



**Citation:** Elena Pavan (2020) The ties that fight. Il potere integrativo delle reti online femministe. *Società Mutamento Politica* 11(22): 79-89. doi: 10.13128/smp-12630

**Copyright:** © 2020 Elena Pavan. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/smp>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

**Data Availability Statement:** All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

**Competing Interests:** The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

## *The ties that fight.* Il potere integrativo delle reti online femministe

ELENA PAVAN

**Abstract.** With the pervasive spread of digital media, feminist struggles broaden to new spaces of contention where public discourse becomes central both as a territory and as an instrument of the fight. The strategic use of digital platforms expands the networks underpinning feminist initiatives and imbues them with cultural and symbolic resources which, in turn, contribute to protest organization but also to challenge and redefine the narratives that innervate oppressive systems of relations between genders. This article proposes an analytical approach to read more in depth the transformative potential of feminist online networks that derives from the pervasive use of digital media within feminist collective endeavors. It presents and operationalizes the concept of “integrative power” – i.e., the unique ability to join and coordinate a multiplicity of heterogeneous actors in the formation and continuous redefinition of online collective discourses. The integrative power implies a *material aspect*, related to the construction of relational networks; a *social aspect*, pertaining the relational choices made by actors; and a *semantic aspect*, which regards the construction of collective discourses. Each aspect is operationalized by means of social network analysis tools and is illustrated in practice using the example of *Take Back The Tech!*, a campaign to reclaim information and communication technologies to empower women and other marginalized gender subjectivities.

**Keywords.** Integrative power, digital media, online feminism, online networks, social network analysis.

---

### INTRODUZIONE

Nel corso della storia, dalle prime proteste per il voto alle donne alle più recenti mobilitazioni contro la violenza di genere o per i diritti delle soggettività LGBTQI (lesbiche, gay, bisex, transgender, *queer* e intersex), gli sforzi collettivi femministi si sono invariabilmente sviluppati mantenendo una relazione dinamica con i media del loro tempo.

Con la diffusione di Internet, il nesso tra movimenti femministi e media è diventato più stretto. In un primo momento, le tecnologie digitali hanno offerto uno spazio all'interno del quale far circolare più diffusamente i contenuti prodotti dall'attivismo femminista e per contrastare le narrative stereotipate proposte dai media mainstream. In questo senso, molte delle pubblicazioni femministe già esistenti hanno affiancato un sito web alla versione stampata ma si sono anche moltiplicate esponenzialmente iniziative di contro-narrazione esclusivamente digitali (Hurwitz 2018).

Successivamente, il passaggio dal Web 1.0 al Web 2.0 e la diffusione capillare delle piattaforme social hanno portato una serie di trasformazioni anche nelle modalità organizzative e di produzione simbolica dei movimenti femministi. In particolare, si sono ridotti i costi per l'organizzazione della partecipazione collettiva grazie alle possibilità di comunicazione e connessione senza precedenti di piattaforme come Facebook, Twitter o Instagram; si sono arricchiti e, spesso, complicati i *frame* della mobilitazione grazie al contributo di una moltitudine di attivisti e simpatizzanti ma anche nel confronto costante con gli oppositori delle mobilitazioni; e si sono ampliati i repertori dell'azione con una serie di tecniche – come l'*email bombing* o il lancio di hashtag di protesta – che “intasano” e, di conseguenza, destabilizzano le cruciali attività di comunicazione digitale dei target della protesta (della Porta e Pavan 2018).

Certamente, queste trasformazioni non riguardano esclusivamente i movimenti femministi. In qualsiasi ambito di partecipazione collettiva, e lungo tutto lo spettro ideologico, vi è infatti un crescente intreccio tra i «repertori della protesta» (Tilly 1986), intesi come l'insieme dei mezzi a disposizione di un gruppo per sollevare le proprie istanze, e i «repertori della comunicazione» (Mattoni 2013), cioè l'insieme delle pratiche di uso dei media che gli attori di movimento mettono in atto durante tutte le fasi della mobilitazione.

Tuttavia, ragionare sul nesso tra media digitali e processi di partecipazione collettiva appare come particolarmente rilevante nel caso delle mobilitazioni femministe. Se, tradizionalmente, i media condizionano la nascita e lo sviluppo dei movimenti in quanto contribuiscono a creare «strutture delle opportunità discorsive» (Koopmans 2004) più o meno favorevoli ai soggetti della partecipazione, nel caso dei movimenti femministi essi sono riconosciuti anche come attori centrali nella creazione e nel mantenimento delle differenze di genere.

Infatti, nell'essere in generale poco propensi a concedere visibilità, legittimità e risonanza agli attori collettivi, i media (particolarmente quelli mainstream) tendono ad escludere le voci femminili ancora più di quanto non facciano con quelle maschili – preferendo, ad esempio, le testimonianze di attivisti uomini a quelle delle donne (Hurwitz 2018). Questa sottorappresentazione veicola l'idea che le donne siano meno attive, impegnate o competenti rispetto agli uomini, senza però mai chiamare in causa quelle che sono le dimensioni strutturali che limitano, quando non impediscono del tutto, la loro mobilitazione. Ad aggravarne gli effetti, si aggiungono le rappresentazioni di genere proposte dal discorso mediatico e che spesso incarnano visioni stereotipate ed eteronormate. Per questo motivo, le riflessioni femministe che

si sono concentrate sul nesso tra genere e media hanno sempre più spesso messo in luce non solo il ruolo che i media, tradizionali e digitali, hanno nel perpetuare gli stereotipi di genere ma, più radicalmente, nel produrre attivamente i generi e, di conseguenza, relazioni asimmetriche tra di essi (Gill 2007).

In questo contesto, il superamento delle tradizionali logiche massmediatiche e lo sfumarsi dei confini tra produzione e consumo di informazioni che sono tipiche delle piattaforme digitali costituiscono opportunità uniche per i movimenti femministi. Online, attiviste ed attivisti trovano uno spazio nuovo e facilmente accessibile nel quale organizzarsi collettivamente e narrarsi autonomamente, per contribuire a sradicare gli stereotipi e veicolare una cultura di parità e mutuo rispetto, per portare testimonianza diretta della diversità che caratterizza le loro esperienze come pure per rendere visibili e denunciare le molteplici forme che la disuguaglianza e la discriminazione legate al genere possono assumere.

Questo ventaglio di opportunità ha un denominatore comune: l'ampliamento cross-dimensionale del tessuto relazionale che sostiene gli sforzi di partecipazione collettiva. Tale ampliamento passa attraverso l'inclusione dei media digitali nella protesta e la conseguente costruzione di vaste reti online che arricchiscono la dinamica di partecipazione. Al pari delle reti che si sviluppano negli spazi politici “offline”, queste reti online sono, a tutti gli effetti, luoghi di azione collettiva (Pavan 2014). Se però offline le collaborazioni tra attori di movimento si sostanziano spesso nella realizzazione di eventi comuni o nella condivisione di risorse (Diani 2015), all'interno delle reti online l'intera dinamica politica consiste essenzialmente della costruzione collettiva di un discorso che va inteso come “metaforicamente esteso dalle sue origini nelle conversazioni interpersonali fino a comprendere l'intero dialogo sociale che si sviluppa all'interno di e tra le istituzioni sociali, tra gli individui, i gruppi e le istituzioni politiche” (Donati 1992: 138).

Poiché permettono una circolazione continua di informazioni, energie e contributi a progetti collettivi di cambiamento, tali dinamiche discorsive diventano parte integrante dell'organizzazione della protesta, della costruzione di identità collettive, del coinvolgimento di nuovi attivisti, della resistenza contro gli avversari in tutti gli ambiti di mobilitazione. Quando però si sviluppa in connessione alle mobilitazioni femministe, la costruzione di discorsi nelle reti online non si limita ad amplificare la portata della partecipazione collettiva sfidando strutture di opportunità politiche diffuse (Rucht 1996). Più radicalmente, essa contribuisce a sbrecciare la «struttura di opportunità di genere» (McCammon *et*

alii. 2001) all'interno della quale si gioca e, più spesso, si costringe la quotidianità delle donne e delle soggettività LGBTQI.

In questo senso, indagare concettualmente ed empiricamente le dinamiche che si snodano all'interno delle reti online generate dall'uso dei media digitali nei movimenti femministi costituisce un compito primario di ricerca. Questo articolo intende essere un contributo in questa direzione. Partendo da una illustrazione dei tratti salienti del nesso tra femminismo e media digitali, propone uno strumento concettuale –quello di *potere integrativo delle reti online femministe*– e la sua traduzione empirica attraverso gli strumenti forniti dalla *social network analysis*.

A titolo esemplificativo, l'articolo richiama i risultati dell'applicazione della lente del potere integrativo allo studio delle reti online sviluppate intorno alla campagna transnazionale *Take Back The Tech!* (TBTT), lanciata nel 2006 dal Women's Right Programme della *Association for Progressive Communications* (APC) per denunciare e sovvertire il nesso tra tecnologie di informazione e comunicazione (ICTs) e dinamiche di violenza di genere. TBTT nasce come iniziativa concreta di coordinamento collettivo sulla base dei risultati di uno studio condotto nel 2005 dal Women's Right Programme (WRP) della APC, una sezione specificatamente dedicata a contrastare le disegualianze e le discriminazioni basate sul genere (APC 2005). In questo studio, l'organizzazione poneva con urgenza la necessità di guardare più a fondo e di agire più sistematicamente in relazione al nesso tra ICTs e dinamiche di violenza e abuso basate sul genere. Il rapporto finale mette in evidenza che la diffusione pervasiva di queste tecnologie è accompagnata da una retorica spesso positiva, incentrata sui vantaggi (soprattutto economici) e sulle potenzialità relazionali generati da questi strumenti, ma che rimane sistematicamente disattenta ai tanti modi in cui essi contribuiscono a perpetuare e a rafforzare rapporti sbilanciati tra i generi.

Denunciando che il design, l'accesso, l'uso delle ICTs contribuiscono attivamente a perpetuare stereotipi di genere ma anche a costruire nuove disegualianze, il WRP ha disegnato TBTT volendo dare vita ad una campagna capace di trasformare la quotidianità digitale nella quale viviamo in uno spazio di emancipazione e di *empowerment* per donne e soggettività di genere non dominanti. Focalizzata nella sostanza sulle tecnologie del digitale e, allo stesso tempo, permanentemente attiva e globalmente accessibile grazie ad esse, TBTT fornisce un esempio particolarmente interessante di come i media digitali intersecano la lotta femminista e, al tempo stesso, possono diventare oggetto di studio empirico.

## FEMMINISMO E MEDIA DIGITALI

Le pratiche di femminismo online non sostituiscono ma, piuttosto, integrano le pratiche di partecipazione che hanno accompagnato gli sforzi collettivi femministi nel tempo. Ad esempio, la prima Marcia delle Donne che si è svolta a Washington il 21 Gennaio del 2017 nasce da un post su Facebook pubblicato da una donna hawaiana subito dopo l'elezione di Donald Trump a presidente degli Stati Uniti. La condivisione virale del post ha portato circa cinquecentomila partecipanti a radunarsi nelle strade della città, ma l'organizzazione dell'evento non si è esaurita in questa conversazione online: un comitato composto da attiviste e una fitta rete di almeno 400 organizzazioni diffuse sul territorio statunitense sono stati fondamentali nella gestione del processo di partecipazione e continuano ad essere cruciali nel mantenere attiva la mobilitazione (Fisher, Dow e Ray 2017).

In alcuni casi, però, lo spazio online diventa il principale luogo di organizzazione e azione. Ad esempio, l'iniziativa transnazionale *Take Back The Tech!* (TBTT) per la riappropriazione delle tecnologie di informazione e comunicazione contro ogni forma di violenza di genere non ha una sede fisica ma un "quartier generale" che coincide con il proprio sito web. È in questo spazio digitale, infatti, che ogni anno la campagna si attiva nel periodo dei cosiddetti "sedici giorni contro la violenza sulle donne" (tra il 25 novembre e il 10 dicembre) e propone una serie di attività di formazione, denuncia e ricostruzione del nesso che esiste tra i media (in particolare quelli digitali) e le dinamiche di discriminazione, abuso e violenza basate sul genere.

Senza dubbio, l'utilizzo dei media digitali contribuisce ai repertori di azione femministi – in particolare quando si tratta di realizzare campagne di sensibilizzazione sulle questioni legate al genere come pure per stimolare la partecipazione di donne e uomini alle iniziative collettive online e offline. La strategia del cosiddetto *hashtag activism* (letteralmente, "attivismo attraverso gli hashtag") è parte integrante della protesta femminista: da una parte, permette di veicolare attenzione su temi specifici; dall'altra, permette di interagire partendo da interessi condivisi e, quindi, di costruire identità collettive condivise. Ad esempio, la circolazione globale di hashtags come *#MeToo* o *#BeenRapedNeverReported* è stata fondamentale per generare una consapevolezza pubblica relativamente al tema della violenza sessuale ma è stata anche cruciale per permettere, a coloro che hanno condiviso online la loro esperienza, di collocarla all'interno di un contesto strutturale più ampio di oppressione e subordinazione, interrompendo così meccanismi di colpevolizzazione o di isolamento (Mendes, Ringrose e Keller 2019).

Inoltre, molto spesso le conversazioni online costituiscono di per sé veri e propri atti di resistenza, come nel caso del «*feminist digilantism*» (Jane 2016) cioè l'insieme di pratiche discorsive che sono volte a denunciare apertamente o a resistere esplicitamente ad atti di misoginia online. Un esempio particolarmente efficace è la tecnica del *name and shame* (letteralmente, “nominare e svergognare”) attraverso la quale i responsabili di atti di abuso o discriminazione vengono esposti ad un pubblico potenzialmente globale (si pensi al caso di Harvey Weinstein).

Sebbene lo sviluppo di queste conversazioni online sia in continuità con le tradizionali pratiche di autocoscienza femminista, va notato che le modalità concrete attraverso le quali avviene sono tipiche della nostra epoca digitale. Le conversazioni online sono infatti alimentate da quelli che Mendes, Ringrose e Keller (2019) chiamano «*platform vernacular*»: narrative digitali che sostengono l'identificazione di gruppo, elaborano discorsivamente forme ed esperienze di oppressione e, allo stesso tempo, sono veicolate e condizionate dalla materialità delle piattaforme utilizzate. In altre parole, i processi di condivisione, creazione e prefigurazione messi in atto all'interno delle mobilitazioni femministe prendono forme specifiche a seconda di come le *features*, cioè le funzioni messe a disposizione dalle piattaforme, sono trasformate in *affordances*, cioè in possibilità di azione. In questo senso, come nel caso della mobilitazione delle donne italiane con lo slogan «Se non ora quando?», le pratiche standard di *tagging* previste durante il caricamento dei video su YouTube diventano uno strumento attraverso il quale costruire collettivamente il significato della protesta nella misura in cui organizzatrici, attiviste e partecipanti condividono testimonianze della loro esperienza e scelgono di caratterizzarle in modo che possano essere riconosciute e, quindi, fatte proprie anche da altri (Mattoni e Pavan 2020).

Certamente, come ricorda Fotopoulou (2017), i media digitali non sono sempre centrali allo stesso modo né vengono utilizzati in maniera uniforme all'interno dei movimenti femministi. Non solo persistono diseguaglianze in termini di capacità e possibilità (soprattutto in termini di tempo) di accesso ed utilizzo. Più radicalmente, l'inclusione di questi strumenti all'interno dei percorsi di azione collettiva è inevitabilmente situata, vissuta in pratica all'interno del contesto della mobilitazione come pure di una struttura sociopolitica di opportunità che, come accennato in precedenza, è generalmente poco favorevole alla partecipazione politica delle donne. In questo senso, la pluralità dei femminismi e dei contesti in cui essi si collocano si traduce necessariamente in una varietà di «pratiche mediali

sitate» (Fotopoulou 2017:3) che generano una molteplicità di conversazioni online dalle forme e dalle implicazioni eterogenee.

#### IL POTERE INTEGRATIVO DELLE RETI ONLINE FEMMINISTE

La varietà di modi nei quali i media digitali possono intersecare gli sforzi collettivi femministi non implica che sia impossibile produrre una conoscenza organica e sistematica sul nesso tra media digitali e mobilitazioni femministe.

L'attenzione per la natura situata delle pratiche mediali nei movimenti femministi può essere tradotta in un approccio metodologico che sia inerentemente sensibile alle specifiche condizioni di utilizzo di questi strumenti in diverse esperienze di mobilitazione. Un simile approccio ha trovato negli ultimi anni una realizzazione empirica nell'impiego di tecniche di indagine qualitative –in particolare delle interviste in profondità e dell'osservazione partecipante– con lo scopo di indagare come attiviste ed attivisti scelgano, strategicamente e tatticamente, di sfruttare il potenziale comunicativo e di interazione dei media digitali in connessione con i temi centrali intorno ai quali si sviluppa la mobilitazione<sup>1</sup>.

Tuttavia, se il fine ultimo rimane quello di comprendere le implicazioni, ancorché variabili, dell'utilizzo dei media digitali all'interno dei movimenti femministi contemporanei, allora sussiste anche la necessità di indagare le specifiche dinamiche di costruzione collettiva del discorso che si sviluppano nello spazio online una volta che i media digitali sono diventati parte della dinamica di mobilitazione in seguito a scelte strategiche consapevoli e situate.

Un possibile punto di partenza in questo senso consiste nel centrare il focus sulla prima conseguenza generata dalla scelta di introdurre strumenti di comunicazione digitale all'interno delle dinamiche della protesta, cioè la creazione di ampie e complesse reti di conversazione online (Rainie e Wellman 2012).

Il crescente interesse per il ruolo dei media digitali nei processi di partecipazione politica ha incrementato notevolmente il numero di analisi concrete delle strutture di relazioni che si creano online durante la protesta. In questo contesto, è stato possibile isolare alcune caratteristiche delle reti online che tendono a riproporsi indipendentemente dal tema specifico di mobilitazione (González-Bailon, Borge-Holthoefer e Moreno 2013). In primo luogo, queste strutture tendono ad essere soste-

<sup>1</sup> Si veda a titolo esemplificativo, la nota metodologica nel lavoro di Fotopoulou (2017).

nute da legami di natura effimera poiché generati da atti estemporanei, ancorché ripetuti nel tempo, di partecipazione, come ad esempio, mettere un like ad una serie di post su Facebook o retwittare una serie di contenuti su Twitter. Inoltre, proprio perché spesso derivano dall'impiego di piattaforme commerciali molto diffuse, queste reti online tendono ad essere ampie ma anche piuttosto sparse (i.e., esistono pochi legami tra numeri elevati di partecipanti), localmente clusterizzate (i.e., i pochi legami esistenti tendono a concentrarsi in determinate aree del reticolo) e dominate da pochi *hub* – partecipanti che costituiscono veri e propri punti di riferimento all'interno della conversazione.

Da un punto di vista strutturale, quindi, le reti che si stabiliscono online appaiono invariabilmente come più “deboli” rispetto a quelle stabilite offline e ciò stride, almeno in linea di principio, con la forza e la coesione tipicamente associata alle pratiche di partecipazione femminista. Eppure, come ben dimostrano anche recenti casi di protesta dentro e fuori il campo delle questioni di genere (si pensi, ad esempio, alla diffusione della protesta legata al #MeToo ma anche alle partecipatissime mobilitazioni dei *Fridays for Future* o alle più recenti *Sardine* italiane) la debolezza di queste strutture relazionali non equivale ad una loro assenza di effetto.

La debolezza strutturale è infatti una conseguenza fisiologica della specifica *materialità* dei media digitali che vengono impiegati nella protesta. L'utilizzo di piattaforme come Facebook o Twitter genera sempre vaste reti di comunicazione online che, per effetto della loro dimensione – non del contesto nel quale vengono sviluppate né del tema di cui si occupano – tendono ad essere sparse, centralizzate e clusterizzate. Ciò che determina la maggiore o minore rilevanza politica di queste reti online non è la loro possibilità di diventare più forti da un punto di vista strutturale ma, all'opposto, di convertire strategicamente la congenita debolezza in flessibilità a sostegno della formazione di «programmi ed interessi condivisi» (Tilly e Tarrow 2007:5). Soltanto in presenza di questa condivisione, che è da sempre e continua a rimanere un processo squisitamente sociale, le reti online cessano di essere estemporanei aggregati digitali di individui e diventano reti di azione collettiva, cioè spazi di coordinamento all'interno dei quali vari attori «collaborano, supportano reciprocamente le rispettive iniziative e le fanno convergere all'interno di agende più ampie e condivise» (Diani 2015: 3).

In ultima analisi, è soltanto nell'incontro tra la materialità specifica dei media digitali, improntata primariamente alla costruzione di reti, e l'innato desiderio di cambiamento che caratterizza gli individui, che il semplice potenziale di connessione di questi strumenti si

trasforma in un vero e proprio “potere integrativo” cioè nella capacità unica e senza precedenti di convertire reti sparse, disconnesse, localmente clusterizzate e dominate da alcuni forti punti di riferimento in sistemi di alleanze digitali stabilite tra una molteplicità di attori di natura diversa che, pur mantenendo le loro peculiarità e diversità, individuano interessi e programmi di cambiamento comuni.

Poiché deriva dall'intreccio tra fattori materiali e sociali, il potere integrativo è una forma di potere peculiare. In primo luogo, è inerentemente sociotecnico, cioè esiste solo all'incrocio tra un'infrastruttura tecnologica ed un desiderio condiviso di cambiamento. In secondo luogo, si tratta di un potere dalle forme altamente variabili, in quanto dipende dalle specifiche piattaforme che vengono utilizzate (un sito web, Facebook, Twitter, Instagram, piattaforme sviluppate ad hoc, etc.) e, successivamente, dal modo in cui le modalità di comunicazione ed interazione da queste offerte vengono “messe al servizio” della protesta grazie alle scelte situate degli attivisti e dei partecipanti.

Infine, si tratta di un potere composito in quanto risulta dall'intreccio di tre componenti principali. Vi è innanzitutto una componente *materiale* che fa riferimento alla possibilità di costruire reti di discussione pienamente integrate nelle dinamiche di azione collettiva. Vi è poi una componente *sociale* che punta alla possibilità di scegliere con chi interagire in modo da sfruttare strategicamente il potenziale comunicativo e connettivo dei media digitali. In terzo luogo, vi è una componente *semantica* che costituisce la vera peculiarità delle dinamiche di azione collettiva online rispetto a quelle di azione collettiva tradizionali. Poiché lo spazio online rimette al centro la costruzione collettiva e condivisa del discorso e la trasforma nell'essenza dell'azione politica, la componente semantica del potere integrativo fa riferimento specificatamente alla possibilità di convergere su temi e frame condivisi che costruiscono un “universo simbolico comune”, per riprendere le parole di Melucci (1996), che guida la dinamica di partecipazione.

#### UN APPROCCIO DI RETE PER LO STUDIO DEL POTERE INTEGRATIVO

Un modo possibile per valutare empiricamente il potere delle reti online che si sviluppano come parte integrante delle mobilitazioni femministe contemporanee, consiste nel tracciare ed esaminare le strutture di relazione tra individui e i contenuti che derivano dall'inclusione dei media digitali nei percorsi di azione collettiva femminista. La disponibilità crescente di dati digitali

permette di osservare nel concreto queste reti e fornisce la base per valutarne il contributo all'incrocio tra possibilità di costruire reti, interagire con specifici attori e di creare e condividere contenuti.

Ciascuna componente del potere integrativo può essere indagata empiricamente tracciando due tipi di reti. Da una parte, le componenti materiale e sociale possono essere studiate partendo da reti sociali, cioè sistemi di relazioni stabilite tra attori specifici (Borgatti, Everett e Johnson 2013). Nello spazio digitale, le reti sociali sono formate da nodi che, tipicamente, rappresentano tutti coloro che intervengono in una data conversazione – ad esempio, perché commentano uno stesso post su Facebook o utilizzano uno stesso hashtag su Twitter – e dai legami che si stabiliscono tra loro partendo da specifiche azioni comunicative – ad esempio, retwittare un messaggio di un altro utente o esprimere un apprezzamento attraverso un like.

Dall'altra parte, la componente semantica può essere studiata attraverso le reti semantiche, cioè rappresentazioni strutturate del contenuto di messaggi e testi (Monge e Contractor 2003). Invece di focalizzarsi, come nel caso delle reti sociali, sugli attori che producono o ricevono messaggi, le reti semantiche spostano l'attenzione sui contenuti che vengono scambiati – dagli hashtag utilizzati nei tweet, alle parole più frequentemente usate durante una conversazione online, ai temi più generali che emergono dalla discussione.

L'ampia cassetta degli attrezzi della *social network analysis* (Borgatti, Everett e Johnston 2013; Wasserman and Faust 1994) fornisce una serie di strumenti per valutare nello specifico le tre componenti del potere integrativo.

Come accennato in precedenza, la componente materiale del potere integrativo ha a che fare con la creazione di reti online. Poiché queste reti tendono ad essere spesso sparse e dominate dalla presenza di alcuni nodi molto più centrali di altri, diventa importante caratterizzarne la struttura in modo da chiarire il tipo di conversazione possono sostenere. Come peraltro già sottolineato in riferimento alle reti offline di azione collettiva (Diani 2003), reti particolarmente segmentate segnalano una certa frammentarietà e, perfino, una certa difficoltà a far circolare istanze, visioni, prospettive all'interno delle conversazioni che si sviluppano nello spazio digitale limitando, in qualche modo, la creazione di una discussione condivisa che sostenga la formazione di un'identità collettiva. Inoltre, dove la presenza di attori più centrali è un tratto tipico delle reti di movimento tanto online quanto offline, è importante valutare chi sono gli attori che occupano posizioni di rilievo e quanto la loro prominenza lasci comunque spazio a processi di inclusione.

Tipicamente, la segmentazione di un network viene misurata in termini di "vicinanza" tra nodi: più la distanza tra nodi è ridotta, più una rete risulta compatta (Wasserman e Faust 1994: 110). Nelle reti online, però, la costante presenza di alcuni attori molto connessi rende questo parametro poco utile poiché si verificherà spesso che due nodi non connessi tra loro abbiano in comune un *hub*. Diventa quindi importante guardare alla segmentazione attraverso una lente diversa – ad esempio, concentrandosi sul grado di frammentazione che caratterizza la struttura relazionale. Una rete online altamente frammentata rivela la co-presenza di molteplici conversazioni simultanee tra gruppi di attori che non entrano in dialogo tra loro. In questo senso, il numero di "componenti" che costituiscono la rete – cioè il numero di gruppi all'interno dei quali ogni nodo è direttamente o indirettamente connesso a tutti gli altri (Wasserman e Faust 1994: 109) – e la percentuale di "nodi isolati" – cioè i nodi che non intrattengono alcun legame con altri nella rete – forniscono un'indicazione immediata sul grado di difficoltà nell'imbastire una discussione unica che coinvolga i partecipanti in una mobilitazione nello spazio digitale.

È altresì rilevante caratterizzare il grado di disegualianza che esiste all'interno della rete online tra nodi molto prominenti e nodi "comuni" – cioè tra la leadership nella conversazione e la molteplicità di input che deriva da tutti coloro che vi prendono parte almeno una volta. In questo caso, valutare il grado di "centralizzazione" del network – cioè il grado di variabilità tra le centralità dei singoli attori (Wasserman e Faust 1994: 180) – aiuta a scoprire se le conversazioni online sono dominate da poche figure chiave o se, piuttosto, esista una leadership distribuita.

A compensazione di questo sguardo sul grado di "rottura" e sbilanciamento della rete, è importante valutare anche quanto la struttura relazionale risulti inclusiva. In questo senso, valutare il grado di inclusione della "componente principale" – cioè della componente che racchiude il maggior numero di nodi del network – aiuta a caratterizzare l'eccezionale prominenza di alcuni nodi in termini di capacità di fornire un punto di riferimento per la convergenza di una miriade di attori sparsi e sconosciuti gli uni agli altri. Componenti principali più inclusive segnalano quindi la presenza di conversazioni aggreganti, ancorché partecipate da attori che non sono necessariamente tutti ugualmente rilevanti nella discussione.

Passando dal livello macro a quello micro, la componente sociale del potere integrativo permette di esaminare chi sono gli attori che occupano le posizioni più centrali all'interno delle conversazioni online per effetto delle scelte di interazione dei partecipanti. Uno strumen-

to particolarmente utile in questo senso è quello dello studio di “centralità” – cioè del numero di relazioni nelle quali è coinvolto un nodo della rete (Freeman 1979). Poiché i legami che si costruiscono nelle reti online dipendono dall’utilizzo di *features* specifiche delle piattaforme, la centralità di un nodo sarà legata a processi diversi: su Facebook potrebbe significare ricevere molti like o molti commenti; su Twitter invece ricevere molte menzioni, risposte o retweet. Indipendentemente dalle modalità con le quali si conferisce centralità ad un nodo, ricevere un numero maggiore di legami significa ricevere più attenzione. In questo senso, nodi con una centralità cosiddetta di *indegree* (letteralmente, “in entrata” per sottolineare che i legami sono inviati dall’esterno verso un nodo specifico) svolgono il ruolo di *programmers* – cioè, sono in grado di settare i contenuti della discussione proprio perché sono ampiamente riconosciuti (Padovani e Pavan 2016).

Infine, parte del potere integrativo delle reti online consiste nella capacità di mettere in circolazione di contenuti di tipo diverso. Anche in questo caso, piattaforme diverse permettono modalità di creazione e circolazione di contenuti diverse tra loro. Una pratica trasversalmente diffusa per la caratterizzazione tematica dei contenuti prodotti è quella dell’*hashtagging*, cioè dell’attribuzione ad un post o a un tweet di una stringa di testo preceduta dal simbolo “#”. Se l’uso degli hashtag ufficiali della protesta distingue i contenuti prodotti come parte della mobilitazione online da tutti quelli in circolazione in un dato momento, guardare a tutti gli hashtag che con essi co-occorrono, cioè sono utilizzati insieme all’interno della stessa unità di messaggio, permette di investigare il significato che i partecipanti attribuiscono alla protesta. In questo caso, diventa rilevante guardare alla frequenza delle associazioni tra hashtag. Un modo possibile di cogliere questo elemento viene dalla valutazione del “peso” dei legami nella rete semantica formata da tutti gli hashtag utilizzati: legami con pesi maggiori segnalano coppie di hashtag utilizzati insieme più frequentemente e, di conseguenza, associazioni di significati più consolidate (Diesner e Carley 2011).

#### ESAMINARE IL POTERE INTEGRATIVO DELLE RETI ONLINE FEMMINISTE. UN ESEMPIO

Un esempio può aiutare a chiarire il potenziale euristico connesso a queste misurazioni. Nel periodo tra il 2012 ed il 2014, la già citata campagna transnazionale *Take Back the Tech!* (TBTT) ha realizzato tre cicli di mobilitazione annuali modificando la propria strategia di azione ed incrementando il grado di collaborazione con le

istituzioni. Mentre nel 2012 la maggior parte delle azioni della campagna sono state realizzate attraverso alleanze con altre organizzazioni di società civile e al di fuori degli spazi istituzionali, dal 2013 in poi TBTT ha optato per una progressiva istituzionalizzazione (Suh 2011) spostando il proprio target di azione verso il contesto della *Commission on the Status of Women* (CSW), uno dei principali organismi intergovernativi attivi sulle questioni delle disuguaglianze di genere. Nel 2014, la campagna ha deciso di mantenere questa strategia più marcatamente incentrata sul lobbying continuando ad agire soprattutto in riferimento alla CSW, organizzando eventi e presentando ulteriori input alla discussione ufficiale.

La mappatura delle reti online nate dall’uso di Twitter durante la mobilitazione nel periodo 2012-2014 permette di esaminare le modalità di integrazione online che si sono sviluppate parallelamente all’azione della campagna nello spazio offline. Tale mappatura può essere effettuata a partire dalla raccolta dei tweet pubblicati durante le tre edizioni della campagna contenenti l’hashtag ufficiale *#takebackthetech*. Gli autori di questi tweet e gli utenti menzionati costituiscono i nodi delle reti sociali online generate intorno alla campagna, mentre le relazioni che esistono tra loro sono date dalle azioni comunicative messe in campo: la menzione di o la risposta a uno o più utenti come pure il retweet di un messaggio scritto da qualcun altro<sup>2</sup>. Gli hashtag utilizzati insieme a quello ufficiale della campagna possono invece essere considerati come nodi della rete semantica sviluppata nel corso della conversazione su Twitter nei tre anni considerati.

Come mostra la tabella 1, la rete Twitter generata intorno all’uso dell’hashtag ufficiale della campagna *#takebackthetech* rimane piuttosto sparsa nel tempo ma comunque compatta. I valori della densità – cioè, la proporzione di legami presenti sul totale dei legami possibili (Wasserman e Faust 1994) – rimangono piuttosto scarsi e la distanza tra i nodi piuttosto bassa e costante segnalando una dinamica di conversazione piuttosto sbilanciata verso alcuni nodi particolarmente importanti. Pur rimanendo sparsa, la rete di TBTT si caratterizza per la sua costante bassa segmentazione. Già nel 2012, la rete mostra solo un 5% di nodi isolati e il 90% dei partecipanti sono coinvolti nella conversazione che si sviluppa all’interno della componente principale. Quando nel 2013 la campagna indirizza i suoi sforzi verso le istituzioni, peraltro riuscendo a “spuntare” un accenno al ruolo delle tecnologie nella dichiarazione finale di quell’anno, queste percentuali si modificano: il numero

<sup>2</sup> Per un approfondimento sulle procedure di mappatura e per una versione più dettagliata dell’analisi delle reti sociali online della campagna *Take Back The Tech!* si veda Pavan (2017).

**Tab. 1.** Caratteristiche strutturali dei network online di TBTT nel periodo 2012-2014.

Anno	2012	2013	2014
Numero di nodi	858	1175	994
Numero di legami	3663	5270	2970
Densità	0.0022	0.0020	0.0019
Distanza media	3,00	3,07	2,9
Isolati (%)	5.0%	2.4%	4.2%
Grado di inclusione	91.7%	96.9%	93.8%
Degree medio	0.40	0.37	0.35
Degree massimo	43.99	41.14	53.17
Centralizzazione (Indegree)	36,46%	33,05%	48,00%

Nota: Valori di degree medio e massimo normalizzati. Fonte: Pavan (2017a).

degli isolati si dimezza e ben il 97% dei nodi partecipa ad un'unica, grande conversazione. Nel 2014, quando la campagna consolida la sua strategia di lobbying ma si trova ad affrontare un contesto più ostile all'interno della CSW (GenderIT 2014), la segmentazione aumenta nuovamente, pur rimanendo sempre bassa.

Indipendentemente dal contesto più o meno favorevole e dalla strategia di azione messa in atto offline, dunque, la campagna è stata sostenuta da una conversazione allargata e particolarmente aggregante, soprattutto in occasione di un successo politico come quello del 2013. Il parametro della centralizzazione permette di caratterizzare ulteriormente questa situazione chiarendo anche i meccanismi che hanno generato questa inclusività. Lungo tutto il periodo di osservazione, il parametro della centralizzazione rimane piuttosto alto (sopra il 30%) rivelando che la compattezza della rete online di TBTT è in effetti conseguenza della presenza di alcuni nodi che funzionano come “punti di riferimento”, in particolare, l'account ufficiale della campagna *@takebackthetech*. In maniera interessante, la centralizzazione si abbassa nel 2013 segnalando che, a fianco dell'account di TBTT, altri attori hanno catturato l'attenzione dei partecipanti. Di converso, quando la campagna si è trovata ad affrontare una situazione più problematica all'interno della CSW, la centralizzazione raggiunge un picco segnalando che i partecipanti hanno convogliato la loro attenzione verso un gruppo molto ristretto di nodi chiave.

Effettuando uno studio di centralità è possibile individuare le categorie di nodi che hanno ricevuto un maggior numero di menzioni, risposte e retweet e, di conseguenza, hanno funzionato come punti di integrazione

**Tab. 2.** Centralità delle diverse tipologie di attori nella rete online intorno a #takebackthetech (2012-2014).

Categorie di attori più centrali	2012		2013		2014	
	n	Indegree medio	n	Indegree medio	n	Indegree medio
Organizzazione	5	11.76	9	8.53	10	8.02
Attivista	5	4.04	7	1.85	-	-
Giornalista	3	3.23	5	3.88	1	4.03
Blogger	6	2.72	2	1.45	-	-
Istituzione	1	4.00	3	6.01	4	8.66
Supporter individuale	3	2.25	3	1.59	-	-
Media online	-	-	1	2.9	-	-
Piattaforma online società civile	-	-	2	2.04	-	-
Ricercatore	-	-	1	1.618	-	-
Indegree medio (rete)		0.220		0.201		0.188
DS		1.421		1.215		1.721
Core Size*		23		33		15

\*Dimensione del nucleo di nodi più centrali nel network individuali come nodi con una centralità di indegree  $K_i \geq (K_m + DS)$  con  $K_m$  indegree medio nella rete e  $DS$ =deviazione standard. Fonte: Pavan (2017a).

durante le tre edizioni della campagna (tabella 2).<sup>3</sup> Nel passaggio da una linea di azione esterna alla sfera istituzionale (nel 2012) ad una di lobbying interna a CSW (nel 2013), i partecipanti hanno mantenuto come focus principale l'account della campagna ma hanno anche distribuito la loro attenzione verso una molteplicità di attori: organizzazioni della società civile (in particolare, quelle promotrici della campagna come *Association for Progressive Communications* e *GenderIT*), attivisti, giornalisti, piattaforme di azione online. Allo stesso tempo, conseguentemente alla scelta della campagna di entrare più sistematicamente nello spazio delle istituzioni, gli account legati alla sfera delle Nazioni Unite (in particolare *@unwomen*, l'account della principale agenzia UN per le questioni di genere e *@saynounite*, l'account della campagna UN contro la violenza sulle donne) diventano più centrali. Quando nel 2014 la strategia di TBTT si consolida all'insegna del lobbying, la conversazione online diviene più polarizzata ed i partecipanti si integrano essenzialmente prestando attenzione alle organizzazioni promotrici di TBTT e agli account istituzionali.

Parallelamente al progressivo polarizzarsi della conversazione tra account promotori della campagna ed

<sup>3</sup> La classificazione dei nodi può essere fatta seguendo diversi schemi esistenti oppure applicando schemi deduttivamente derivati dalla teoria o induttivamente suggeriti dai dati. Nell'esempio qui riportato, i nodi sono stati classificati seguendo lo schema di Lotan *et alii.* (2011).

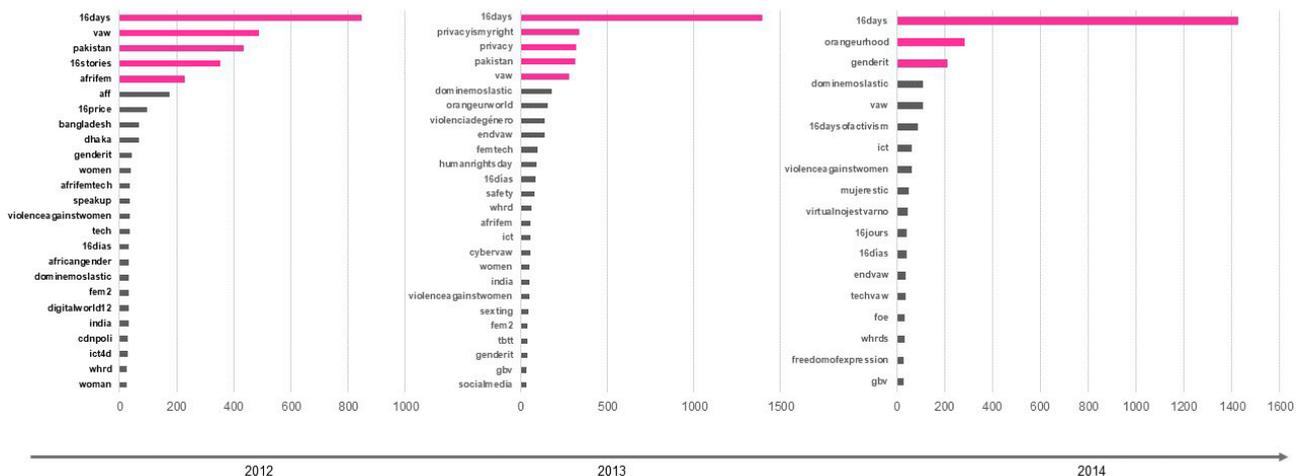


Fig. 1. Hashtag co-occorrenti con #takebackthetech (2012-2014).

istituzioni, si verifica anche una progressiva semplificazione del significato attribuito alla campagna. La figura 1 mostra gli hashtag più spesso associati a quello ufficiale della campagna nei tre anni monitorati. Quando la campagna nel 2012 lavora essenzialmente con altre organizzazioni di società civile, la conversazione si concentra sull'affermazione della campagna stessa attraverso hashtag che rimandano tutti ad elementi fondativi della sua organizzazione e azione: i sedici giorni di attivismo (#16days); le sedici storie condivise, una per giorno, per diffondere sedici "lezioni" sul nesso tra tecnologie e percorsi della violenza (#16stories); il tema stesso della violenza di genere (#vaw) e la rivendicazione delle tecnologie di informazione e comunicazione come strumenti di sviluppo (#ict4d). Quando la campagna si avvicina alle istituzioni nel 2013 il discorso inizia a includere anche alcuni hashtag istituzionali, in particolare #orangeyourworld, che fa riferimento all'iniziativa di sensibilizzazione di Say No to Violence, e #cybervaw, che invece richiama il tema della violenza di genere online con una etichetta specifica coniata dal Working Group della Broadband Commission for Digital Development delle Nazioni Unite.

Infine, durante la fase di consolidamento della strategia di azione più istituzionale, l'affermazione della campagna passa attraverso un accenno alla sua componente organizzativa (#genderit) e al periodo di attività (#16days) ma soprattutto attraverso un uso estensivo dell'hashtag istituzionale #orangeyourhood, una variazione sul tema di quello proposto l'anno precedente. In definitiva, il cambiamento di strategia di azione si intreccia con il progressivo aggiustamento dei termini intorno ai quali si costruisce l'identità collettiva della campagna, rispecchiando la progressiva fusione con il framework istituzionale delle agenzie delle Nazioni Uni-

te impegnate sul tema della parità di genere mettendo in primo piano, tra tutte le dinamiche di disuguaglianze, quello della violenza, che diventa punto di partenza comune anche a livello discorsivo per una collaborazione *multistakeholder*.

## CONCLUSIONI

In un contesto nel quale i media digitali diventano parte integrante delle mobilitazioni femministe, è sempre più importante non solo prestare attenzione alle scelte situate di uso di questi strumenti ma anche esaminare nel dettaglio le strutture di relazioni che si formano nello spazio online ed i contenuti che viaggiano attraverso di esse.

Il concetto di potere integrativo offre un possibile strumento per iniziare a comprendere più nel dettaglio il valore aggiunto che passa attraverso l'agire collettivamente lo spazio online come spazio di azione femminista. Allo stesso modo, la sua traduzione empirica attraverso gli strumenti della *social network analysis* permette di settare una griglia di riferimento attraverso la quale studiare reti che nascono dall'uso sostenuto nel tempo della stessa piattaforma per osservare l'uso mutevole che dei media digitali si fa in diversi momenti e contesti della protesta.

L'esempio di TBTT mostra che, a fronte della disponibilità delle stesse features di comunicazione all'interno di Twitter, attiviste e attivisti, sostenitrici e sostenitori hanno trovato diverse modalità di contribuire alla campagna attraverso la costruzione di conversazioni aggreganti ed inclusive. La scelta da parte degli organizzatori di perseguire una strategia di progressiva istituzionalizzazione è stata accompagnata dal ri-orientamento dei

flussi di attenzione online, progressivamente sempre più rivolti alla campagna e alle istituzioni e meno ad altre categorie di attori, come pure dei contenuti della discussione che nel tempo ha privilegiato il tema della violenza, terreno comune per la collaborazione con le agenzie UN, anche se a discapito di un confronto più sistematico sui temi e le modalità di azione di TBTT.

Se, da una parte, i media digitali amplificano il tessuto relazionale che sostiene le mobilitazioni e la lotta femminista, dall'altro va ricordato che essi amplificano anche il ventaglio di sfide con le quali essi devono misurarsi. Nello spazio online, la portata delle dinamiche di abuso e discriminazione si espande e diviene più ampia e difficile da controllare anche la circolazione di contenuti misogini. La materialità delle piattaforme, poi, costringe spesso i comportamenti all'interno di interfacce e meccanismi di funzionamento ideati e realizzati seguendo precisi orientamenti normativi ed escludenti (Kitzie 2017), che si cristallizzano anche all'interno di termini di uso ed assetti di *governance* fortemente discriminanti (Pavan 2017b). Inoltre, le stesse potenzialità di comunicazione e connessione di cui godono i movimenti femministi sono a disposizione anche dei contro-movimenti conservatori e reazionari nel loro sforzo per ristabilire la "naturalità" dell'ordine sociale e politico basato su relazioni gerarchiche tra due soli generi possibili, il maschile e il femminile. In altre parole, anche gli oppositori della lotta femminista beneficiano del potere integrativo delle reti online.

La lente del potere integrativo fornisce in questo senso un duplice potenziale. Da una parte, permette di cogliere più sistematicamente le potenzialità ed i limiti dei percorsi d'azione intrapresi dagli attori di movimento ponendo un'attenzione esplicita alle alleanze, sociali e simboliche, costruite attraverso le interazioni nello spazio digitale. Dall'altra, permette di ragionare lungo queste stesse linee rispetto alle strategie messe in campo dagli avversari, contribuendo in questo modo a disegnare strategie di resistenza collettive, flessibili, e in continuo movimento.

#### BIBLIOGRAFIA

- Borgatti S.P., Everett M.G., Johnson J.C. (2013), *Analyzing Social Networks*, London: Sage Publications.
- della Porta D. e Pavan E. (2018), *The Nexus between Media, Communication and Social Movements. Looking Back and the Way Forward*. In Meikle G. (a cura di), *The Routledge Companion to Media and Activism* (pp. 29-38), London: Routledge.
- Diani M. (2003), *Networks and social movements: A research programme*. In Diani M. e McAdam, D. (a cura di), *Social movements and networks: Relational approaches to collective action* (pp. 299-318), Oxford: Oxford University Press.
- Diani M. (2015), *The cement of civil society. Studying networks in localities*, New York: Cambridge University Press.
- Donati P. (1992), *Political Discourse Analysis*, in M. Diani e R. Eyerman *Studying Collective Action* (pp.136-167), London: Sage Publications.
- Diesner J. e Carley K.M. (2011), *Semantic Networks*. in G. Barnett (ed.), in G.A. Barnett, *Encyclopedia of Social Networking* (pp. 766-769), Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Fisher D. R., Dow, D. M. e Ray, R. (2017), *Intersectionality Takes it to the Streets: Mobilizing across Diverse Interests for the Women's March*, in «Science Advances», 3: 1-8.
- Fotopoulou A. (2017), *Feminist Activism and Digital Networks: Between Empowerment and Vulnerability*, Palgrave MacMillan.
- Freeman L. C. (2002 [1979]), *Centrality in Social Networks: Conceptual Clarifications*, in J. Scott (a cura di), *Social Networks: Critical Concepts in Sociology (vol. I)* (pp. 238-263), London and New York: Routledge.
- GenderIt (2014), *Fighting the backlash: Moving the agenda forward at the CSW*, <http://www.genderit.org/node/3999/> (ultimo accesso novembre 2019).
- Gill R. (2007), *Gender and the Media*, Cambridge/Malden: Polity Press.
- González-Bailón S., Borge-Holthoefer J. e Moreno Y. (2013), *Broadcasters and hidden influentials in online protest diffusion*, in «American Behavioral Scientist», 57(7): 943-965.
- Hurwitz H. M. (2018), *From Ink to Web and Beyond: U.S. Women's Activism Using Traditional and New Social Media*, in H. J. McCammon, V. Taylor, J. Reger e R. L. Einwohner (a cura di), *The Oxford Handbook of U.S. Women's Social Movement Activism* (pp. 462-485), Oxford: Oxford University Press.
- Jane E. A. (2016), *Online Misogyny and Feminist Digitalism*, in «Continuum», 30(3): 284-297.
- Kitzie V. L. (2017), *Affordances and constraints in the online identity work of LGBTQ+ individuals*, in «Proceedings of the Association for Information Science and Technology», 54(1): 222-231.
- Koopmans R. (2004), *Movements and Media: Selection Processes and Evolutionary Dynamics in the Public Sphere*, in «Theory and Society», 33: 367-391.
- Lotan G., Graeff E., Ananny M., Gaffney D., Pearce I. e boyd D. (2011), *The Revolutions were Tweeted: Infor-*

- mation Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions, in «International Journal of Communication», 5:1375-1405.
- Mattoni A. (2013), *Repertoires of Communication in Social Movement Processes*, in B. Cammaerts, A. Mattoni e P. McCurdy *Mediation and Protest Movements*, (pp.39-56), Bristol, UK: Intellect Press.
- Mattoni A. e Pavan E. (2020), *Activist media practices, alternative media and online digital traces: The case of YouTube in the Italian Se non ora, quando? Movement*, in C.H. Stephansen e E. Treré (a cura di) *Citizen Media and Practice. Currents, Connections, Challenges* (p. 152-166), Abingdon, Oxon and New York, NY: Routledge.
- McCammon H. J., Campbell K. E., Granberg E. M. e Mowery C. (2001), *How Movements Win: Gendered Opportunity Structures and US Women's Suffrage Movements, 1866 to 1919*, in «American Sociological Review», 66: 49-70.
- Melucci A. (1996), *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Mendes K., Keller J., e Ringrose J. (2019), *Digitized narratives of sexual violence: Making sexual violence felt and known through digital disclosures*, in «New Media and Society», 21(6): 1290-1310.
- Monge P.R. e Contractor N.S. (2003), *Theories of Communication Networks*, Oxford: Oxford University Press.
- Padovani C. e Pavan E. (2016), *Global Governance and ICTs: Exploring Online Governance Networks around Gender and Media*, in «Global Networks. A Journal of Transnational Affairs», 16(3): 350-371.
- Pavan E. (2014), *Embedding digital communications within collective action networks. A multidimensional network perspective*, in «Mobilization. An international Quarterly», 19(4): 441-455.
- Pavan E. (2017a), *The integrative power of online collective action networks beyond protest. Exploring social media use in the process of institutionalization*, in «Social Movement Studies», 16(4): 433-446.
- Pavan E. (2017b), *Internet intermediaries and online gender-based violence*, in M. Segrave e L. Vitis (a cura di) *Gender, Technology and Violence* (pp. 62-78), London: Routledge.
- Rainie L., e Wellman B. (2012), *Networked. The new social operating system*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- Rucht D. (1996), *The impact of national contexts on social movement structures: A cross-movement and cross-national perspective*. In D. McAdam, J. D. McCarthy, e M. Zald (a cura di), *Comparative perspectives on social movements* (pp. 185-204), Cambridge: Cambridge University Press.
- Suh D. (2011), *Institutionalizing social movements: The dual strategy of the Korean women's movement*, in «The Sociological Quarterly», 52: 442-471.
- Tilly C. (1986), *The Contentious French*, Cambridge: Harvard University Press.
- Tilly C. e Tarrow S. (2007), *Contentious politics*, Boulder, CO: Paradigm Press.
- Wasserman S., e Faust K. (1994), *Social network analysis. Methods and applications*, New York, NY: Cambridge University Press.