: «No somos musas, somos artistas y estamos resistiendo», «La lucha comienza con mujeres apoyando a otras mujeres» y «Que no se te escape la vida esperando un mejor cuerpo».

3.2.2. Actividades formativas

Una característica del trabajo autogestivo es su crítica a la división entre el saber teórico y el práctico, ya que ambos aspectos son indispensables para procurar la reproducción de la vida. De acuerdo con la clasificación de Gravante (2023), entre las prácticas prefigurativas de los activismos de base la autoformación y la acción directa son centrales.

En el caso de las protestas contra la violencia económica tienen lugar acciones directas como las jornadas exclusivas de trueque abiertas al público y la 'olla común' donde se ofrece comida a cambio de una cooperación voluntaria, que unas veces tiene como objetivo apoyar los gastos de la propia colectiva y otras apoyar causas sociales como la liberación de presas políticas.

Las prácticas formativas tienen lugar tanto en modo presencial como de manera virtual. Dentro de la primera categoría, las cinco colectivas comparten talleres sobre encuadernación, mecánica de bicicletas, bordado, percusiones, serigrafía, cocina vegana, realización de pancartas, entre otras. También desarrollan charlas de contenido más teórico sobre historia del feminismo, uso de monedas comunitarias, economía solidaria, protestas contra la violencia económica, anticoncepción, salud menstrual y herbolaria.

De modo particular Autogestión feminista y Mercadita Vassincelos realizan actividades culturales compartidas entre ellas y con otras mercaditas que se encuentran en zonas periféricas de la ciudad. Podemos citar como ejemplos el evento de Morras Periféricas, que consistió en una jornada cultural y una 'rodada' hasta una alcaldía urbano-rural de la capital, y la Laboratorio Autogestiva, que es un espacio específico para compartir talleres de artes y oficios para mujeres y disidencias que se reúne semanalmente en una casa tomada de la capital.

En la segunda categoría podemos mencionar la compartición de todas las actividades mencionadas por medio de carteles en redes sociales, así como la elaboración de contenidos específicos con fines informativos. Al respecto, algunas de sus prácticas coinciden con las que desarrollan otras colectivas feministas en Internet, según lo documenta Lidia García (2021) y consisten en infografías, comunicados e ilustraciones. Esta práctica se observó sobre todo en el caso de Colectiva Zetian, Onna Bugeisha y Marea Morada y las temáticas tratadas son: Tipos de feminismo, formas de violencia de género, historia del feminismo y glosario de palabras feministas.

3.2.3. Circulación de noticias sobre otras protestas sociales

Como señala Avalos (2019) las tecnologías comunicativas no se tratan únicamente de

herramientas tecnológicas, sino de la producción de subjetividades activistas que tiene lugar a través del «registro y circulación de las acciones en tiempo real para articular los hechos y vivencias a otras experiencias en distintas ciudades y para sumar significaciones a las movilizaciones y resistencias» (Avalos, 2019, p. 9).

De modo que la acción de *taggear* #mercaditafeminista en sus publicaciones de Instagram y Facebook permite tener un panorama más amplio sobre las entidades del país donde estas manifestaciones forman parte de los repertorios de las protestas feministas, entre las cuales figuran las ciudades de Campeche, Guadalajara, Tula, Oaxaca, Tulancingo, Villahermosa, Morelia y Lázaro Cárdenas en Michoacán. Sin embargo, dicho registro también sirvió para constatar que la réplica de las mercaditas ha perdido en muchos casos su carácter contestatario ya que inclusive son convocadas por los gobiernos de los estados.

A su vez, la acción de compartir noticias de otras protestas sociales, sobre todo en los perfiles de Facebook, permite trazar las redes con las que interactúan las colectivas, los valores que comparten y los objetivos de sus manifestaciones políticas más allá del feminismo. Por ejemplo, las cinco colectivas difunden casos de mujeres desaparecidas y/o manifestaciones contra feminicidios, asimismo, se difundió en todos sus perfiles alguna convocatoria o actividad especial para la marcha del 8 de marzo con motivo del Día Internacional de la Mujer. En esa fecha, las cinco colectivas compartieron actividades específicas para realizar en los espacios donde se tienden, además de convocar para ir en contingente a la marcha.

Sin embargo, las colectivas de la Roma en sus cuentas de Instagram casi no se manifiestan frente a otro tipo de problemáticas sociales. Mientras que en los otros dos casos se aprecia una mayor vinculación con otras movilizaciones sociales a nivel de la ciudad de México y también dentro del resto del país. Por ejemplo, Autogestión feminista, difundió una jornada de 'metro popular' (gratuito) para manifestar su indignación por el derrumbe del metro de la línea doce de la alcaldía Tláhuac en 2021. En el caso de Vassincelos comparten de manera recurrente carteles y notas periodísticas a favor de la liberación de activistas en defensa del territorio y contra los ataques a las comunidades zapatistas del sureste mexicano.

3.2.4. Seguridad y autocuidado

Como lo señala García (2021), el movimiento feminista se enfrenta a diversos riesgos digitales en la actualidad, y en el caso de las colectivas analizadas en este artículo una forma de asumir los riesgos que conlleva la integración de nuevas participantes en su protesta ha sido establecer sus propios protocolos de seguridad para invitadas. La contradicción a la que se enfrentan es cómo hacer visible y sostenible en el tiempo su protesta resguardando la seguridad dentro de las colectivas.

En el caso de las tres colectivas que se colocan en la colonia Roma utilizan Instagram para publicar una convocatoria semanal que invita a nuevas integrantes a tenderse cada fin de semana en

su protesta. Este es un mecanismo para llevar el control del número de lugares disponibles para vender (entre treinta y cinco y cuarenta lugares) y los artículos que promueven. Para conocer el proceso de selección, escribí a la colectiva Onna Bugeisha cuando publicaron la convocatoria. Me pidieron el nombre de mi proyecto o marca, sus redes sociales y el tipo de productos que ofrecía. Asimismo, me requirieron datos personales como teléfono, correo y redes sociales, e incluyeron también una pregunta sobre alguna feminista admirada y un reglamento interno de convivencia dentro de la colectiva.

Asimismo, en las primeras publicaciones de la página de Autogestión feminista existía una convocatoria periódica, pero fueron dejando de publicar convocatorias abiertas, lo cual hace suponer que no necesariamente se integran nuevas participantes cada fin de semana. En el caso de Vassincelos la convocatoria tampoco es semanal y pocas veces es abierta, ya que cuentan con un protocolo de invitadas estricto y limitado. A veces se convocan participantes para eventos de edición especial como la mercadita gráfica o la mercadita culinaria, pero no todas ellas llegan a formar parte de la colectiva como tal. Las decisiones sobre las formas de participación suelen tomarse en asambleas y reuniones internas.

Sin embargo, como mencionamos antes, los movimientos sociales hacen un uso estratégico y selectivo de las tecnologías digitales para transmitir de forma sincrónica las acciones que ocurren en las protestas y compartir el contenido de sus comunicados, actividades, vinculaciones y posicionamientos políticos. Todo ello favorece la seguridad colectiva y la formulación de contra narrativas frente a las notas que difunden los medios de comunicación hegemónicos, dando así la oportunidad de narrar su propia historia. Al respecto, Avalos (2019, p. 11) señala que existe en ese proceso una disputa de hegemonía que atañe a una dimensión simbólica y material, que «buscan la construcción de nuevos imaginarios sociales y pautas de transformación social».

De este modo, vemos que las colectivas comparten los momentos de represión, cercamiento o amenaza por parte los cuerpos policiales a partir de la herramienta 'en vivo' de Facebook e Instagram. Esto es de particular relevancia para Autogestión feminista y sobre todo para las colectivas de la colonia Roma que entre el mes de mayo y julio de 2023 han padecido constantes operativos para desalojarlas de la plaza que ocupan sus protestas (La Lista, 2023).

En estos casos, el registro en vivo ha servido para dar a conocer tanto la existencia de sus protestas como la represión que han padecido, y al mismo tiempo piden apoyo a otras colectivas para 'acuerparse' junto con ellas. La comunicación con algunos medios y la circulación de las correspondientes notas periodísticas también han servido para hacer visible su causa.

4. Conclusiones

Recuperando la pregunta del principio, acerca de cómo la rabia de las mujeres se relaciona con el activismo y cómo puede ayudar a impulsar un

cambio social y político, en el caso de las mercaditas feministas hemos podido ver algunas de las formas que ha tomado la indignación contra la violencia económica a partir de las prácticas que realizan en los espacios de protesta.

A partir de la categoría de imagen en red se muestra cómo la práctica fotográfica que llevan a cabo al retratar la protesta no solo documenta, sino que conecta el espacio offline con el espacio online en su forma de manifestarse y hacerse presentes en la escena política. Al compartir las pancartas que exhiben en sus puestos, o por medio de la difusión de los talleres que realizan, se muestra la diversidad de posicionamientos y formas de manifestarse de acuerdo con lo que las diferentes colectivas identifican como los objetos de la rabia: el patriarcado, el sistema económico y la violencia machista.

También se muestra que mediante la herramienta en vivo se hace visible la represión y el hostigamiento policial que constantemente acecha sus protestas, y que ello, junto con los protocolos que siguen para incorporar más mujeres en la protesta, constituyen formas de seguridad y autocuidado que deciden de forma asamblearia y horizontal.

Se concluye que las formas de organización en las protestas contra la violencia económica tienen lugar a través de procesos formativos y pedagógicos, por lo que pueden ser denominadas escuelas de la rabia de acuerdo con la imagen propuesta por Rivera Garza (2022). En esos espacios las participantes ensayan formas de organización autogestiva y estrategias de ocupación temporal del espacio público en las ciudades. Lo anterior es relevante en tanto que las ciudades han constituido espacios históricamente hostiles con las mujeres, en particular si se encuentran 'solas'. Por ello la experiencia de trabajo colectivo que llevan a cabo puede contribuir en modificar esa situación.

Las manifestaciones pacíficas que llevan a cabo y el hecho de plantear sus acciones de venta e intercambio como protestas y no como bazares o tianguis remite a una estrategia novedosa que se ha integrado a los repertorios de las protestas feministas. A través de las prácticas que tienen lugar ahí y según la tipología de Jasper (2012) vemos que una emoción refleja como la rabia, se decanta en emociones morales como la indignación o la solidaridad entre compañeras y el miedo ante la represión policial. Todo ello contribuye a configurar vínculos afectivos y una identidad colectiva entre las participantes.

Siguiendo los planteamientos de Rovira (2018) y Gravante (2023), podemos entender las acciones de las mercaditas como prácticas políticas prefigurativas, en tanto que realizan aquello por lo que luchan, a saber, una forma de reproducción de la vida más digna para las mujeres que involucra la obtención de un ingreso, pero también conlleva la configuración de redes sociales.

Como en toda escuela, se muestran las diferencias entre colectivas, sobre todo en las formas de articularse con otras movilizaciones y protestas sociales fuera del feminismo y las posturas políticas que manifiestan a través de sus pancartas y consignas. La forma de enunciar la rabia en ese sentido es diversa y muestra matices donde incluso

el vocabulario que emplean y las referencias a otras mujeres expresa mucho de sus luchas. Un estudio más detallado al respecto podría arrojar más información sobre las diversas trayectorias políticas que han tenido las mujeres antes de llegar a las mercaditas e incluso antes de formar parte de esta nueva oleada feminista, y de ese modo entender más acerca de la heterogeneidad que compone estas escuelas de la rabia en las calles de la ciudad de México.

5. Disponibilidad de datos depositados

Carpio, Carla (2023). Repertorios de la rabia: Las mercaditas feministas en el continuo en línea y fuera de línea. Zenodo [Dataset]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10055449>

6. Referencias

- Ahmed, Sara (2017). *La política cultural de las emociones*. Centro de Investigaciones y Estudios de Género.
- Álvarez, Lucía (2020). El movimiento feminista en México en el siglo XXI: Juventud, radicalidad y violencia. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México*, 65(240), 147-175. <https://doi.org/10.22201/fcps.2448492xe.2020.240.76388>
- Ardèvol, Elisenda y Lanzeni, Débora (2014). Visualidades y materialidades de lo digital: Caminos desde la antropología. *Anthropologica*, 32(33), 11-38. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.201402.002>
- Autogestión feminista (s/f). Home [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 30 de agosto de 2023 de <https://www.facebook.com/AutogestionFeminista>
- Avalos, Juan (2019). La posibilidad tecnopolítica. Activismos contemporáneos y dispositivos para la acción. Los casos de las redes feministas y Rexiste. *Comunicación y Sociedad*, 16, 1-30. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7299>
- Carpio, Carla (2023). Repertorios de la rabia: Las mercaditas feministas en el continuo en línea y fuera de línea. Zenodo [Dataset]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10055449>
- Carpio, Carla (2022). Disputas por el espacio público en las manifestaciones de mujeres contra la violencia económica. En Marisa Belausteguigoitia (coord.), *GRRRR: Género, rabia, ritmo, ruido risa y respons-habilidad* (pp. 29-35). Centro de Investigaciones y Estudios de Género/UNAM.
- Centro de Investigaciones y Estudios de Género [CIEG] (2023, 10 de marzo). *Conversatorio Tejiendo redes para sostener la vida. Proyectos autogestivos de mujeres* [video] Youtube: <https://www.youtube.com/live/nAOC2m7Hjyo?si=iwEq2DhgyKFlmiQM>
- Colectiva Marea Morada (s/f). Bio [Página de Instagram]. Instagram. Recuperado el 29 de agosto de 2023 de <https://www.instagram.com/la.marea.morada/>

- Colectiva Onna Bugeisha (s/f). Bio [Página de Instagram]. Recuperado el 30 de agosto de 2023 de https://www.instagram.com/onna_bugeisha_/
- Colectiva.Feminista.Zetian (s/f). Bio [Página de Instagram]. Instagram. Recuperado el 30 de junio de 2023 de <https://www.instagram.com/colectiva.feminista.zetian/>
- Floridi, Luciano (2015). *The onlife manifiesto. Being human in a hyperconnected era*. Springer.
- García, Lidia (2021). Movimientos feministas en México: Prácticas comunicativas digitales y riesgos. *Virtualis*, 12(23), 44-66. <https://doi.org/10.46530/virtualis.v12i23.382>
- Gómez Cruz, Edgar (2019). *De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre la fotografía digital*. UOC.
- Gravante, Tommaso (2023). Activismo de base prefigurativo y futuros alternativos. Una propuesta de análisis. *Andamios*, 20(51), 133-166. <https://doi.org/10.29092/uacm.v20i51.972>
- Hine, Christine (2015). *Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury.
- Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Editorial UOC.
- Jasper, James M. (2012). Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 4(10), 46-68. <https://www.redalyc.org/pdf/2732/273224904005.pdf>
- La Lista (2023, 12 de mayo) *Las Mercaditas resisten en la colonia Roma* [video]. YouTube. <https://youtu.be/FUEroO4jK0g?feature=shared>
- Lamas, Marta (2021). *Dolor y política. Sentir, pensar y hablar desde el feminismo*. Océano.
- Mercadita Vassincelos (s/f). Home [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 30 de agosto de 2023 de <https://www.facebook.com/Colectivasincelos>
- Nijensohn, Malena (2019). *La razón feminista. Políticas de la calle, pluralismo y articulación*. Cuarenta Ríos.
- Pink, Sarah (2009). *Doing sensory ethnography*. Sage.
- Pink, Sarah, Horst, Heather, Postill, John, Hjorth, Larissa, Lewis, Tania y Tacchi, Jo (Eds.) (2019). *Etnografía digital: Principios y práctica*. Morata.
- Poma, Alice y Gravante, Tommaso (2017). Emociones, protesta y acción colectiva: estado del arte y avances. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 74, 32-62. <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/apoma.pdf>
- Postill, John y Pink, Sarah (2012). Social media ethnography: The digital researcher in a messy web. *Media International Australia*, 145, 123-134. <https://doi.org/10.1177/1329878X1214500114>
- Rivera Garza, Cristina (2022). Ya para siempre enrabiadas. En Marisa Belausteguigoitia (coord.), *GRRRR: Género, rabia, ritmo, ruido risa y respons-habilidad* (pp. 29-35). Centro de Investigaciones y Estudios de Género/UNAM.
- Rovira, Guiomar (2013). De las redes a las plazas: la web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo. *Acta Sociológica* 62, 105-134. [https://doi.org/10.1016/S0186-6028\(13\)71001-6](https://doi.org/10.1016/S0186-6028(13)71001-6)
- Rovira, Guiomar (2018). El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales* 15(2), 223-240. <https://doi.org/10.5209/TEKN.59367>
- Sola-Morales, Salomé, Arencón-Beltrán, Sandra y Cuenca-Navarrete, Cora (2022). La etnografía digital en clave feminista: Principales debates, buenas prácticas e investigaciones aplicadas. En María José García Orta y Román Martín Santos (Eds.), *El poder de la comunicación: Periodismo, educación y feminismo* (pp. 347-365). Dykinson.
- Taylor, Diana (2017). ¡Presente! La política de la presencia. *Revista Investigación Teatral*, 8(12), 11-34. <https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/2550>