

Universität Bielefeld

Fakultät für Linguistik und Literaturwissenschaft

Masterarbeit

im Studiengang InterAmerikanische Studien

zum Thema:

Lógicas y expresiones de la ciudadanía digital y la mediatización política en redes sociales digitales

vorgelegt von

Catalina Ballesteros Garzón

Erstgutachter/in: Prof. Dr. Joachim Michael

Zweitgutachter/in: Prof. Dr. Julia Roth

Bielefeld, im Oktober 2020

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
EL PARO NACIONAL COLOMBIANO DE NOVIEMBRE DE 2019	3
<i>#AsíVaElParo</i>	5
MARCO TEÓRICO	8
LOS MEDIOS DIGITALES Y EL GIRO DIGITAL O <i>DIGITAL TURN</i>	13
OPINIÓN PÚBLICA MEDIATIZADA	19
DE LA CIUDADANÍA A LA CIBERCIUDADANÍA	25
METODOLOGÍA	30
EL ABORDAJE DE LAS PRÁCTICAS DIGITALES.....	30
SOBRE ANÁLISIS DE TWITTER: RETOS METODOLÓGICOS	32
LA ETNOGRAFÍA DIGITAL	35
LA ETNOGRAFÍA COMO TEXTO: EL ANÁLISIS DEL DISCURSO MULTIMODAL.....	38
LOS CASOS DE ESTUDIO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	43
ANÁLISIS DEL CORPUS	46
LA ANATOMÍA DE LOS TWEETS	46
LOS ELEMENTOS DEL DISCURSO	48
EVENTO 1. 21 DE NOVIEMBRE: LA MARCHA INAUGURAL DEL PARO.....	48
<i>Exaltación de la acción pacífica, artística y creativa</i>	49
<i>La denuncia: la fuerza pública es la culpable</i>	51
<i>El llamado a la unión: #21SomosTodos</i>	52
<i>No son ciudadanos, son vándalos</i>	53
EVENTO 2. NOVIEMBRE 21 Y 22: “SE ESTÁN METIENDO A LOS CONJUNTOS”	54
<i>La denuncia: entre el pedido de auxilio y el llamado a la defensa propia</i>	54
<i>La denuncia desfavorable al rol de la fuerza pública y su vínculo con el paro nacional</i>	55
EVENTO 3. NOVIEMBRE 22: EL CACEROLAZO #ELPAROSIGUE.....	55
<i>La vitalidad del cambio</i>	55
<i>La referencia geoespacial: entre la ciudad y la casa</i>	56
<i>La protesta como experiencia estética</i>	57
EVENTO N. 4. NOVIEMBRE 23: LA RABIA POR EL ABUSO DE AUTORIDAD	58
<i>El criterio noticioso: reportar la tragedia</i>	58
<i>La fuerza pública como provocadora de la violencia en la protesta</i>	58
EVENTO 5. NOVIEMBRE 26: LA MUERTE DE DYLAN CRUZ.....	59
<i>El duelo colectivo: “Dylan no murió, a Dylan lo mataron”</i>	59
<i>Un nuevo pedido: reformar el ESMAD</i>	60
DICIEMBRE 8: UN CANTO POR COLOMBIA.....	61
<i>La protesta se celebra</i>	61
SOBRE LA IDENTIDAD DE LOS USUARIOS: PRESENTACIÓN INDIVIDUAL, COLECTIVA Y NO PERSONAL..	63
CONCLUSIONES.....	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXOS	82
ANEXO 1. LISTA DE TWEETS	82

Introducción

En el último semestre de 2019, una oleada de protestas tuvo lugar en América Latina. Chile, Ecuador, Bolivia y Colombia vivieron momentos álgidos que se mediatizaron rápidamente. Escenas de multitudes cantando en las calles, ondeando banderas y pancartas, disturbios, represión policial, cacerolas sonando desde las ventanas, entre otras, circularon en tiempo real por redes sociales digitales irrumpiendo en la agenda política y volcando la atención de la opinión pública y los ciudadanos. No obstante, lo ocurrido en los espacios digitales no fue simplemente el registro o reflejo de lo que pasaba en las calles. Las dinámicas de la expresión política presencial y digital se entrelazan, se alteran unas a otras y configuran de maneras particulares los sentidos y sentires de los ciudadanos respecto a la movilización. Así, esta investigación se propone dilucidar las expresiones hipermediales de ciudadanía en la red social digital Twitter, en la coyuntura del paro nacional en Colombia, en noviembre de 2019.

Actualmente, la mayoría de la población mundial accede a internet a través de dispositivos tipo Smartphone y sólo una pequeña proporción tiene habilidades altamente desarrolladas en el manejo de estos dispositivos (Castells, 2017; Schroeder, 2018). En el 2019, en Colombia, el 63% del total de accesos a internet fue mediante internet móvil y un 14% mediante internet fijo (DANE, 2018; Min Tic, 2019). Considerar este tipo de estadísticas ayuda a tener presentes las formas y barreras de acceso a la hora de estudiar las culturas digitales de una población determinada. Además, resulta útil para visualizar la penetración de un recurso tecnológico que cada vez se considera más fundamental¹.

Las estadísticas son similares en otros países y regiones del sur global, como India y algunas partes de China (Schroeder, 2018). Mientras el acceso crece vertiginosamente, al ritmo de las industrias y la comercialización de los dispositivos móviles de comunicación, se rezaga la alfabetización y el desarrollo de competencias educativas que permitan acercarse

¹ En Octubre de 2020, en Colombia, un grupo de representantes a la Cámara presentó un proyecto de ley para garantizar un mínimo vital de internet gratuito para sectores de escasos recursos del país (RCN, 2020).

críticamente a internet. Sin importar el nivel de desigualdad en las competencias digitales de los habitantes de cualquier país, todos los campos relevantes a la vida de las personas se encuentran mediatizados y/o articulados a redes informacionales que operan en constantes pugnas de poder (Castells, 2000a).

Las redes sociales digitales Facebook y Twitter se han convertido en uno de estos escenarios de luchas de poder, no sólo por su popularidad, sino por sus particulares impactos en la política (Schroeder, 2018). En Agosto de 2020, se dio a conocer que la presidencia de Colombia hizo millonarias inversiones publicitarias, una de ellas, para hacer seguimiento a más de 450 “influenciadores” en distintas redes sociales con el propósito de clasificar el contenido que publicaban como “positivo”, “negativo” o “neutro” respecto al gobierno (El Espectador, 2020). Independientemente de la proporción de colombianos que usen estas redes con fines participativos, el espacio está siendo reconocido por el Estado como una arena política capaz de influir en la formación de la opinión pública, está midiendo los niveles de riesgo y lo está tomando en cuenta en la construcción de una agenda de gobierno.

Tanto Facebook como Twitter son plataformas que se nutren, principalmente, de la actividad de los usuarios. En ese sentido, podría parecer que son un espacio neutro, una tarima siempre abierta, donde no se le niega la palabra a nadie. Sin embargo, no se debe perder de vista que la arquitectura de sus interfaces propone modos particulares de interacción y de expresión, por medio de lenguajes hipermediales, y que son empresas con ánimo de lucro e intereses propios. Facebook, WhatsApp y su propietario Mark Zuckerberg han sido recientemente blanco de varios escándalos mediáticos por vender datos personales a empresas de marketing político (The Guardian, 2020), afectando significativamente el panorama político de países como Estados Unidos y Brasil, así como por sus dudosos compromisos para hacer frente a la divulgación de noticias falsas (The New York Times, 2018).

Estar dentro de las redes podría ser tan riesgoso como estar completamente por fuera. Dejar las plataformas para evitar la monetización y manipulación de los datos propios, implicaría pagar un alto costo social; perder la posibilidad de ser escuchados, de conectarse, de involucrarse en asuntos de interés común, de ser reconocidos por otros y, sobre todo, perder la posibilidad de participar e influir en la arena política digital. La gran y rápida relevancia que han alcanzado las redes sociales digitales para las prácticas sociales las han hecho imprescindibles para el fortalecimiento de los movimientos sociales de la última década. La

primavera árabe en Medio Oriente, Occupy Wall Street en Estados Unidos y Europa, #YoSoy132 en México y #MeToo han sido destacados por su fuerte carácter digital. Sin embargo, debe considerarse que el ciberactivismo, más que una decisión deliberada, ha sido una movida obligatoria, pues estos movimientos han tenido que adaptarse, ser simultáneamente presenciales y digitales, locales y globales, para alcanzar un alto nivel de conectividad, viralidad e impacto en la sociedad. Si los actores claves a ser interpelados por las coyunturas se encuentran en la red, hay que acudir a la misma, lo cual indicaría que ya no es posible pensar en estrategias de organización política por fuera de las redes sociales digitales.

El paro nacional colombiano de noviembre de 2019

El 21 de noviembre de 2019 se realizó en Colombia una gran marcha a nivel nacional, que dio inicio a un paro nacional. La convocatoria a la marcha y al paro tuvo su origen entre sindicatos y centrales obreras² que se oponían a un grupo de reformas denominadas por los opositores como “el paquetazo de Duque” el cual incluía proyectos de reformas tributaria, laboral y pensional (La Silla Vacía, 2019). Según el discurso de los opositores, la posible concreción de las reformas amenazaba con afectar a clases medias y bajas, reduciendo los ingresos de los pensionados, aumentando impuestos y precarizando el trabajo de los jóvenes.

A pesar de ser estas las razones de base, varios acontecimientos ocurridos en el año en el país generaron un tenso ambiente político. Escándalos de corrupción (Semana, 2018), resurgimiento de bandas criminales paramilitares y disidencias de grupos guerrilleros (El Tiempo, 2019a), asesinatos sistemáticos de líderes sociales (Semana, 2019) y falta de voluntad política para implementar los Acuerdos de Paz (El Espectador, 2019a) fueron acumulándose en la opinión pública, causando inconformidad e indignación. Adicionalmente, los movimientos estudiantiles que salieron masivamente a marchar en octubre de 2018, se sentían defraudados con las acciones del gobierno frente a sus demandas (El Tiempo, 2018).

² Se denominó como “La conversación nacional” a las negociaciones entre el Comité Nacional del paro y el gobierno. Algunas centrales obreras identificadas fueron: Central Unitaria de Trabajadores de Colombia CUT, Confederación General del Trabajo CGT y Confederación de Trabajadores de Colombia CTC (Agencia de Información Laboral, 2019).

Así, se dio el escenario ideal para que muchos sectores de la sociedad se sumaran a la iniciativa: estudiantes, defensores de los Acuerdos de Paz y de los derechos humanos, organizaciones obreras, indígenas y campesinas. La amplitud de los motivos para movilizarse facilitó que se manifestaran tanto los ciudadanos organizados como cualquiera que se sintiera recogido en alguna de las variadas inconformidades enunciadas, a su vez, asociables a fenómenos más generales y abstractos como corrupción, desigualdad, violencia, pobreza, etc. La numerosidad de los motivos sugería también, que era una movilización en contra de la totalidad de la gestión del gobierno de Iván Duque y su gabinete.

Desde los partidos aliados al gobierno surgieron dos respuestas discursivas frente a la coyuntura. La primera, orientada a la ideación conspiratoria, y la segunda, a la “mala actitud” de la oposición. Sobre la ideación conspiratoria, se promulgó la idea de que el estallido social que se veía en el panorama de la región obedecía a planes de una izquierda radical internacional³, cuyo propósito era desestabilizar las democracias de América Latina y frenar la gobernabilidad del presidente Iván Duque. El “Foro de Sao Paulo”, al cual pertenecerían países como Rusia, Cuba y Venezuela, estaría financiando actos vandálicos y terrorismo, disfrazados de protesta social (El Espectador, 2019c; El Tiempo, 2019b). El discurso de la infiltración y la ideación conspiratoria es una forma de negar e ignorar las motivaciones de los convocantes, pues indicaría que el descontento no proviene realmente de la población colombiana, sino de agentes exógenos a la realidad del país.

La coyuntura sirvió también para ahondar en otro discurso recurrente. La idea de la polarización ideológica del país, entre izquierda y derecha, que proviene de los antagonismos mediatizados de los candidatos finalistas a las elecciones presidenciales del 2018, Gustavo Petro e Iván Duque. La Misión de Observación Electoral en Colombia (Barrios C. et al., 2018) realizó un seguimiento al movimiento de las conversaciones en las redes sociales Facebook y Twitter en el periodo de enero a julio de 2018, durante el cual se produjeron 44.871.873

³ Álvaro Uribe Vélez, expresidente, actual senador y líder del partido de derecha Centro Democrático publicó el 8 de noviembre de 2018: “[...] El paro convocado para el 21 de noviembre hace parte de la estrategia del Foro de São Paulo que intenta desestabilizar a las democracias de América Latina, secundado por grupos opositores cuyo propósito ha sido bloquear al Gobierno del presidente Iván Duque”. (Twitter, 2019a)

menciones relacionadas al proceso electoral. El 10% de las menciones (4.311.347) fueron de “intolerancia, agresión, incitación al odio y/o “polarización” (Barrios C. et al., 2018, p. 19) Los temas que más “activaron la intolerancia” fueron FARC, Paramilitarismo, Corrupción, Venezuela o Castrochavismo. Cabe resaltar que estos son términos que están asociados, de manera peyorativa, a las tendencias de izquierda.

El discurso de la polarización y el odio es empleado por sectores políticos aliados al gobierno para calificar las estrategias y declaraciones mediáticas de sus contendores⁴. Este tipo de declaraciones apelan a una dimensión moral y sentimental de la contienda política, usando palabras como “odio”, “resentimiento”, “destrutivo” (El Espectador, 2019b), para representar al opositor como alguien improductivo que entorpece e imposibilita el progreso. En ese sentido, pareciera que los problemas del país se pudieran solucionar con cambios de actitud y que las intenciones de protesta y movilización, así como manifestaciones de inconformidad, son leídas como obstáculos. Se erige una moral alrededor del comportamiento de los sujetos, despolitizando la discusión y alejándola de las acciones estructurales claves.

#AsíVaElParo

Los eventos de mayor impacto mediático ocurrieron del 21 de noviembre al 8 de diciembre de 2020. La jornada del 21N fue una movilización bastante agitada, no sólo por la gran cantidad de asistentes en las principales ciudades del país, sino por los distintos eventos que fueron reportados por usuarios y medios de comunicación en redes sociales. Imágenes de multitudes que marchaban a ritmo de tambores, con carteles y consignas alusivas a las motivaciones anteriormente mencionadas, se mezclaban en redes con videos de agresiones y represión por parte del Escuadrón Móvil Antidisturbios (llamado coloquialmente por su abreviación ESMAD) y la fuerza pública, disturbios y destrucción de algunos establecimientos públicos y locales comerciales.

⁴ En la coyuntura de las movilizaciones, el presidente Iván Duque declaró en una entrevista radial que el excandidato de oposición Gustavo Petro era “el pirómano del paro” (Twitter, 2019b)

Las protestas se extendieron hasta la noche y por varios días. En algunas ciudades del país como Bogotá y Medellín se realizaron cacerolazos nocturnos y congregaciones en pequeñas plazas. En Cali, los medios y los usuarios reportaron a través de sus redes una oleada de criminalidad inesperada. Aparentemente, hombres (“vándalos”) intentaron entrar a casas y conjuntos residenciales, creando un ciberpánico colectivo. En la ciudad de Cali se decretó toque de queda (El Espectador, 2019d). Lo mismo ocurriría en la noche del 22 de noviembre en algunos sectores de Bogotá. En redes se formularon hipótesis al respecto. Algunas afirmaban que el caos había sido planeado por la fuerza pública para sabotear la movilización y militarizar las calles.

Después de la conmoción mediática causada por los supuestos actos vandálicos, el 23 de noviembre, otro evento se propagó rápidamente por las redes. En varios videos se observaba a un miembro del ESMAD disparar con un arma de dotación “no letal” hacia un grupo de marchantes que huían de la confrontación. El joven Dylan Cruz resultaría gravemente herido en este suceso y fallecería tres días más tarde, el 26 de noviembre, por el impacto recibido en la cabeza. Los cacerolazos, encuentros en plazas y marchas más pequeñas siguieron ocurriendo en los días siguientes. El último evento multitudinario y altamente mediatizado en apoyo al paro se dio el 8 de diciembre, con la realización en Bogotá del concierto móvil “Un Canto por Colombia”, en el cual participaron varios artistas nacionales.

Todas las jornadas tuvieron un alto impacto en la red social Twitter, alcanzando siempre el estatus de tendencia (*trending topic*, en inglés) para Colombia en tiempo real. La manifestación se desarrolló simultáneamente en las calles y en las redes, en constante retroalimentación. Si bien los escenarios presenciales y digitales no se pueden dividir tajantemente, las actividades digitales tienen ciertas particularidades, en relación con las formas de participación ciudadana que vale la pena estudiar con detenimiento. Si la protesta presencial hace uso de la corporalidad de los manifestantes y de acciones directas, la protesta digital emplea expresiones hipermediales para construir sentidos en clave de participación ciudadana.

En ese sentido, este estudio pretende responder a la pregunta: ¿Cuáles son las lógicas de la ciudadanía digital y la mediatización política en redes sociales digitales, en la coyuntura política colombiana del paro nacional de noviembre de 2019? Y pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- **Objetivo general:** Analizar las expresiones hipermediales de ciudadanía en la red social digital Twitter, en la coyuntura del paro nacional en Colombia, en noviembre de 2019.

- **Objetivos específicos:**
 - ¿Cómo se configura/expresa la ciudadanía por medio de interacciones en redes sociales digitales?
 - ¿Qué recursos hipermediales (semióticos, discursivos) son empleados?
 - ¿Cómo son mediatizados y/o reenmarcados fenómenos políticos nacionales por medio de la expresión en redes?

El trabajo se divide en cuatro secciones. Primero, en el marco teórico, se abordan los conceptos y antecedentes que se asumen como lineamientos de base para entender el objeto de estudio, a saber, la mediatización, la digitalización, la opinión pública digital y las ciberciudadanías. Segundo, en la metodología, se presentan algunas observaciones y retos encontrados en la exploración de la plataforma Twitter, se explicita el acercamiento metodológico escogido: la etnografía virtual y el análisis del discurso multimodal, y se describe el caso de estudio y la muestra seleccionada. Tercero, en el análisis del corpus, se discuten los resultados encontrados en la muestra, en la que se encuentran tendencias temáticas para cada uno de los eventos del paro. Por último, se presentan las conclusiones y se proponen reflexiones sobre las posibilidades del campo de estudio.

Marco teórico

“It is inherent in the technique of the film as well as that of sports that everybody who witnesses its accomplishments is somewhat of an expert”.

“[...]With the increasing extension of the press, which kept placing new political, religious, scientific, professional, and local organs before the readers, an increasing number of readers became writers[...].”

Walter Benjamin, 1935 (1969, p. 12)

Hablar sobre medios parece fácil. Hace más de setenta años, ya desconfiaba Walter Benjamin de la reproducción y masificación de las artes, debido a la expansión de la prensa y del cine. Se rompían las distinciones tradicionales entre el autor y el espectador, pues la frecuente exposición a estos medios les daba el derecho a opinar, sobre todo, a crear. Hoy, el contacto permanente que tenemos con distintas tecnologías de la información y la comunicación nos sigue otorgando una experiencia acumulativa que nos hace sentir capacitados, no sólo de opinar y crear, sino para habitar el mundo vehiculados en los medios. La pregunta sobre los medios es siempre una pregunta sobre nosotros mismos, nuestros hábitos, nuestro repertorio en el mundo. ¿Qué te gusta hacer? Ir a cine. Escuchar música. Leer. Navegar por internet, estar en Facebook, Instagram, Twitter.

La mediatización de la vida y de las sociedades ha sido discutida por teóricos de los medios de comunicación como Thompson (1998), Mattelart (1998), Silverstone (2004), Castells (2000a, 2000b), Hjarvard (2008) en relación a la historia de la modernidad occidental y la globalización. En cierta medida, los autores parecen coincidir en que la *mundialización de la comunicación* (Mattelart, 1998) fue un proceso intrínseco a otros sucesos como la ilustración y el liberalismo europeo, la revolución industrial y la formación de los estados-nación. Del devenir histórico de la modernidad, fueron resultando los medios técnicos, en tanto desarrollos tecnológicos, como el tren, la imprenta y el telégrafo, que se concibieron como la promesa del avance inminente hacia un mejor porvenir para la humanidad. Así, el crecimiento de las redes de comunicación, las interconexiones económicas y el transporte han contribuido a la integración mundial de las sociedades desde el siglo XIX.

Thompson (1998), refiriéndose a la formación de los estados nación, señala que al establecerse la soberanía sobre territorios claramente definidos y centralizados se reordenaría el poder en clave institucional. Retomando los conceptos de “campos de interacción” del sociólogo Pierre Bourdieu, Thompson argumenta que el poder es ejercido por quienes tienen a su disposición la mayor cantidad de recursos intelectuales, políticos y económicos para acceder a sus fines. Dichos poderes son ejercidos por instituciones que, lejos de actuar de manera aislada, operan entre sí constantemente entre cruces y soslayes, como la iglesia, la escuela, el estado y las industrias de los medios. Así, las “instituciones paradigmáticas” ejercen poder económico, político, coercitivo y simbólico porque su plataforma se los permite: el poder económico se refiere al manejo y control de todo tipo de bienes de producción y de consumo, el poder político se refiere al control de los individuos y sus interacciones en un territorio a través de la autoridad y las leyes, el cual, depende a su vez del poder coercitivo, es decir, el uso de la fuerza (la milicia, la policía) y del poder simbólico o cultural, mediante el cual se cultivan creencias para legitimar el poder. El poder simbólico cuenta con el “capital cultural” para promover ideologías, significados y esquemas de valores. Este emplea a los medios de comunicación y puede ser transversal a los otros poderes. Los medios de comunicación, por su parte, tienen los *technical médium* que transmiten las formas simbólicas. Es decir, la comunicación mediática es simbólica en la medida que produce, almacena y circula materiales significativos para quienes los producen y reciben (Thompson, 1998, p. 26).

En la misma línea, Hjarvard (2008) plantea que las tensiones entre poderes e instituciones son claves para entender la propuesta de la *mediatización de la sociedad*, pues los medios intervienen en la interacción social dentro de las instituciones, entre ellas y en su conjunto. No obstante, hay una dualidad en la relación medios-sociedad, según la cual los medios tienen un estatus de entidad independiente con una lógica propia, distinta a las otras instituciones, que obedece a modos intrínsecos de operación, distribución de recursos simbólicos, sus formas, etc.

Para hablar de la relación de los medios con las instituciones, Hjarvard (2008) alude a las zonas (y polos, a la vez) autónomas y heterónomas de los campos. Del lado autónomo, los campos se rigen por sus mismas autoridades, normas y jerarquías. Del lado heterónimo, los campos son permeados por otras instituciones. El polo heterónimo de los medios sería su mercantilización como producto comercial, y su autonomía, serían los ideales de un periodismo

profesional, ético e investigativo. La mediatización se mide, entonces, por qué tanto un campo se ha debilitado en su polo autónomo.

Strömbäck y Van Aelst (2013) se proponen indagar de manera detallada en la mediatización de la política, entendida como el proceso en el que los medios se hacen independientes (o se separan cada vez más) del ámbito político, mientras que el político se hace dependiente a los medios y su lógica. A razón de esto, los distintos actores políticos han debido modificarse para adaptarse a las formas operacionales de los medios de comunicación. Este proceso de adaptación lo denominan los autores como “fourth dimension of mediatization” (Strömbäck & van Aelst, 2013, p. 342). Se pueden identificar cuatro dimensiones interconectadas: la primera, se relaciona con el hecho de que la política esta mediatizada debido a que los medios son el canal más importante de comunicación entre los representantes políticos y los ciudadanos. La segunda, se refiere a la independencia que los medios han tenido de las instituciones políticas, pues ya no están subordinados a las rutinas y necesidades de las instituciones políticas. La tercera dimensión se refiere al nivel que puede alcanzar esta independencia; como los actores políticos no pueden controlar el cubrimiento de los medios se ven obligados a adaptarse a lo que este les imponga. Y la cuarta dimensión se refiere al alcance al cual llegan los actores políticos para modificar sus percepciones y comportamiento orientado más hacia la política de los medios, que hacia la lógica política. Las cuatro dimensiones pueden ser vistas como desencadenantes una de la otra.

Desde la perspectiva de la mediatización, los medios son un campo que vive en constante forcejeo y luchas de poder con otros campos de la vida humana. Se trata de quien cede y quien gana espacio, quién se transforma, quién resiste y quién se acopla. Por mediatización se entiende el nivel de contaminación de la lógica de los medios y sus formas simbólicas, sobre otras lógicas. Estas perspectivas, particularmente la de Thompson (1998), entiende a los medios contemporáneos en su rol más institucional, es decir, como una industria masiva, ya sea del periodismo o del entretenimiento, consolidada en esferas o élites relativamente lejanos a la agencia de las personas.

Castells, por su parte, en su trilogía de la era de la información (2000b) entiende a la sociedad como un esquema de red y no de campos. El paradigma tecnológico de Castells organiza una serie de descubrimientos tecnológicos alrededor de un sistema de relaciones que mejoran la actuación de cada tecnología específica (Castells, 2006, p. 26). El desarrollo de la

energía, por ejemplo, revolucionó las formas de producción mediante el trabajo de las máquinas (paradigma industrial o industrialismo). Posteriormente, gracias a la microelectrónica, el software y los códigos, desarrollados particularmente a partir de los años setenta en el Silicon Valley estadounidense, el industrialismo deviene en informacionalismo, con el cual se logra un aumento exponencial en la capacidad de procesamiento de información y comunicación (Castells, 2000b).

Con el informacionalismo nace la sociedad de redes, “una estructura social compuesta de redes basadas en las tecnologías de la información y la comunicación, basadas en la microelectrónica” (Castells, 2006, p. 27). Todas las instituciones que organizan la vida humana están en la red: mercados financieros, instituciones, trabajo, etc. Esto no significa que toda la sociedad esté articulada de forma horizontal. El concepto de “valor” en la red, opera según el sistema que la domine. En ese sentido, si la acumulación de capital es el valor supremo, o el poder militar, o el político, o la transformación del pensamiento a través de los medios, así lo será también para la red y determinará su lógica de operación. El poder, entendido como la capacidad de imponer su voluntad sobre los otros, es redefinido por cada red en función de sus objetivos. Para mantenerlo, cada red debe tener la habilidad de programarse-reprogramarse en sus objetivos y de enlazarse, es decir, cooperar con otras redes de objetivos afines para aumentar sus recursos. No obstante, todo ejercicio de poder tiene su contrapeso. Los movimientos sociales, por ejemplo, han empleado formas de contrapoder intentando bloquear puntos de enlace de las redes, por ejemplo, impedir fuertes asociaciones entre la política y el aparato militar, o entre la academia científica y la empresa privada. En cuanto a la expresión cultural, esta ha tomado como escenario el hipertexto digital e hipermedial. (Castells, 2006). Pero, a pesar de que estructura social es global, las identidades locales y particulares se reafirman en su multiplicidad. Si hay algún tipo de unificación u homogenización esta residiría en su carácter simultáneo y global en su estructura, que permite particularidades según los contextos.

Si bien esta forma de entender a la sociedad de Castells parecería ser similar a la de Thompson y Hjarvard, en tanto los distintos poderes en la sociedad se traslapan unos a otros, cada uno regido por una lógica interna, su apuesta se centra en que, desde hace unas décadas, ha surgido una estructura social en red de lógicas relacionales, bajo un nuevo paradigma tecnológico comunicacional.

La masificación del cine, la radio, la televisión y el internet ha llevado a los estudios de la comunicación a oscilar entre perspectivas macro y microsociales, pues con la misma velocidad que se convertían en grandes industrias, se insertaban en la experiencia social de las personas. Desde una mirada más cotidiana, Silverstone (2004, p. 32) argumenta que la mediatización es el movimiento de un significado en varios medios de expresión, que son entendidos en el marco de la experiencia; los significados circulan y se transforman a través de intertextualidades inagotables. Los espacios cotidianos, las relaciones sociales y vínculos con el entorno están “mediadas” y permeadas por los medios. Estos nos acompañan desde hace varias generaciones, integrándose a nuestros ciclos vitales, a nuestra historia y por ende, a nuestra memoria. Las fronteras entre lo público y lo privado, cuyo marco de referencia es el hogar, se ven dilatadas por la experiencia con las tecnologías: “el hogar como un espacio mediatizado y los medios como un espacio domesticado” (Silverstone, 2004, p. 151). También, el espacio de la comunidad moderna, entre el hogar y la sociedad, está estructurado por formas simbólicas compartidas entorno a filiaciones nacionales, étnicas, recreativas, etc. Los medios disponen los recursos para que estos espacios se creen y se solidifiquen.

Una perspectiva más radical sobre las tensiones entre medios, sociedad y cotidianidad, entre lo estructural y lo particular, sería la de *media life* (Deuze, 2011), que propone eliminar cualquier distinción que delimite a los medios de comunicación del resto de instituciones y campos de la sociedad. Los medios deben ser abordados como parte de una experiencia constitutiva de la sociedad actual, desde una perspectiva “lived in” más que de “lived with”. Eliminar esta distinción no supone caer en determinismos tecnológicos sobre posibles confusiones apocalípticas entre lo real y lo virtual, como una relación de causalidad negativa para la humanidad. Los medios técnicos se vuelven invisibles en nuestra experiencia, debido a su intensidad de uso, desapareciendo de nuestro consciente. Estos se exceden y se hacen obvios, sin que esto implique que no se reconozca lo importantes que son para la expresión comunicativa y los mensajes. La imperceptibilidad del medio, en vez de hacerlo irrelevante, lo hace esencial.

Para el autor, este debería ser el punto de referencia ontológico para los estudios de medios, pues es mucho más interesante pensar en la ontología del “media life” como una forma de teorizar sobre nosotros mismos, nuestra experiencia cotidiana y los roles que podemos desempeñar en la sociedad, que continuar con los esquemas tradicionales en los estudios de los

medios, en términos de producción, contenido, recepción y posibles influencias de los medios omnipotentes sobre los usuarios. Perspectivas como la del “media life”, no sólo dan por sentado la caducidad del modelo clásico unidireccional de la comunicación, también se opone a ubicar a los medios como un subproducto meramente instrumental de otros procesos e, incluso, de otras ciencias del conocimiento. No obstante, defender tal grado de esencialidad de la experiencia mediática sólo es posible teniendo como referente (y antecedente) la revolución digital y la evolución del sistema mediático.

Los medios digitales y el giro digital o *digital turn*

Para referirse a los medios digitales se suele hablar de nuevos medios o *new media*, pero no es claro cuáles son o desde cuándo son nuevos y hasta cuándo lo serán. Los términos están asociados a la proliferación de las tecnologías de la información y la comunicación, particularmente la computación, los softwares y el internet. La digitalización, entendida como el proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario, de unos y ceros, ha sido clave en esta proliferación, pues permitió que cada vez más datos y procesos se puedan contener y desarrollar en dispositivos electrónicos (Scolari, 2008, p. 82). La evolución del casete al CD o de la película fotográfica al sensor de píxeles, son claros ejemplos de este tránsito.

Desde sus inicios, la digitalización provocó imaginarios y proyecciones sobre un futuro electrónico: las literaturas y el cine ciberpunk, las fantasías distópicas/utópicas sobre los híbridos humano-máquina o cyborgs, las ciberteorías, entre otros, se proponían reflexionar sobre las relaciones persona-computador, digital-sociedad, “mundo real” vs. “virtualidad” (Scolari, 2008). El *Manifiesto Cyborg* de Haraway (1990), por ejemplo, pondría en diálogo la revolución informática con categorías como género, raza, identidad y clase. Haraway se valió de la metáfora de lo cyborg para indagar en las posibilidades políticas de la no corporeidad y del desvanecimiento de las dicotomías mente/cuerpo, animal/humano, organismo/máquina, naturaleza/cultura y lo que esto podría implicar a los movimientos sociales, particularmente al feminismo. Varias décadas antes de la trilogía de la información de Castells (2000b), Haraway se preocupó por lo que ella denominó como “informatics of domination” (1990, p. 203); una

serie de transiciones⁵, simultáneamente materiales e ideológicas, que ocurrirían con la digitalización:

Public/ Private	Cyborg citizenship
Labor	Robotics
White capitalist patriarchy	Informatics of domination

Estas transiciones serían clave para entender un orden social, en el cual se cuantifica la vida y los cuerpos mediante los datos, la información, la ciencia y la tecnología. Las mujeres, los trabajadores precarizados, las personas racializadas, no binarias, estarían particularmente sujetas a ser dominadas por un sistema de control basado en la electrónica, probabilístico, biotecnológico.

Moulier Boutgan (2008) sugiere que la digitalización daría paso a una sociedad post-industrial o post-fordista, en la cual la fuente del capital ya no estaría centralizada en la producción de mercancías físicas, sino en la acumulación de capital inmaterial y en la expansión de la economía basada en el conocimiento y los datos (capitalismo cognitivo). Esto no significa la desaparición de las cadenas de producción, ni de la mano de obra, sino una reorganización y descentralización de estas. La globalización está intrínsecamente relacionada con esta dinámica, pues la economía transnacional y el *outsourcing* se basan en modos de hacer (*know-how*) exportables a cualquier al lugar mundo donde sea más lucrativo montar procesos de suministro (Moulier Boutang, 2008, p. 51) Igualmente, se ha intensificado la división del trabajo basada en el conocimiento; los puestos de empleo se dividen entre los profesionales, que requieren estudios para ser ejercidos, y los manuales, cuyo único requisito es la automatización de la fuerza vital humana (Nayar, 2010, p. 7). Esto no significa que las condiciones laborales sean mejores para quienes su fuerza de trabajo se basa en el conocimiento y los datos. Los trabajos más vinculados a las tecnologías digitales se ven obligados a pasar constantemente por un proceso de *re-skilling* (Scolari, 2008), es decir, adquirir nuevas habilidades para poder desempeñarse y ser competitivos. El extensivo uso de plataformas

⁵ Esta es una selección de términos de una lista más grande, que se encuentra en el Manifiesto. (Haraway, 1990, pp. 203–205).

sociodigitales como Facebook, Twitter, Instagram, han creado la necesidad en el mercado del “community manager”, un profesional hábil en generar contenido multimedia atractivo para los usuarios de las redes sociales. Nuevos oficios como estos permiten a las empresas combinar varios puestos de trabajo creativos en uno (diseñador, copy-writer, vendedor, etc.) ofreciendo salarios reducidos⁶ a jóvenes recién graduados de estudios de la comunicación, diseño, publicidad o mercadeo.

El paradigma de la digitalización propone entender las conexiones entre el crecimiento de la microelectrónica, la globalización y la economía capitalista, la fuerza de trabajo y los activismos políticos. A diferencia de la mediatización, que se entiende como campos en pugnas de poder con otras esferas de la sociedad, el giro digital/paradigma informacional funcionaría como una especie de exoesqueleto sobre el cual funciona la sociedad en conjunto, y, a pesar de estar basado en ceros y unos, tiene consecuencias directas en la materialidad de las personas. Términos como ciberculturas, cibernética, ciberespacio, TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación), virtualidad, etc. se han empleado en las últimas cuatro décadas para vincular los *hardware* y *software* (Nayar, 2010) en disciplinas variadas como la psicología, la sociología, la semiótica, la ingeniería, los estudios culturales y la comunicación.

Un punto focal en los estudios y análisis *ciber-* es el crecimiento del internet. A partir de los años 2000 los estudios sobre internet se interesarían particularmente por las identidades virtuales, la sociabilidad en línea y las sexualidades online (Scolari, 2008, p. 135). También, se empezó a hablar de la brecha digital, entendida como las diferencias tanto en el acceso a las TICs, como en los niveles de alfabetización digital en distintos lugares del mundo (Lindgren, 2017). En América Latina, por ejemplo, desde los estudios de la comunicación, se entraría relativamente tarde a las reflexiones sobre el mundo online, pues aún a finales de los 90's la penetración del internet en los hogares era menor al 4% (Katz, 2015, p. 13). Previo al auge del internet, autores como Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Rosana Reguillo, Renato Ortiz, entre otros, usaron términos como *mediaciones* e *hibridaciones* para referirse a las dinámicas de reapropiación y resignificación de los productos culturales masivos como las

⁶ En el caso de Colombia, un community manager gana en promedio 422 dólares mensuales <https://www.computrabajo.com.co/salarios/community-manager>. Accedido el 29 de junio de 2020.

telenovelas, la música urbana, los grafitis, etc. por parte de las clases populares (Valencia Rincón, 2012). La escuela latinoamericana entendería la comunicación de masas como una construcción social, valiéndose de métodos primordialmente cualitativos, interdisciplinarios y etnográficos para ubicar a los medios dentro un “paradigma interpretativo-cultural”(Scolari, 2008, p. 36), en oposición a la tradición estadounidense, la cual estaría más enfocada en las metodologías empíricas y analíticas de estudios de audiencias.

Las mediaciones, en vez de estudiar los objetos, estudian los procesos y los sitios en los cuales los medios son apropiados, pues son las mediaciones sociales las que otorgan sentido (Valencia Rincón, 2012, p. 161). Considerar los sitios de producción de los sentidos mediáticos implica contemplar las particularidades de la cultura popular latinoamericana, la cual es resultado de las hibridaciones culturales y temporales entre el modelo idóneo de la modernidad europea y el mestizaje criollo (García Canclini, 1990, p. 71). Esto permitiría reconocer el potencial de producción en el consumo e ir más allá de las visiones oposicionales entre emisores y receptores, industrias masivas y audiencias pasivas, públicos “cultos” y populares.

Scolari (2008), por su parte, propone las *hipermediaciones* como una actualización de las mediaciones, a la luz la expansión del mundo digital y del internet. Se trataría de estudiar los “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico en un entorno de muchos sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente” (Scolari, 2008, p. 114). En las hipermediaciones se consideran las nuevas configuraciones mediáticas que exceden los medios tradicionales y reacomodan tanto los procesos de intercambio simbólico, como las dinámicas cognitivas y culturales. Hay un vocabulario base para entender las propiedades esenciales del mundo digital hipermediado: hipertextualidad, interactividad y multimedialidad o convergencia.

- La *hipertextualidad* se refiere a la información conectada en un esquema de red, en oposición a una organización secuencial o consecutiva. Forma estructuras reticulares y textuales complejas. No sería posible, por ejemplo, imprimir de manera adecuada un hipertexto.
- La *interactividad* se refiere a la participación e intercambio entre los usuarios sujeto-sujeto o sujeto-dispositivo, a través de una interfaz que permite navegar en red. Es vista como la característica más importante de la web 2.0.

- La *multimedialidad o convergencia* se refiere a los distintos tipos de información (contenidos escritos, audios, fotografías, videos) que convergen en un único soporte.

Estas propiedades, en conjunción con el internet, han abierto un horizonte de posibilidades respecto a lo que se puede hacer con la información: la fragmentación, manipulación, combinación y la recomposición han facilitado, por ejemplo, la cultura del remix, el corta y pega, que no se habrían popularizado de no ser por la digitalización. Sin embargo, cabe aclarar que el hecho de que los dispositivos tecnológicos y/o la World wide web tengan estas características, no significa que las inauguren. Una proyección cinematográfica, por ejemplo, es multimedial pero no es interactiva. Por eso, es importante “perder el objeto para ganar el proceso” (Scolari, 2008, p. 115) y abandonar la idea de que las dinámicas asociadas a lo digital son una especie de punto cero, oposicionales a las dinámicas de los medios no digitales y/o previos al internet. En el panorama contemporáneo cohabitan formas de comunicación masivas, de uno a muchos, como el broadcasting; interpersonales, de uno a uno, como las llamadas telefónicas o los servicios de mensajería instantánea; y de muchos a muchos, como ciertos tipos de interacción en redes sociodigitales. Esto implica pensar en el proceso de los medios de comunicación a través del tiempo como una evolución; tanto prácticas como aparatos mueren, mientras otros sobreviven según su adaptabilidad y conviven simultáneamente formas con novedosas, sin que unas desplacen necesariamente a las otras.

Scolari (2010) retoma el término *ecología de los medios* (original de Marshall McLuhan y Neil Postman) el cual propone estudiar los medios como un ecosistema donde sus distintos elementos se alteran en relación con los otros y enfatiza en que los artefactos tecnológicos no son herramientas neutrales o apolíticas. En ese sentido, el valor de las tecnologías no depende simplemente del uso que se les dé, pues los *medium* son capaces de transformar tanto la esencia de la experiencia comunicativa, como su entorno. Las consecuencias físicas y sociales de los diseños de los medios amplifican o aceleran procesos existentes; el mensaje de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala o ritmo o patrón que introduce en los asuntos humanos (McLuhan, 1964, p. 24)

Tampoco es neutral el diseño de las interfaces y los marcos cognoscitivos que estas proponen. Las interfaces, entendidas como las formas de interacción entre un usuario y determinada tecnología, se pueden equiparar a modelos mentales que implican formas de

gestionar el conocimiento y la percepción de la realidad “en un determinado espacio visual-virtual con propiedades interactivas, cuyo alcance es a la vez estético, ético y antropológico” (Catalá, 2010, p. 13). Las formas interfaces más básicas, como los softwares/hardware, han sido gestados con base a suposiciones sobre cierto tipo de usuario, con ciertos valores, creencias y formas de actuar. Así, las interfaces “convierten los espacios mentales en espacios materiales” (Catalá, 2010, p. 152), son visiones de la comunicación humana cuyo diseño es particularmente consciente de sí mismo, del usuario ideal y de su esquema epistemológico, el cual pretende siempre pasar desapercibido a la experiencia de los usuarios para que estos se puedan concentrar en cumplir la misión para la cual fueron creadas, como manipular información dentro de determinado programa en un computador o plataforma web. Twitter propone, por ejemplo, que el pensamiento se revele en 280 caracteres a la vez. Las redes sociales proponen unas plataformas determinadas para organizar la experiencia.

Medium, dispositivos tecnológicos, interfaces, tecnologías de la información y la comunicación, digital, industria masiva, aparatos, internet, software, mensajes, redes sociales ¿son todos términos pertinentes a los medios de comunicación y a los estudios de la comunicación y la cultura? Parecería que hace cincuenta años era más claro reconocer a los medios a razón de su capacidad de divulgación masiva, su carácter de industria de entretenimiento y/o por su labor periodística: la televisión, el cine, la radio, la prensa. El monopolio de la divulgación recaía sobre ciertas instituciones y/o industrias que poseían, con exclusividad, el poder y los recursos técnicos para masificar información. Es claro que el espectro de medios se ha ampliado gracias a la digitalización y a la conectividad, sin embargo, esto no implica que las instituciones mediáticas tradicionales hayan perdido poder o que hayan desaparecido las jerarquías. Las industrias tradicionales se han reacomodado para destacar en el panorama hipermediado y nuevas compañías como Amazon, Google, Facebook, Apple, cuya materia prima son los dispositivos tecnológicos y los datos, han crecido en los últimos diez años convirtiéndose en las empresas más valiosas del mundo. Las grandes cadenas periodísticas tipo CNN, New York Times, BBC tienen todo su contenido online y capitalizan el prestigio de sus nombres, pues ya no pueden valerse del alcance de su plataforma. Desde la web 2.0 y las redes sociales, las personas (o usuarios) han adquirido los mecanismos para crear, divulgar información y adquirir prestigio sin intermediarios.

Las fronteras entre la producción y el consumo cada vez son más borrosas. El incremento en el uso de dispositivos tecnológicos de uso personal ha permitido el surgimiento del prosumidor o *prosumer* (Fuchs, 2014) un usuario que consume y produce información monetizable, de manera simultánea, en entornos de ocio. De manera indirecta, los usuarios se convierten en trabajadores no pagos de empresas que capitalizan la experiencia digital lúdica del día a día. Si bien no es novedad que las industrias del entretenimiento y la comunicación se lucren de los tiempos de ocio, ahora, las redes sociales digitales nos ponen a producir contenido para alimentar sus plataformas, a generar datos y un alto tráfico de uso que es aprovechado para la venta de publicidad. La aceleración es un factor fundamental para esta forma optimizada de acumulación en el capitalismo informático. Cada vez hay más ganancias en intervalos menores de tiempo. También se acelera la cultura y la política, pues en menos tiempo se acumulan nuevos amigos, intercambios comunicativos y experiencias simbólicas, hipertextuales, emocionales y estéticas, y todo fenómeno que quiera mantenerse vigente en el entorno público mediático debe ceder y acoplarse al ritmo que demande el movimiento de la información (Fuchs, 2014).

¿Dónde está el poder de los medios después del *digital turn* y dónde está la agencia de los ciudadanos? ¿Cuáles son los medios y cuáles son las mediaciones? Es posible que el digital turn no se trate de un giro, sino de un cambio de velocidad y optimización en las formas de acumulación económicas, culturales y políticas, y tal vez, estemos siendo arrastrados al vórtice de un capitalismo de alta intensidad en el que los nuevos protagonistas del mundo digital han descolocado el poder de las instituciones y este aún no termina de asentarse.

Opinión pública mediatizada

La opinión pública podría definirse, de manera general, como la exteriorización de un estado mental (una opinión) por parte de una colectividad, que interactúa con flujos de información de *naturaleza pública*; es decir, asuntos de interés general (Sartori, 1992; 149). Con el auge del pensamiento ilustrado, los sistemas estatales incipientes, el desarrollo del capitalismo mercantil y sus relaciones económicas, surgiría una esfera pública burguesa en la Europa moderna. Esta, por medio de la discusión racional, cientifista y positivista, decidía sobre “la formación de la decisión política y su validez” (Aguilar Villanueva, 2012). Esta esfera

se enfrentaba a la separación de la sociedad civil (los individuos) del Estado, lo cual suponía establecer formas de ordenamiento político universales y de lo público y lo privado.

La prensa escrita sirvió como medio de difusión de ensayos de ilustrados de la época sobre sus reflexiones políticas. Según Habermas, citado en Thompson (1996), la incursión de la prensa como medio de comunicación con crecientes intereses comerciales y masivos, tomaría el lugar de estos núcleos de pensadores. El Estado pasaría a controlar e intervenir sobre los aspectos comunes de la vida de los ciudadanos. Así, la opinión pública pasaría a ser una *ficción institucionalizada*, pues ya no obedecería al comportamiento real de los ciudadanos, ni tampoco estaría completamente alojado en las instituciones políticas, al ser una opinión de masas mediatizada. Habermas, en su primera disertación sobre la opinión pública, tendría una mirada negativa sobre el papel de los medios, puesto que no los consideraría centrales al proceso, sino meramente instrumentales.

Las revoluciones del proletariado entre los siglos XIX y XX, con sus respectivas demandas, obligarían a la esfera pública a salir de su configuración política universalista y a asumir crisis sociales cargadas de contenido empírico. Es decir, a considerar los intereses de la vida material privada y cotidiana, y no sólo lo universal como único marco de referencia (Aguilar Villanueva, 2012). En este contexto de organizaciones colectivas y huelgas, desde la perspectiva política, se empiezan a reconocer nuevos sujetos políticos no individuales con particularidades de clase. Por el mismo periodo, la psicología de las multitudes o de “masas” y las concepciones sociológicas de lo público (Price, 1994) se interesarían en las distintas formas de agrupaciones que pueden surgir en la sociedad: públicos, masas, multitudes. Estas formas se convertirían en categorías a partir de las cuales se puede comprender, caracterizar y proyectar el comportamiento de las personas en una sociedad donde crecían vertiginosamente las industrias de comunicación de masas.

A diferencia de las posturas desconfiadas de Habermas, quien legitima una opinión pública premediatizada, Luhmann (citado en Aguilar Villanueva, 2012) considera que la opinión pública produce temas dotados de atención, es decir, da “orden a las operaciones de selección” (Luhman en Aguilar Villanueva, 2012; 138) de las decisiones políticas, por medio de actos comunicativos. Las opiniones se articulan en torno a distintos temas que delimitan la acción/decisión política. Si bien la opinión pública ya no decide de manera directa en los asuntos políticos, entrega un mapa de predecisiones y planteamientos gestados en el marco de

la comunicación. En este panorama se movilizan diferentes temas de manera simultánea, con sus respectivas pugnas por concentrar y focalizar la atención donde convenga según el actor.

La preocupación por el rol de los medios de comunicación en la esfera política tiene que ver con el reconocimiento de su capacidad para transformar la producción simbólica, pues las industrias mediáticas supusieron cambios en las formas de producción, almacenamiento y distribución de materiales significativos para la vida de los sujetos, y por lo tanto, para la vida pública (Thompson, 1998). Así, para el ejercicio de la política tradicional y la democracia participativa, se hizo fundamental entender cómo las personas, tras los aparatos, se relacionaban con los flujos de información. Desde principios de los años 30, desde las ciencias políticas y la sociología, surgieron teorías como *the magic bullet*, según la cual los medios de comunicación inyectan información a un gran número de personas sin que éstas puedan oponer ningún tipo de resistencia. La comunicación, concebida de forma unidireccional, funcionaría como un poderoso transmisor que aplica un estímulo a su receptor, al que éste reacciona de forma predecible (M. T. Bennett, 2012). Posteriormente, la teoría sería rebatida por la teoría de los dos pasos o *two steps flow theory* (Janowitz, 1968), la cual propondría una comprensión más matizada y circunstancial de la relación entre los medios de comunicación y la sociedad. Esta abogaría, no por una influencia directa de los medios de comunicación en sus audiencias, sino por una escalada a través de contactos cercanos como la familia, los amigos o los líderes de opinión. Estos últimos serían figuras con cierto poder y reconocimiento intelectual capaces de influir en las tendencias ideológicas de la gente.

Entre los años 70 y 80 surgirían las teorías y esquemas como el *modelo de cascada*, el *agenda-setting* y el *framing* (Shaw, 1979). El *modelo de cascada* propondría una explicación del movimiento de la información en la sociedad, desde las élites económicas y sociales a la cabeza, hasta los públicos de masas. En el medio se encontrarían actores como los medios de comunicación y los líderes de opinión (Sartori, 1992). Dicho modelo no opera sólo en sentido vertical, con el poder sobre la información enclavado en la cima de la cascada, pues hay procesos de subversión de dichos flujos que se mueven según los contrapoderes que operen en los distintos peldaños.

En el *agenda-setting*, los medios de comunicación son persuasivos para centrar la atención pública en determinados aspectos, acontecimientos o personas. La gente tiende a tener, o no, dentro de su conocimiento lo que los medios incluyen o excluyen de sus contenidos. El

framing, por su parte, se refiere a los marcos y formas en que los medios presentan la información para hacer más eficaz la intencionalidad de los mensajes. Ambas teorías sugieren que el impacto no es en la actitud o el comportamiento de las personas, sino en su cognición, es decir, en lo que saben o no saben. Estas teorías todavía se utilizan ampliamente en los estudios de comunicación contemporáneos y se han intentado actualizar en el marco del internet y los medios de comunicación digitales (Brewer et al., 2003).

Con la proliferación del internet, se vaticinaron grandes impactos en la formación de la opinión pública. La aparente facilidad de acceso permitiría la comunicación libre entre personas distanciadas por el espacio y/o el tiempo, en plataformas descentralizadas como foros, blogs y chats. Parecería ser la promesa de una nueva especie de *ágora griega* que podría, finalmente, permitir la participación de los *subaltern counterpublics*⁷⁷ (Fraser, 1990), excluidos, primero, de la elitista esfera pública de los salones de café descritos por Habermas, y después, por la hegemonía y unidireccionalidad de los medios masivos.

Antes de la aparición y éxito de las redes sociales digitales como Facebook y Twitter, la sociabilidad online tenía lugar, predominantemente, en los ciberespacios tipo web 2.0. Esta trataría de sacar partido de la inteligencia colectiva (“*harnessing collective intelligence*”), al proveer una arquitectura de participación, es decir, interfaces interactivas con comentarios, hipervínculos, notificaciones, entre otros, que se hicieron presentes en aplicaciones, chats, foros y blogs (O’Reilly, 2005). Fueron estos últimos, particularmente, los que agarraron vuelo con la web 2.0.

Si la opinión pública es la exteriorización de un estado mental sobre asuntos de naturaleza pública (Sartori, 1992; 149), la blogosfera como conversación incesante y de libre acceso, tiene los elementos para convertirse en la esfera pública ideal. Sin embargo, así como con los medios de comunicación convencionales, sus contenidos exceden los asuntos políticos. El cambio (y amenaza) que representó la blogosfera para los medios tradicionales, según

⁷⁷ Con los *subaltern counterpublics*, Nancy Fraser se refiere a grupos de población que históricamente estaban por fuera de las esferas de discusión pública oficiales y tradicionales: “*women, workers, peoples of color, and gays*” (1990, p. 67) pero que igualmente mantenían arenas discursivas paralelas.

O'reilly (2005), radica en que quienes antes eran simplemente audiencia, pasaron a tener poder de decisión sobre lo que es importante en el ámbito público. Si bien la fuerza y alcance de ese poder es cuestionable, se podría asegurar que la web 2.0 abrió un nuevo terreno para la participación y causó dislocaciones en el poder para generar popularidad y focalizar la atención, es decir, en el *agenda setting*.

Tanto entusiastas como detractores del internet como espacio para lo político reconocen las alteraciones que provocan las identidades móviles o anonimidad de los sujetos online en la *civilidad (civility)*, entendida como “politeness (or lack thereof) with collective repercussions for the democratic potential of a discussion. [It] involve[s] group behaviors, but rather individual behaviors that threaten a collective founded on democratic norms and mandates” (Papacharissi, 2004, p. 271). A diferencia de la interacción personificada y presencial, la comunicación desde el anonimato podría provocar discusiones poco corteses, en las que los participantes asumen posturas más conflictivas, más agresivas y menos dadas al consenso.

Sin embargo, para la autora, no se debe supeditar la civilidad a la cortesía, es decir, considerar que las conversaciones incendiarias y/o carentes de modales no pueden ser democráticas. Sólo se incurriría en un comportamiento incivil, siempre y cuando los mensajes amenacen principios democráticos como las libertades personales, los derechos o se estereotipen grupos sociales. En ese sentido, una conversación subida de tono, que incurra en ofensas personales, puede ser cívica, así como un intercambio de mensajes corteses, pero de posturas racistas, por ejemplo, puede ser perjudicial para los ideales de una sociedad basada en valores democráticos y, por ende, fallarle al ideal de esfera pública. La distinción entre civilidad y cortesía es pertinente para estudiar el valor de las interacciones online, pues supera la idea de que las buenas maneras y la etiqueta son el punto de inflexión que posibilita una opinión pública constructiva.

Otro factor que se ha traído a la discusión está relacionado con el tipo de escrituras que las plataformas propician: fragmentadas, breves, de ideas inacabadas, no lineales (Cassany, 2003), las cuales distan de los modelos de escritura canónicos, enseñados en las escuelas y en el mundo académico, como el ensayo, la monografía, etc. Surge aquí la cuestión de qué tan apta puede ser esta forma de escritura para sostener un debate o, más bien, qué tipo discusión se puede dar bajo estas formas de expresión y teniendo por referente qué tipo modelo de debate. Es difícil solucionar esta cuestión ateniéndose únicamente a las variedades del texto escrito,

pues, la expresión online raramente se basa sólo en texto. La hipertextualidad e hipermedialidad son las características más sobresalientes de la web 2.0, las cuales suponen particularidades no sólo en cómo las personas manifiestan sus ideas, sino en cómo se relacionan con los demás. La comunicación en internet sucede entre usuarios que están conectados por su capacidad/habilidad para interactuar y desenvolverse en un sistema de red, interactivo e hipermediado, que por su cercanía, o por tradición (Lindgren, 2017, p. 154). En ese sentido, tener como único marco de referencia la esfera pública clásica, cara a cara, o incluso la opinión pública enclavada en medios de comunicación tradicionales, se queda corto para analizar las dinámicas online que tienen lugar en las plataformas digitales.

Podría decirse que la evolución y optimización de la blogosfera son las redes sociales digitales como Facebook, Twitter, Instagram, etc. La organización de la información que despliegan estas redes sociales digitales son únicas e irrepetibles para cada usuario (Trejo Delarbre, 2015; 18-19), pues a diferencia de la lógica de los blogs y páginas web tradicionales, la configuración de la mayoría de las redes sociales funciona bajo la creación de un perfil individual y de un *timeline* en el cual cada quién es libre de seleccionar lo que desea ver: escoge a sus amigos, a los medios que prefiere, a sus artistas y políticos favoritos. En los *timelines*, las noticias y publicaciones de empresas de comunicación aparecen como un usuario más y no tienen cómo dar más visibilidad a unos asuntos sobre otros, como sí puede ocurrir en la primera plana de un periódico tanto físico como online. En términos de Luhmann (citado en Aguilar Villanueva (2012)), en los *timeline* los medios no pueden centrar la atención de manera directa sobre los temas de la opinión pública ante el usuario.

Esto podría acentuar lo que algunos autores denominan como “networked individualism” (Jenkins et al., 2016) o “mass-self communication” (Castells, 2009) pues el diseño de estas redes ha llevado a otro nivel la experiencia de usuario, orientándola hacia el individuo y facilitando que cada quien navegue por los sitios que encuentra afines y, en consecuencia, acceda sólo a la información compatible con sus creencias. Si bien seguir el rumbo de las preferencias es una actitud que no es exclusiva de las dinámicas online, resulta problemático

considerando el tiempo promedio⁸ que las personas invierten interactuando en las redes, y si estas terminan constituyendo una gran parte de las fuentes por las cuales se informan. La falta de pluralidad y diversidad en los repertorios digitales de las personas iría en detrimento de la esencia del debate público, a saber, del disenso como mecanismo de regulación de la democracia. La profunda personalización de las prácticas mediáticas fomenta la expresión individual, por encima de la producción colectiva (Jenkins 2016, p. 26), pues muchas plataformas que se dicen participativas, no generan ningún tipo de identidades o valores compartidos. Por ejemplo, el slogan de YouTube fue durante sus inicios: “Broadcast Yourself” (Ibíd.).

En los últimos años, las dinámicas online han tenido consecuencias bastante visibles en la política y en la ciudadanía, en distintas medidas, en distintos países (Schroeder, 2018). El interés de los actores políticos en instrumentalizar las redes sociales digitales, parte del reconocimiento de la potencialidad que tienen para incitar a los sujetos en el ejercicio de la ciudadanía y la democracia. En el caso de los populismos de derecha, para aprovechar las deficiencias en las competencias en internet y/o en un acceso integral a las tecnologías para afectar la capacidad de los individuos de reflexionar sobre aspectos de la vida en común.

De la ciudadanía a la ciberciudadanía

La ciudadanía y la democracia son conceptos cuyos significados están amarrados históricamente. Ambos tienen, entre sí, una relación paradójica o contradictoria, pues es difícil organizarlos de manera jerárquica, definir si uno va dentro del otro o viceversa (Balibar, 2013). Ambos términos se han reavivado en los debates de la filosofía política, pues se ve a la ciudadanía como aquella categoría que puede tomar el lugar de las experiencias colectivas anteriores y que puede revertir los procesos de *desdemocratización de la democracia* que han surgido bajo la intensificación del neoliberalismo en las últimas décadas (Suárez Ruiz, 2018).

⁸ “In 2012, users spent 175 million hours per day and 63.875 billion hours per year on Facebook. Given that in 2012 there were around 1 billion Facebook users in the world, the average Facebook user spent 65 hours per year and 18 minutes per day on the platform” (Fuchs, 2014).

En el siglo pasado, categorías relativamente abstractas de sujetos sociales estaban bien perfiladas en torno a sus condiciones en la sociedad: multitudes, masas, gente, clases trabajadoras, clases populares, etc. (Rueda Ortiz, 2013). En las últimas décadas, las teorías de acción colectiva y los movimientos sociales han trabajado en el reconocimiento más detallado de las identidades de estos grupos y han surgido categorías más flexibles como los jóvenes, las mujeres, LGTBQ, etc. con un rostro más personalizado. Simultáneamente, se encuentra la categoría de ciudadano: portadores de la acción política, definidos en un conjunto articulado de derechos, deberes y poderes (Balibar, 2013, p. 24). Para ejercer participación, los ciudadanos deben intervenir en el ámbito público con el propósito de: ser incluidos para obtener bienes y servicios; incidir para influir en las decisiones que afectan sus vidas; concertar para acordar sobre las políticas que les permitan el ejercicio de sus derechos; fiscalizar para vigilar gestiones y resultados u oponerse para expresar desacuerdo con decisiones de autoridades (Velásquez et al., 2020, pp. 23–24).

Tanto las identidades colectivas, como las potencialidades del ciudadano convergen en las actualizaciones de los movimientos sociales que se dan en los espacios digitales. Estos espacios son un escenario de interacciones entre sujetos y tecnologías en el que se configuran nuevas formas de cultura política y creatividad social (Rueda, 2008, 2013). Son sujetos no institucionalizados que ocupan un espacio intermedio entre lo individual y lo colectivo, entre lo público y lo privado, entre lo local y lo global. En este contexto Rueda (2013, p. 26) propone una caracterización de las ciudadanías. Por un lado, están las *ciudadanías de representación*, que se refieren a dinámicas convencionales que tienen lugar en las organizaciones políticas clásicas, instituciones y el Estado. Por otro lado, se encuentran las *ciudadanías de la expresión*, que se ejercen en relación con la vida cotidiana no institucional; es social y cultural. Entre estos dos, se encuentra la *ciberciudadanía*: mediada digitalmente, altamente expresiva, pero todavía empleada por la política tradicional, los activismos sociales y los movimientos ciudadanos.

Parecería que la ciberciudadanía se encuentra a medio camino de algo y que no es suficiente para alcanzar los eventos democráticos “duros” o de real impacto como las votaciones o las decisiones gubernamentales. No obstante, estos mecanismos clásicos de la democracia se encuentran desgastados y la credibilidad del Estado está minada (Castells, 2017; García Canclini, 2018). Las democracias liberales en las sociedades occidentales (u occidentalizadas) están experimentando una crisis de legitimidad. El modelo representativo de

elecciones, el cual requiere una cierta homogeneidad en la opinión pública y el respaldo de la mayoría de los votantes (Papacharissi, 2010), está perdiendo credibilidad en las personas porque se sienten excluidas de estos modelos oficiales. Crecen los sentimientos de desconfianza y falta de control sobre la vida propia, así como el cinismo público y la desilusión hacia la política formal y los medios de comunicación tradicionales.

Esta desconfianza, sumada a la disponibilidad de los nuevos repertorios tecnológicos para potenciar la expresión de la subjetividad, el deseo y el derecho a la palabra, podría ser un motivo que anime a las personas a la participación política por medio de canales no institucionales, como las redes sociales digitales. Convergen, entonces, las tecnologías, las prácticas y los nuevos espacios que abren las tecnologías, donde la ciudadanía es practicada. La influencia múltiple de esta convergencia ajusta la arquitectura de lo que antes se reconocía como la política, permitiendo nuevas oportunidades de participación, pero también creando disonancia en la forma en que las personas interiorizan sus obligaciones cívicas y en la forma en que las instituciones de la sociedad dan cuenta de esos comportamientos ciudadanos (Papacharissi, 2010).

Lo anterior se debe, particularmente, a las reorganizaciones entre la esfera pública y la privada en el día a día. Muchos de los dispositivos que han estado en los hogares en los últimos 50 años han permitido a las personas ser sociales y mantenerse conectadas con lo que sucede en mundo exterior, sin acudir al ámbito público. Según Papacharissi (2010) el sentido de la realidad se logra a través de lo privado por medio de actos de asociación y retirada. Las tecnologías de uso privado nos han permitido salir al ámbito público con nuevas informaciones, sentimientos y contenidos que se aprenden en privado. Esto es particularmente relevante para las ciudadanías, pues los ciudadanos se sienten más poderosos y seguros negociando su lugar en la democracia por medio de una esfera privada que ellos puedan controlar.

Este sentimiento de seguridad y/o comodidad es fundamental para la ciberciudadanía y los activismos digitales. W. L. Bennett & Segerber (2012) encuentran dos tipos de lógicas de comunicación en las redes de los movimientos políticos contemporáneos; una lógica conectiva y una colectiva. La lógica *conectiva* se centra en compartir contenido personalizado en las distintas redes de comunicación disponibles. La lógica *colectiva* consiste en la formación de identidades colectivas por medio de recursos organizativos demandantes. La lógica colectiva podría ser considerada como la clásica, pues es la forma en que movimientos sociales

estructurados, partidos políticos, ONG, sindicatos, entre otros, han operado sus redes. Para ejercer participación política por medio de esta lógica se requieren cambios o compromisos fuertes en los marcos personales de acción, organizarse alrededor de un grupo social particular, adquirir una membresía o adherirse a una ideología. Por ejemplo, es usual que las actividades de los grupos que adoptan ideas más radicales y agresivas sean menos virales, menos concurridas y representadas negativamente por los medios. Estos movimientos requieren más educación, presión y que las personas se confronten a decisiones más difíciles respecto a sus creencias. Las organizaciones políticas reconocen que los medios digitales pueden reducir los costos de la comunicación y publicidad, pero esto no cambia sus principios para organizar colectividades.

Las lógicas conectivas, por su parte, tienen a las tecnologías y a los medios digitales como agentes organizacionales. Propician acciones individualizadas que no requieren asumir marcos de identidad colectiva o incurrir en esfuerzos organizativos más formales. Se basan en compartir contenidos breves como frases, eslóganes atractivos, imágenes y videos con un sentido político lo suficientemente amplio y general que puede ser compartido por muchos. No hay una estructura jerárquica, ni reuniones a las cuales asistir, no tiene miembros sino afiliados móviles y cambiantes (W. L. Bennett & Segerber, 2012, p. 753). La acción conectiva es más viral, puede alcanzar más adeptos, es más rápida, pero es más superficial, tiene raíces cortas y pocos agarres duraderos.

Ambas lógicas pueden coexistir y hacer uso de los medios digitales. Muchos de los movimientos sociales de la última década como Occupy Wall Street, #MeToo, 15M, han operado mediante ambas dinámicas. Dos elementos entrelazados que caracterizan la operatividad de estas redes son las emociones y los lenguajes hipermediales. La actividad online puede energizar a multitudes de individuos, al evocar sentimientos de pertenencia, solidaridad, rabia o indignación. Las redes sociales digitales como Facebook o Twitter, facilitan la formación política de los afectos (Papacharissi, 2015, p. 22) a través de expresiones hipermediales que pueden trascender los espacios virtuales y motivar a las personas a salir a la calle.

Cabe recordar que los “nuevos” medios no se tratan exclusivamente de democracia, ni están diseñados particularmente para la expresión política, y en ese sentido, no se les puede exigir que sean el espacio perfecto para la participación ciudadana ideal (Papacharissi, 2010).

No obstante, los ciberciudadanos emplean marcos, reconocibles a través del lenguaje (textos, videos, fotografías, enlaces) que dan cuenta de la forma en que ven el mundo y, por ende, de cómo se relacionan con tendencias políticas. Vale la pena preguntarse, entonces, si el poder que sienten que tienen los ciudadanos en las democracias actuales podría estar relacionado a su capacidad discursiva y participativa en redes sociales.

Metodología

En este capítulo, primero, presento algunas consideraciones sobre algunas tendencias metodológicas para el análisis de contenido cultural contemporáneo (Manovich, 2017), así como algunas consideraciones sobre la plataforma Twitter; retos metodológicos y técnicos encontrados en exploraciones primarias en esta plataforma (Dancheva, 2013; Puschmann & Ausserhofer, 2017). Posteriormente, propongo una adaptación de ciertos preceptos teóricos y metodológicos para la producción de datos y evidencia empírica sobre mi objeto de estudio, a saber: las expresiones de ciudadanía digital y mediatización política en Twitter, en la coyuntura del paro nacional en Colombia en noviembre de 2019. He decidido combinar elementos de la etnografía digital (Dicks et al., 2005; Hine, 2000; Pink et al., 2016), el análisis del discurso en prácticas digitales (Jones, 2015) y el análisis del discurso multimodal (Kress, 2010, 2011; Kress & Van Leeuwen, 2001; Williamson, 2009). Por último, describo de manera detallada el estudio de caso y el proceso de aplicación práctica de dichos preceptos.

El abordaje de las prácticas digitales

Según Manovich (2017), la gran cantidad de datos que están generando las personas, que tienen que ver con la cultura, está haciendo que las ciencias de la computación entren en el espectro de las humanidades digitales, así mismo las humanidades se están valiendo de herramientas computacionales para rastrear las costumbres culturales digitales. Las humanidades digitales usan métodos computacionales y algoritmos para indagar en artefactos históricos creados por profesionales como escritores, artistas, compositores, etc. El tamaño de los corpus suele ser pequeño (cientos, miles) y suele verse restringido por políticas de derechos de autor que rigen sobre productos culturales contemporáneos. La informática social o *social computing* investiga grandes bases de datos con fines estadísticos, de miles a cientos de millones de datos (Manovich, 2017, p. 57). La literatura en este campo se hace cada vez más extensa, pues estos científicos han estado ocupados con los datos que proveen las redes sociales digitales actuales. A diferencia de las humanidades digitales, el *social computing* se enfoca más en las expresiones culturales vernáculas de personas del común y las dinámicas sociales internas de las redes (interacciones entre usuarios, conexiones, movimientos de información,

probabilidades, etc.). que en las relaciones de esos datos con acontecimientos externos como revueltas o agitaciones políticas. También, sus análisis suelen ocuparse del tiempo presente en el entendido de que es lo que necesitan instituciones gubernamentales o empresas para monitorear a las personas en la actualidad y hacer predicciones de posibles comportamientos futuros.

Pero ¿puede la cultura representarse con datos? Desde inicios del siglo XXI, el volumen de contenido online digital y las interacciones de los usuarios permitirían pensar en una posible “ciencia de la cultura” (Manovich, 2017, p. 63). En ese sentido, e intentando sortear las limitaciones de la informática social y las humanidades digitales, Manovich (2017, p. 55) propone la analítica cultural (cultural analytics) entendida como el análisis de conjuntos y flujos de datos culturales (no exclusivamente sociales) masivos utilizando técnicas de computación y visualización. Esto implicaría, por ejemplo, analizar tanto las portadas de la revista Time de los últimos 50 años, como las imágenes de redes sociales digitales como Instagram, creadas por no profesionales, considerando, adicionalmente, el tipo de acciones que permiten estas tecnologías como el dar “me gusta”, comentar o compartir, pues el instrumento condiciona el fenómeno que se quiere estudiar.

La perspectiva sociológica clásica de la cultura se ha preocupado por el lugar del individuo en la sociedad: su clase social y los capitales sociales y culturales (ahora género, educación, etnia, lugar de vivienda, ingresos, etc.) para identificar patrones regulares. Las humanidades, por su parte, se han interesado más en lo individual y particular a partir de estudiar pequeños grupos. Las limitaciones de una perspectiva frente a la otra serían de orden metodológico, suponiendo que hay cierta irreconciliabilidad entre lo general y regular (tendencia) y entre lo individual y particular. Sin embargo, la analítica cultural que propone Manovich (2017, p. 60) lograría resolver ambas preocupaciones, pues trabajando con muestras grandes, estadísticamente representativas, de contenido cultural (expresiones estéticas, simbólicas, comunicativas) se pueden identificar tanto patrones generales y regulares, así como los casos particulares o “islas de contenido” permitiendo ver qué se sale del patrón y por qué razones.

El esquema de las redes sociales digitales le pide más que nunca a las personas producir contenido, significados en forma de texto, imágenes y video. Esta cantidad de datos acumulados de esta naturaleza podrían presentar otra forma de entender a los usuarios más allá

de su perfil sociodemográfico, más allá del tiempo o género del medio. Estos lenguajes abren todo un abanico de otras categorías de análisis posibles del comportamiento humano. No obstante, la recolección de datos no es fácil. El acceso a la información del individuo depende de la cantidad de datos de carácter público digitalizada que pueda encontrarse, lo cual depende de las personas que ponen pública su información, de las plataformas que la contienen, así como de las herramientas técnicas para recopilarla y procesarla.

Sobre análisis de Twitter: Retos metodológicos

Uno de los retos para los investigadores que quieren estudiar los contenidos y las interacciones en redes sociales digitales es la posibilidad, o restricción, de acceso al acumulado de información de las plataformas. La gran cantidad de información que se genera en poco tiempo hace realmente imposible una recolección “manual” de la totalidad de los datos sobre algún suceso determinado. Actualmente, existen compañías de marketing online, principalmente enfocadas a posicionamiento de marca, que ofrecen paquetes de análisis de datos para plataformas como Twitter, Facebook e Instagram. Estas compañías se basan en el uso de API (Application Programming Interface) para recolectar numerosas bases de datos que les permitan crear estadísticas relacionadas a tendencias, número de usuarios interactuando sobre temas en específico, seguimiento de *etiquetas* (en inglés *hashtags*), categorizar y agrupar comentarios y sentimientos, por medio de palabras clave, de los usuarios entorno a determinados productos, coyunturas y/o tendencias, etc.

Las API son interfaces que hacen parte de la ecología cotidiana de las páginas web. Funcionan como mensajeras entre distintos puntos de la red: se les hacen solicitudes de información específica, API la solicita al proveedor, la recibe y la entrega a quien la solicita (Puschmann & Ausserhofer, 2017, pp. 147–148). Es un actor no humano que media, sin que seamos testigos del proceso, en la comunicación entre nuestros deseos y lo que las plataformas nos ofrecen (Dancheva, 2013). El uso de API en páginas web se hace cada vez más popular; organizaciones como Naciones Unidas, WHO, The World Bank, The New York Times, The Guardian, etc. ofrecen actualmente acceso a su información por medio de APIs para optimizar la gestión de su información con terceros interesados (Puschmann & Ausserhofer, 2017). Para interactuar directamente con las API se necesitan conocimientos de programación y/o de desarrollo web, por lo cual existen los servicios de análisis de datos que actúan como un

intermediario. Algunos de estos servicios pueden dar resultados de forma gratuita para cantidades pequeñas y limitadas de datos, y usualmente en tiempo real⁹. Bases de datos más numerosas y retrospectivas en el tiempo suelen aumentar de precio exponencialmente con base a estos dos factores.

Plataformas como Twitter y Facebook ofrecen de manera directa distintos tipos de API. Ambas plataformas tienen una web paralela para desarrolladores ¹⁰ donde detallan las posibilidades de su oferta, que no es gratuita, en la mayoría de los casos. Twitter, a diferencia de Facebook, ofrece la categoría “Academic research” y “Products for researchers” como una de las posibilidades potenciales de sus datos por medio de API: “Research teach us about the public conversation”(Twitter, 2020a). Para acceder a los datos se debe llenar un formato de aplicación para poder abrir una cuenta como desarrollador. A diferencia de Facebook, Twitter deja mucho más claro cuáles son los términos de uso, así como lo que no se puede hacer con la información que se entregue. Por ejemplo, restringe derivar o inferir características potencialmente sensibles de los usuarios, con fines académicos, en relación a “[s]alud (incluido el embarazo), situación o condición financiera negativa, afiliación política o creencias, origen racial o étnico, afiliación o creencias religiosas o filosóficas, la vida sexual o la orientación sexual, membresía sindical, presunta o real comisión de un delito” (Twitter, 2020b).

Por su parte, la página desarrolladores de Facebook, además de emplear un lenguaje mucho más técnico, ofrece sus API orientadas para que sus clientes/usuarios puedan manejar las aplicaciones o páginas que estos generen dentro de su plataforma. Por ejemplo, para que la marca Adidas pueda automatizar ciertas tareas como realizar *publicaciones* (o *posts*, en inglés), o direccionar marketing de una manera más efectiva según el perfil de sus compradores ideales. También ofrece herramientas creativas como creación de aplicaciones de realidad aumentada (augmented reality) interactiva, como filtros de Instagram que usan reconocimiento facial. Ambas compañías establecen límites; no sólo regulan el acceso a sus datos, sino que deciden

⁹ La misma página web de Twitter, recomienda algunos sitios web de “intermediarios” con los cuales se pueden obtener análisis con la información de Twitter. Ver en: <https://developer.twitter.com/en/use-cases/academic-researchers/helpful-tools> .

¹⁰ Las páginas web son www.developer.twitter.com y www.developer.facebook.com

qué tipo de conocimiento puede conseguirse a través de estos y dan lineamientos sobre qué tipo de creatividades pueden darse. En el caso de los filtros de Instagram, compañía que ahora pertenece a Facebook, son una herramienta que se ha popularizado masivamente desde su creación y que ha alterado la forma en que sus usuarios se relacionan estéticamente con su propia imagen y con mundo que los rodea, a través de la cámara de sus dispositivos. Si bien sus propuestas no son definitivas y están abiertas a reapropiaciones y *re-mixes* por parte de los usuarios, dan fuertes lineamientos a la cultura y a la cotidianidad.

Ambas compañías capitalizan sus datos, les dan un valor monetario, orientado al comercio. Como dueños de los datos, tienen la última palabra sobre cómo y en qué condiciones los venden. En ese sentido, no existe para los externos el acceso a los datos en bruto, pues estos serán filtrados bajo las normas de las compañías. Facebook, Twitter e Instagram otorgan, a cambio, experiencias de conectividad, participación, creatividad y expresión online.

Trabajar con API en Twitter, de manera cuantitativa, desde la perspectiva del Big Data Analysis, sería una opción útil para establecer tanto patrones y tendencias, como las particularidades o excepciones dentro de bases de datos de contenido cultural, tal como lo propone Manovich (2017). Otros elementos cuantificables en la lógica de las redes sociales serían la popularidad, la viralidad y la interactividad tanto de usuarios como mensajes. Sin embargo, desde la perspectiva de las ecologías mediáticas, las tensiones entre las dimensiones micro y macrosociales, particular y general, que plantean las experiencias sociales digitales exceden el alcance de las bases de datos, pues estas experiencias hacen parte un conjunto de relaciones en las que participan tanto actores humanos, como no humanos, con diferentes niveles de agencia en el marco de relaciones de poder (Palazuelos Rojo & Corvera, 2019, p. 43) y en contextos específicos que oscilan entre lo online y offline.

Considerando el tema de investigación de este trabajo, las características de la coyuntura donde se encuentra, así como las particulares en el acceso anteriormente descritas que supone la plataforma Twitter, se han decidido combinar dos acercamientos metodológicos de carácter microsocial: la etnografía digital, pues ofrece una comprensión integral de los actores, los contenidos, los contextos, así como del rol del propio investigador en el panorama. Y el análisis del discurso multimodal como estrategia de análisis de los datos, pues permite desagregar de manera focalizada las expresiones vernaculares de los usuarios para indagar en los sentidos y relaciones de poder en sus acciones comunicativas desde una perspectiva semiótica.

La etnografía digital

La obra *Virtual Ethnography* de Christine Hine (2000) ha marcado un camino en los estudios etnográficos en entornos digitales de las últimas décadas (Pink et al., 2016). Uno de los ejes de la discusión que propone es el estudio de internet como una cultura en sí misma o como un artefacto cultural. Entender el internet como cultura implicaría una exploración interna, confinada a las dinámicas y mecanismos de un espacio social delimitado por las posibilidades técnicas, en cambio, estudiar el internet como artefacto cultural, significa entender los contextos en los que opera y sus oscilaciones entre lo online – offline, pues el internet tiene que ver también con los espacios físicos que lo hacen posible, así como con los distintos dispositivos tecnológicos que son usados para conectarse a la red. También tiene que ver con el aprendizaje, interpretación e incorporación de dichos dispositivos en contextos particulares. Una aproximación ideal debería considerar las dos lecturas del internet, como cultura y como artefacto, para explorar las conexiones entre ambas.

La etnografía digital propone una mirada detallada a las maneras en que se vive la tecnología: “consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo. El objetivo es hacer explícitas ciertas formas de construir sentido de las personas, que suelen ser tácitas o que se dan por supuestas” (Hine, 2000, p. 13). Se debe prestar especial atención, además, a cómo se establecen las fronteras y vínculos entre lo que se considera virtual y real; se problematiza el uso del internet como forma de comunicación y como objeto en la vida de personas y colectivos. El método debe ensamblarse en las complejas relaciones “que se configuran en torno a hibridaciones entre situaciones políticas y culturales, materialidades, digitalismos, artefactos” (Palazuelos Rojo & Corvera, 2019, p. 44).

Uno de los principios etnográficos más enfatizados en la últimas dos décadas es la reflexividad (Dicks et al., 2005; Escobar, 2009; Hine, 2000; Pink et al., 2016), la cual consiste en inducir la extrañeza a partir del rol del investigador, al mismo tiempo que se reflexiona sobre el lugar del mismo en el espacio. La “reflexividad profundizada” es la respuesta antropológica que se ha encontrado para resolver la cuestión de cómo estudiar objetos/sujetos que están fundamentados por las dinámicas a las que también está sujeto el etnógrafo (Escobar, 2009, p. 144). Mediante la reflexividad, el etnógrafo produce conocimiento en los encuentros con las

personas y las prácticas. En el contexto de la etnografía digital, la reflexividad no toma una forma necesariamente distinta, sin embargo, se debe ser consciente de las formas en las que los fenómenos son encontrados en el mundo, en tanto es un ambiente digital-material-sensorial (Pink et al., 2016).

Es importante reconocer la experiencia y las competencias necesarias para poder ser participe, de manera expuesta o encubierta, de los espacios sociales digitales. En el caso de la exploración y extrañamiento de espacios mediáticos de uso extendido, parecería que hay poco que contar de novedoso. Hacer una reconstrucción minuciosa de cómo funciona Twitter, sus posibilidades y su diseño, podría parecer a algunos una obviedad similar a explicar cómo usar un teléfono para hacer una llamada. Además, estas arquitecturas suelen cambiar de forma constante, haciendo que cualquier explicación quede obsoleta en poco tiempo¹¹. En el caso de mi experiencia en este estudio, antes de empezar el proceso investigativo, ya tenía una cuenta personal de Twitter que uso desde hace seis años de manera relativamente frecuente. Es decir, comprendo su lógica, las formas de expresión que tengo disponibles y he interiorizado la mayoría de los códigos de comunicación que se usan como *etiquetas* (hashtags) menciones (mediante el @), re-tweets, entre otros. Además, soy colombiana, por lo cual me siento inevitablemente interpelada por el momento álgido que vive el país, además de reconocer a los actores institucionales involucrados y tener ideas preconcebidas sobre ellos. El extrañamiento que puedo inducir en relación al espacio partiría, primero, de abandonar la sincronía y la inmediatez con la que se usa la plataforma normalmente, pues los contenidos de este estudio se recopilaban de forma retrospectiva y no en tiempo real, y segundo, de interactuar con los contenidos de la plataforma no sólo desde consumo directo del *qué* de los mensajes, sino el *cómo* y en qué condiciones.

Para Hine (2000, p. 60) los investigadores “están solos en el espacio analítico desde el cual sostienen su autoridad”, pues su experiencia inmersiva les supone cierto privilegio para relatar lo que sucede en esos espacios, a los que los otros, como lectores, no tienen acceso. En esta investigación, el espacio de exploración es un lugar abierto al público al que se puede

¹¹ A menos que, por ejemplo, se estudien los cambios que las arquitecturas de las plataformas han tenido a través del tiempo.

acceder por medio de dispositivos tecnológicos y las competencias adecuadas. El nivel mínimo de participación sería ser usuario y observar lo que sucede, sin interactuar con otros usuarios y sus mensajes. En este nivel de participación no se tiene la condición de “extraño” o “intruso” porque Twitter no está diseñado para que los usuarios se enteren de nuevas personas entrando a la plataforma y tampoco tiene opción de grupos privados. En ese sentido, Twitter, como otras redes sociales, es una especie de repositorio que los lectores pueden visitar para constatar la existencia de mensajes e interacciones, que se mantendrán disponibles hasta que el usuario creador decida eliminarlos, siempre y cuando el investigador presente el camino (dirección url) a las fuentes.

Sin embargo, si vemos el “espacio analítico” como la apuesta de la mirada del investigador sobre determinado fenómeno y no como un espacio en sí mismo, virtual o físico, el concepto de lugar etnográfico se transforma. Cuando la mirada del etnógrafo sigue las dinámicas/interacciones mediadas, se puede traspasar libremente de un lugar a otro, sea digital o no. El lugar de la etnografía puede volverse un flujo dependiendo de los objetivos de la investigación. Así, como metodología, las etnografías digitales pueden apostarle al “non-digital-centric-ness” (Pink et al., 2016, p. 28) lo cual implica descentralizar la atención en los medios técnicos y los espacios digitales para reconocer las formas en que estos son inseparables de otras actividades, tecnologías, materialidades y sentimientos mediante los cuales son utilizados. Además, Twitter es un espacio que se puede apreciar como cultura y como artefacto cultural, sobre todo en conjunción con coyunturas políticas, protestas o manifestaciones, pues se hace particularmente borrosa la distinción online/offline al producirse contenido, en tiempo real, sobre una realidad concreta. Las expresiones de ciudadanía en el espacio digital de Twitter no se pueden entender por fuera de la coyuntura social y política que incitó la creación de los mensajes y en la cual se involucran distintos actores cuyos roles sólo pueden ser interpretados en el marco de la actualidad política, social y noticiosa de Colombia, en un espacio-tiempo definidos: las jornadas de manifestaciones por el paro nacional de noviembre de 2019.

En ese sentido, el punto de partida de este análisis se centra en las expresiones culturales de usuarios, de carácter público, en el entendido de que son prácticas mediante las cuales la experiencia digital adquiere sentidos en clave de ciudadanía. Esto implica entender al internet más como texto, que como interacción. Las interacciones sociales, en el sentido clásico, requieren la co-presencialidad y el rápido intercambio de mensajes en donde es posible alcanzar

al interlocutor de forma sincrónica, mientras que los textos mediáticos son una “interacción empaquetada” (Hine, 2000, p. 67) que se puede mover de un lugar a otro. En ese sentido, el internet se compone del consumo y producción de textos (como contenidos hipermediales) en espacios digitales que pueden ser interactivos o no.

Para los propósitos de este trabajo, son considerados los textos como “interacciones empaquetadas”. Se focalizan las publicaciones únicas y se dejan de lado las reacciones de los usuarios, opciones cuantificables como “me gusta”, “re-tweets” y respuestas a los tweets. También se ha decidido analizar la identidad del usuario, a través de la presentación de sí que hacen por medio de su biografía en Twitter. Se entienden, entonces, los textos como materiales etnográficos que hablan de la comprensión de los usuarios sobre sus experiencias en torno a la coyuntura y se exploran los vínculos entre su discurso y su identidad proyectada.

La etnografía como texto: el análisis del discurso multimodal

Las arquitecturas de los espacios digitales han traído consigo nuevas posibilidades para las acciones comunicativas. La posibilidad de combinar distintos modos semióticos, a través de la interactividad, la hipertextualidad y los hipervínculos ha obligado a los investigadores de la cultura y los medios a estar en constante actualización. El campo del análisis cualitativo se ha ido abriendo con la misma diversidad que el crecimiento de las tecnologías de la información y comunicación. Según Dicks et al. (2005), la expresión “datos” se ha vuelto sinónimo de materiales producidos de manera técnica (notas escritas, fotografías, videos) recogidas en campo por investigadores para su posterior análisis. Esta aproximación tiende a equiparar datos con registros, y registros con representaciones, lo cual tiende a obviar los efectos mediadores de las tecnologías. Estas son proclives a ser vistas como portadoras de información, medios para cumplir un fin. O, por el contrario, sucede que los productos elaborados por sujetos del entorno de la investigación (películas, pinturas, etc.) tienen a ser vistos como expresiones inequívocas de su cultura. En ambos usos de los datos, se hace necesario prestar atención a las distintas etapas en las cuales se forjan dichos contenidos sin perder de vista sus propiedades semióticas particulares.

Las prácticas sociales que pueden ser asociadas con el discurso digitalmente mediado, alcanzan hoy un clímax con los dispositivos de uso personalizado como los Smartphones y el

uso de redes sociales digitales. Las tecnologías, al hacer disponibles distintos modos de expresión y materialidades, hacen posibles nuevos tipos de prácticas sociales, al mismo tiempo que cambian la forma en que las personas se involucran con prácticas sociales viejas (Jones, 2015). Lo que se reconoce como prácticas digitales abarca un panorama amplio: son los ensamblajes de acciones que involucran herramientas asociadas a las tecnologías digitales, que han sido reconocidas por grupos específicos como maneras particulares de alcanzar metas sociales, promulgando identidades sociales y reproduciendo formas particulares de relacionarse (Jones, 2015, p. 16).

La aproximación seleccionada en este estudio para intentar abarcar la diversidad de los recursos semióticos empleados en las prácticas digitales es el análisis del discurso multimodal. De manera general, el análisis del discurso puede ser entendido como el estudio de las *tecnologías de entextualización* (“technologies of entextualization” (Jones, 2015)) que afectan los tipos de sentidos, acciones y relaciones que las personas pueden tener en determinadas situaciones. Los cuatro elementos básicos a considerar en el análisis son: *textos*, entendidos como el uso de las formas semióticas; *contextos*, las situaciones sociales y materiales donde ocurren los textos; *acciones e interacciones*, lo que hacen las personas entre sí y con los textos; y *poder e ideología*, cómo se usan los textos para dominar y controlar a otros.

El análisis del discurso multimodal es una capa más detallada dentro los estudios de análisis discursivo. Su marco teórico es la semiótica social, la cual se interesa en todas las formas del sentido que se dan en entornos e interacciones sociales concretas. Esto incluye a los individuos, con sus historias socialmente moldeadas, quienes utilizan los recursos culturales que tienen disponibles y son agentes y generadores de los signos de la comunicación (Kress, 2010). El análisis multimodal se considera como el quiebre de una tradición lingüística clásica según la cual “meaning is made once” a partir de una doble articulación única: forma y sentido (Kress & Van Leeuwen, 2001, p. 4). En contraste, el propósito de los corpus multimodales se enfoca en los sentidos que se producen en múltiples articulaciones, más que en las relaciones “gramático-lexicales” y las formas lingüísticas del lenguaje (Williamson, 2009). Así, el sentido de una acción comunicativa se hace comprensible sólo cuando se consideran todos los modos (*modes*) que se usan para dicha acción.

Kress y Van Leeuwen (2001) proponen cuatro dominios de práctica o *strata*, donde se realiza el sentido de los mensajes: discurso, diseño, producción y distribución. Estas stratas no se pueden dividir completamente una de las otras y no tienen una organización jerárquica:

- **Discurso:** se refiere al conocimiento socialmente construido de algún aspecto de la realidad. Sólo pueden ser realizados por medio de modos semióticos y pueden ser usados para ejercer poder. Los discursos son relativamente independientes de los géneros, del modo y del diseño.
- **Diseño:** es el lado conceptual de la expresión y el lado expresivo de lo conceptual. Es la forma de realizar discursos en el contexto de una situación determinada de comunicación. Los recursos que emplea el diseño, los modos semióticos, son aun abstractos y posibles de concretarse en diversas materialidades. La multimodalidad necesita del diseño, pues cada vez más se deben tomar decisiones respecto a la multiplicidad de modos y áreas de representación que antes estaban separadas.
- **Producción:** es la organización de la expresión, su articulación material. Necesita de habilidades técnicas específicas: saber pintar, manejar un software, etc. No se relaciona con los modos sino con los medios (*medium*) de ejecución: escultura, oratoria, música, etc. Usualmente, es difícil separar el diseño de la producción.
- **Distribución:** elaboración de los productos ya diseñados por medios técnicos (libros, DVD, etc.). Parecería no ser una categoría semiótica, pero no es lo mismo montar una pieza dramática para ser exhibida en un teatro, por ejemplo, que para ser filmada y distribuida en video.

La base de esta propuesta de estratificación es la distinción entre contenido y la expresión de la comunicación, lo cual incluye lo que está entre los significados y significantes de los signos usados. Los modos, por su parte, son recursos semióticos abstractos que permiten la realización simultánea de discursos e interacción: las imágenes, la escritura, el habla, la música, los gestos, etc. El mismo modo puede ser realizado en diferentes medios. La narrativa, por ejemplo, puede tomar forma de filme o de novela (Dicks et al., 2005, p. 72) Eventualmente, si los cambios culturales se dan para que un medio particular gane relevancia en la sociedad, los medios se pueden convertir en modos. Entre más se somete el mundo de los elementos manufacturados a las prácticas del diseño, más medios de comunicación son cooptados en los procesos de dar sentido (Dicks et al., 2005; Kress, 2010; Kress & Van Leeuwen, 2001).

No se debe confundir, entonces, la multimodalidad con la multimedialidad o entender la multimodalidad como algo posible sólo gracias al despliegue de dispositivos tecnológicos. Una conversación puede ser multimodal, así como una sola persona puede incorporar todos los strata al emplear el habla, usar cierto tono de voz, con cierta gestualidad, enfocado a un propósito (Kress & Van Leeuwen, 2001, p. 32). También es posible que distintas personas puedan encargarse de distintas strata, como, por ejemplo, en la creación de una canción puede haber un compositor, un intérprete y se puede distribuir por medio de un archivo digital ecualizado para simular una sala de óperas.

Si consideramos que la producción de contenidos (como textos) y el conocimiento están vinculados, el panorama mediático digital contemporáneo ha causado alteraciones en las formas de generación de conocimiento a causa de su carácter convergente, interconectado e hipermedial. Han cambiado, por ejemplo, cuestiones sobre la autoría de los textos, confiabilidad y criterios de autoridad o veracidad de los mismos (Kress, 2010, p. 18). El conocimiento ya no reside exclusivamente en las formas convencionales como reportes, libros académicos o periódicos sino también en mensajes de Facebook, tweets, o conversaciones por plataformas de videollamada. Las tecnologías de representación, producción y diseminación son usadas en el marco de lo que es posible en la sociedad. Para Kress (2011) las practicas sociales de comunicación contemporáneas son inestables, espontáneas e impredecibles. En esta inestabilidad y volatilidad se hace necesario un *acercamiento retórico* a la comunicación que permita desgranar con detalle el rol de los creadores de los mensajes, su capacidad de agencia (directamente relacionada con la producción de conocimiento) y la configuración de sus intenciones y acciones en el entorno comunicativo. Para esto, Kress (2010, pp. 49–53) presenta los conceptos de representación, comunicación, retórica y diseño:

La representación y la comunicación son prácticas sociales. La *representación* se centra en el *yo*, en el interés personal, en el compromiso con el mundo y con el deseo de dar realización material a *mis* sentidos (*meanings*) sobre ese mundo. Mis intereses están marcados por mi historia y mis experiencias en el marco de una comunidad y cultura determinada. Desde la perspectiva de la representación se pregunta ¿qué es lo que se desea decir, escribir, expresar? ¿cuál es mi interés, en un momento particular, en darle forma material y forma a mi sentido? Por su parte, la *comunicación* se enfoca en el deseo o necesidad de hacer esa representación disponible a otros, en la interacción con ellos. Es poner los sentidos (*meanings*), a los cuales se

les da forma de signos (como textos), en una interrelación con los otros y con el entorno para que sean reconocidos. Mis intereses pasan de mí, al entorno, a la interacción social. La comunicación responde a ¿cuál es mi relación con quienes me estoy comunicando? ¿Son cercanos o distantes? ¿Cuáles son las relaciones de poder que necesito reconocer y cómo acomodo mi representación para ellos? Las condiciones sociales establecen el terreno, acomodan la arena para la representación y la comunicación. La comunicación cambia el entorno y altera las relaciones de poder, mientras la representación es la constante autoconstrucción de la identidad.

Según Kress (2010), la retórica y el diseño permiten la representación y la comunicación. Ambas son actividades del día a día de las personas. La *retórica* tiene un propósito político, acompasar o alinear su mensaje con su posición ideológica y evalúa el entorno social de la comunicación en su totalidad. El *diseño*, por su parte, tiene un propósito semiótico; darle forma al mensaje usando los recursos representacionales disponibles para el mejor alineamiento posible entre los propósitos del *rethor* (el creador de los mensajes) y los recursos semióticos de la audiencia. Así, el diseño sirve a la retórica. En tanto el entorno social cambia, así mismo deben cambiar los diseños de los mensajes, pues es el motor que conduce el cambio semiótico alineado con el cambio social. El *rethor* y el *diseñador* son la misma persona en momentos comunicativos distintos y los signos (como textos) están moldeados por ambos intereses.

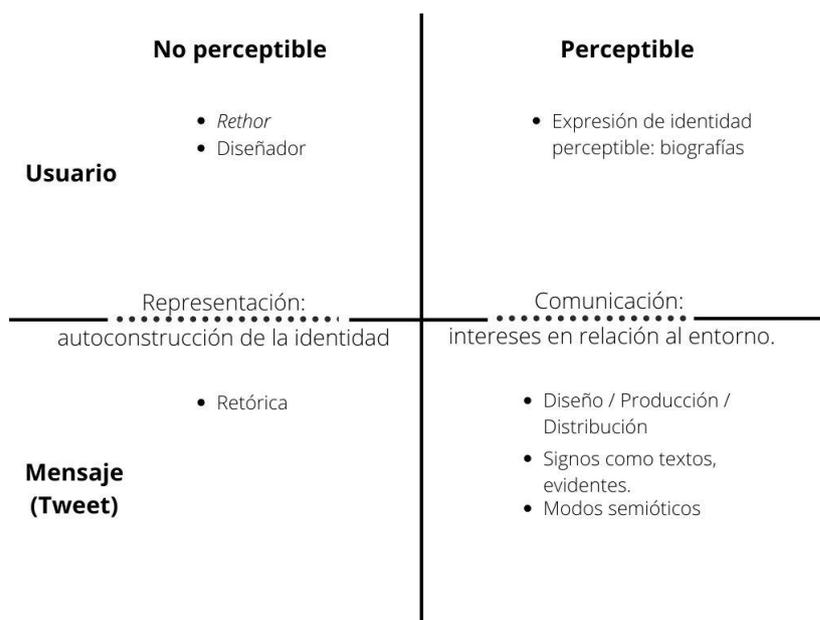


Ilustración 1. Fuente: Elaboración propia basada en Kress (2010)

Para el caso de la red social Twitter, propongo un esquema organizativo de las acciones representativas y comunicativas, identificando al usuario y a su mensaje en etapas perceptibles y no perceptibles como se puede apreciar en la ilustración 1. Con perceptible y no perceptible me refiero a lo que se ve y no se ve, de manera directa, en el universo de la muestra. Todo lo perceptible acontece en el espacio digital al que se accede por medio del aplicativo de Twitter para dispositivos móviles o por medio de la página web en un computador, en el marco de una coyuntura particular que es la que incita las actividades comunicativas: los eventos del paro nacional de noviembre de 2019.

Los casos de estudio y selección de la muestra

El paro nacional tuvo varios eventos que destacaron mediáticamente. Mi interés de análisis se centra en las expresiones de ciudadanía, contenidas en tweets, sobre dichos acontecimientos reconstruidos de manera lineal. Como el análisis se realiza desde una mirada etnográfica y del discurso multimodal, la muestra no es representativa, ni probabilística. Para la selección de la muestra se usa la herramienta de búsqueda avanzada que provee Twitter, aplicando filtros por día, etiqueta y/o palabra clave (Ver Tabla 1). Todas las etiquetas mencionadas fueron *trending topic* para Colombia, es decir, estuvieron categorizadas por la plataforma como temas de alta afluencia de información.

Cabe destacar que la opción de búsqueda avanzada de Twitter no ofrece resultados completamente aleatorios, ni arbitrarios. El algoritmo se ve modificado por quien realiza la búsqueda: sus preferencias, su comportamiento en Twitter, las personas a las que sigue y el lugar en el que está ubicado. Sin embargo, la opción de búsqueda avanzada permite modificar la ubicación geográfica, acotar la búsqueda a un periodo de tiempo determinado e incluir o excluir términos y/o palabras clave. Los resultados que Twitter arroja se dividen en cinco categorías: *Top*, los tweets más destacados; *Latest*, los más recientes; *People*, de usuarios destacados; *Photos*, imágenes destacadas; *Videos*, contenido destacado o popular. Twitter señala que los resultados *Top* son seleccionados por el algoritmo, no manualmente.

Top Tweets are the most relevant Tweets for your search. We determine relevance based on the popularity of a Tweet (e.g., when a lot of people are interacting with or sharing via Retweets and replies), the keywords it contains, and many other factors (Twitter, 2020c).

n.	Fechas	Evento	Hashtags y/o palabras clave usados	Direcciones arrojadas por el buscador en Twitter
1	21 de noviembre	Marcha de inicio del paro	#21N #AsiVaElParo #AsiVaElParo #ParoNacionalIndefinido #21Nov	(#21N OR #AsiVaElParo OR #AsiVaElParo OR #ParoNacionalIndefinido OR #21Nov) until:2019-11-22 since:2019-11-21
2	21 y 22 de noviembre	Vandalismo en conjuntos residenciales de Cali y Bogotá	Conjuntos, residenciales, unidad.	(conjuntos OR residenciales, OR Unidad) until:2019-11-23 since:2019-11-21
3	22 de noviembre	Segundo día de jornada: Cacerolazos	#22n #ElParoNoPara #Cacerolazo	(#22n OR #ElParoNoPara OR #Cacerolazo) until:2019-11-23 since:2019-11-22
4	23 de noviembre	Ataque a Dylan Cruz	Esmad, #Dylan Cruz, #23Nov	(ESMAD, OR Dylan OR Cruz) (#Dylan OR #Cruz, OR #23Nov) until:2019-11-24 since:2019-11-23
5	26 de noviembre	Muerte de Dylan Cruz	Esmad, #Dylan Cruz, #26Nov, #ParoNacionalColombia	(Esmad, OR Dylan OR Cruz) (#Dylan OR #Cruz, OR #26Nov, OR #ParoNacional) until:2019-11-27 since:2019-11-26
6	8 de diciembre	Concierto “Un canto por Colombia”	Un Canto por Colombia #UnCantoPorColombia #8Dic #ParoNacional	(#UnCantoPorColombia OR #UnCantoXColombia OR #8Dic OR #ParoNacional) until:2019-12-09 since:2019-12-08

Tabla 1. Fuente: Elaboración propia

Para esta investigación se creó una cuenta de usuario nueva para intentar evitar las rutas preestablecidas del algoritmo por actividades y rutinas previas. Con esta cuenta se realizó una búsqueda retrospectiva usando los filtros de temporalidad ajustados a los días de noviembre de 2019 anteriormente descritos. Para cada caso se analizaron como mínimo los 30 primeros tweets que arrojó la búsqueda bajo la opción *Top*, que cumplan con los requisitos mencionados

en la tabla, de hashtag y/o palabra clave. Se han excluido tweets de cuentas autoreconocidas como medios de comunicación oficiales o personalidades políticas e institucionales.

Cabe anotar que la búsqueda por medio de etiquetas y las palabras clave ya es un primer filtro que orienta temáticamente el corpus. La selección se ve acotada por mi experiencia y el seguimiento mediático que se realizó en el momento de la coyuntura. Estas etiquetas y palabras ya hacen parte de los mensajes y por lo tanto, son parte de los mecanismos de diseño empleados por los usuarios. Son, también, las primeras pistas del discurso.

Igualmente, se recopiló la información de la biografía (expresiones perceptibles de identidad) de cada uno de los usuarios creadores de los mensajes seleccionados para la muestra. Aquí se consideró únicamente lo consignado por medio texto en caracteres y no las fotografías de perfil. Tampoco es de relevancia para los objetivos del estudio la autenticidad de los usuarios, pues el interés se pone sobre la expresión de una subjetividad ciudadana en el espacio digital y no sobre su coherencia con personas reales offline. No obstante, se procuró, en las cuentas, clasificar entre identidades individuales (nombres de personas) o colectivas (agrupaciones).

Como investigadores del discurso se puede intentar descifrar los sentidos de los mensajes únicamente mediante lo perceptible. Así, para la sistematización de los mensajes, se aplicó la siguiente matriz para uno de los seis eventos seleccionados:

URL	Contenido del tweet (caracteres de texto y emoticones)	Contenido adicional: Imagen, Video o Sólo texto	Contenido de la biografía del usuario	Identidad individual o colectiva	Uso de elementos de diseño/producción/distribución	Discurso
------------	---------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------	----------------------------------------------	-----------------------------------------	-----------------------------------------------------------	-----------------

Las cuatro primeras casillas de la tabla corresponden a los contenidos directos del material, es decir, tal como se encuentra en la plataforma Twitter. Las otras corresponden a un primer nivel de interpretación de los tweets el cual considera la identidad de los usuarios, elementos de diseño, producción y distribución, y los significados connotados de los mensajes en clave de ciudadanía.

Análisis del corpus

Para los propósitos de este análisis se estudiaron seis momentos coyunturales de alto impacto mediático en el marco de las movilizaciones que tuvieron lugar en Colombia entre el 21 de noviembre y el 8 de diciembre de 2019. Se seleccionó una muestra no representativa y no probabilística de 182 tweets; aproximadamente los primeros 30 tweets que fueron arrojados como resultados por el buscador de Twitter por cada evento.

En este capítulo se presenta, primero, un análisis descriptivo de los elementos generales de diseño de la plataforma Twitter, al cual están sujetos todos los mensajes de la muestra. Considerando el carácter impredecible de la estructura de este tipo de plataformas, que suelen transformarse inesperadamente, es relevante observar sus formas y posibilidades expresivas en el momento de este estudio. Segundo, se realiza un análisis interpretativo, por día, de los sentidos encontrados en los tweets, orientados por ciertas tendencias en los discursos que promulgan, en relación con la ciudadanía. A pesar de ser una muestra pequeña, fue posible reconocer similitudes en la configuración de los mensajes, las expresiones de ciudadanía y los modos semióticos que utilizan. Finalmente, se analiza la identidad de los usuarios creadores de los mensajes por medio de sus descripciones en la sección de biografía.

La anatomía de los tweets

Para los usuarios frecuentes de las redes sociales contemporáneas parecería una obviedad, pero es importante consignar qué contiene un tweet actualmente y aclarar la función de sus elementos en la muestra. El diseño de las plataformas de las redes sociales no es estático, se transforma no sólo estéticamente; tamaño de letra, tipo de fuente, paleta de colores, distribución de la información, sino que cambian las posibilidades de los recursos expresivos. En la actualidad, los tweets se pueden clasificar en los que tienen sólo texto (lo que incluye caracteres especiales como emoticones, hashtags o etiquetas y enlaces), texto e imagen, y/o texto y video. En cuanto a las biografías, se pueden utilizar todas las combinaciones de caracteres especiales, incluyendo enlaces, pero no es posible insertar imágenes o videos de forma directa.

Las opciones de formato son limitadas. No se puede publicar un archivo de audio (mp3, wva, aiff, etc.), los videos sólo pueden tener una duración máxima de dos minutos y veinte segundos (Twitter, 2020d), las entradas de texto tienen un límite de 280 caracteres y las imágenes adquieren ciertas dimensiones preestablecidas al ser publicadas. La creatividad del usuario tiene salida, en el nivel más simple, en la decisión sobre la combinación de los modos semióticos de los tweets. Es libre de acomodar y distribuir su mensaje dentro de los parámetros establecidos por la plataforma.

Cabe destacar la relevancia del uso de los caracteres especiales como los hashtags y emoticones. Los hashtags son particularmente importantes en la lógica de la plataforma Twitter, pues permiten categorizar los flujos de información temáticamente, tanto para participar de la tendencia o para buscar contenido sobre la misma. En el caso de este estudio, ciertos hashtags relacionados a la coyuntura fueron utilizados desde el planteamiento metodológico como herramienta de búsqueda, por lo cual son inevitablemente parte de los tweets encontrados. Sin embargo, esto no impidió la aparición de otros hashtags propuestos por los usuarios, tanto palabras, como frases cortas como #MaduroDictador, #Nosmienten, #RenuncieDuque, que tal vez no encaucen tendencias, pero son una forma de enfatizar o añadir ideas, intentar destacarlas o establecerlas como un tipo de eslogan dentro del mismo tweet.

Respecto a los emoticones, estos resultan útiles para resumir ideas y conceptos, pues son usados a manera de símbolos, para reemplazar palabras, para ilustrar o para encaminar el sentido del mensaje. Por ejemplo, un usuario se ahorra tener que escribir que es “colombiano”, o que algo está pasando en Colombia, simplemente usando el emoticono de la bandera del país. Estas pequeñas imágenes se usan para darle un tono emocional al mensaje: cara feliz, triste, con rabia, un corazón, llamas, etc. En las biografías, estos se usan para condensar ideas relacionadas a las presentaciones personales: Si es abogado/a, el usuario pone una balanza; si defiende los DDHH, pone una paloma; si le gusta la naturaleza pone árboles, hojas o flores.

En Twitter, los procesos de diseño y la producción, descritos por Kress y Van Leeuwen (2001), son indivisibles, multimodales y simultáneos, pues un usuario único, interactuando con la arquitectura de la plataforma por medio de un dispositivo electrónico personalizado, puede elaborar un producto comunicativo de principio a fin. La plataforma Twitter, como espacio digital, sería el distribuidor, pues es el medio técnico que hace posible la diseminación de los mensajes. La mayoría de los mensajes de la muestra se expresó por medio de texto y video,

seguido por sólo texto e imagen. Una mínima proporción de la muestra fueron re-tweets, es decir, mensajes compartidos, originalmente creados por otros usuarios. Esto no implica que todos los demás videos y fotografías sean necesariamente de autoría de los usuarios quienes publican, pues es probable que lo hayan recibido por otras fuentes, los hayan descargado y los suban a la plataforma como contenido propio. Esto es una estrategia conveniente para viralizar el mensaje, recibir “me gusta”, comentarios o re-tweets y, por ende, atraer popularidad para el tweet y para el perfil del usuario.

Los elementos del discurso

En cada uno de los eventos se encontraron tendencias en el discurso, por lo cual se establecieron ciertas tipologías en los mensajes. Los días de la marcha (21 de noviembre), el cacerolazo (22 de noviembre) y el concierto (8 de diciembre), los tweets se pueden categorizar en mensajes que, de mayor a menor frecuencia *aprueban los hechos, los aprueban y destacan su valor como expresión cultural, los reprueban, y mensajes que reportan o denuncian irregularidades*. En los eventos de vandalismo (21 y 22 de noviembre), ataque y posterior muerte de Dylan Cruz (23 y 26 de noviembre, respectivamente), cuya coyuntura está asociada a situaciones violentas, la tendencia de los mensajes se orientó, en orden de frecuencia, hacia mensajes de: *denuncia, denuncia desfavorable con la fuerza pública y favorables al manifestante*. A continuación, se detallan cada uno de los temas y subtemas de cada evento.

Evento 1. 21 de noviembre: la marcha inaugural del paro

La convocatoria a la marcha fue nacional. Todas las grandes ciudades del país, Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena reportaron una alta asistencia al evento. En la muestra de este día, el 84% de los mensajes aprobaba la jornada: se resaltaron aspectos como la manifestación pacífica, artística y creativa, la festividad y la alegría, y también se denunciaron irregularidades en los actos de la fuerza pública (el ESMAD) contra los manifestantes. Cabe resaltar que, si bien los mensajes fueron favorables a la protesta, ninguno reparó en los motivos políticos puntuales de la misma, por ejemplo, el pliego de peticiones del Comité del paro, sino que se concentraron en reportar la vivencia *in situ* de los momentos retratados, las motivaciones generales, abstractas y emocionales. Los temas recurrentes fueron:

Exaltación de la acción pacífica, artística y creativa

En los mensajes, los manifestantes no sólo se refieren a su accionar como pacífico, sino que piden la paz mientras protestan. Se exalta a manifestantes que limpian paredes y vidrios que fueron rayados, presuntamente por otros manifestantes, y se rechazan los “destrozos” que se pudieron haber hecho. Esto implica reconocer, aunque de forma implícita, que dentro de la manifestación hay acciones participativas violentas que no serían las adecuadas y es importante que la misma colectividad "arregle" o "repare" este tipo de situaciones.

La imagen 1 califica como bello lo consignado en el video: un grupo de personas limpia los vidrios de la fachada un centro comercial. Una gran multitud los observa, aplaude y celebra, afirmando la acción. También se ve a algunas personas grabando y tomando fotos, dándole a la situación cierto estatus de memorabilidad o al menos, digno de registrar. En otro tweet (Tweet N.3. Anexo 1) una usuaria utiliza, además de los hashtags recurrentes del día, #ProtestarNoEsDestrozar para oponerse a las expresiones ciudadanas no pacíficas.

Imagen 1. Tweet #16. Fuente: Twitter



En este día son recurrentes los tweets cuyos mensajes se centran en la festividad de la manifestación, que contienen videos y/o fotografías de grupos de personas en la calle cantando,

coreando arengas, bailando y tocando instrumentos musicales. Dichas expresiones artísticas recurren tanto a rasgos de la identidad nacional (se canta el himno, se ondea la bandera, se tocan ritmos colombianos, se bailan canciones populares) como a identidades colectivas que se inscriben en la colombianidad, pero desde otro lugar de enunciación. Es el caso de, por ejemplo, la aparición recurrente de la bandera de los pueblos indígenas latinoamericanos, de partidos políticos de orientación de izquierda o de barras bravas de equipos de fútbol.

Otros sentidos de identidad y pertenencia surgen de la mención constante a la ciudad desde donde se envía el mensaje, usualmente a manera de hashtag. Esto, además funcionar como reportería, denota cierto orgullo por la participación de la ciudadanía local. Dentro de los mensajes con marcadores de localidad se encuentran algunos tweets que aluden al sentido de periferia, ya sea espacial o social. Con periferia espacial, me refiero a mensajes de usuarios que reportan su participación en la manifestación desde ciudades en el extranjero. Con social, desde lugares considerados socialmente como marginados, como el sector de Suba en Bogotá o la ciudad de Buenaventura. En este último caso, la intencionalidad tras mencionar el lugar geográfico está encaminada a destacar cómo en un sector problemático o poco desarrollado también se puede activar a la participación política y la consciencia ciudadana colectiva.

Imagen 2. Tweet #24. Fuente: Twitter



Algunos mensajes destacan la importancia de que contenidos alegres y festivos se distribuyan y se “viralicen” por encima de los tweets que comunican sentidos negativos: “Esto

es lo que hay que hacer viral!! Sí nos podemos manifestar en paz”¹² menciona un tweet haciendo referencia a un video que muestra un grupo de policías jugando pelota con los manifestantes, mientras otros bailan. Así, los ejercicios de ciudadanía legítimos y dignos de ser visibilizados son los pacíficos, en oposición a la acción violenta, aunque esta no sea mencionada de manera explícita.

La mayoría de los mensajes de este día contienen texto y video. Les siguen los mensajes con textos e imágenes y con sólo texto. En los videos son comunes los paneos en primera persona, de momentos de la marcha, para dar cuenta del ambiente que se vive alrededor. Se muestran personas en actitudes alegres, agitando banderas, llevando carteles, tocando instrumentos y/o cantando consignas. Las fotografías o imágenes estáticas de este día también cumplen con la función de registro y prueba de ciertas características centrales a la movilización como la multitud, una alta asistencia, la creatividad de las pancartas, los disfraces o la emotividad de las personas. También, se muestran acontecimientos relacionados al uso desmedido de la fuerza pública, de robos o momentos de alteración del orden público. En ocasiones, en los mensajes que incluyen video, quien graba narra con su voz e interpreta lo que sucede.

La denuncia: la fuerza pública es la culpable

La segunda tendencia más frecuente en los mensajes de este día se orienta a denunciar los actos violentos y represivos cometidos por la fuerza pública, que rompen el fluir tranquilo de la manifestación. En los mensajes se hace uso de las menciones tipo @¹³ para etiquetar a medios de comunicación, a instituciones estatales o de la sociedad civil (como organizaciones de derechos humanos) y a personalidades políticas con el fin de conectarlos con la situación. En ocasiones se trata de llamados desesperados, con los que se espera recibir ayuda y/o

¹² Ver tweet N.23 en Anexo 1.

¹³ Tweet N. 18 “Tras una jornada de marcha pacífica en #Cartagena llega el ESMAD a boicotarlo todo. No hay justificación para que se hubiese lanzado ese artefacto entre la gente. @JulianFMartinez.@NoticiasUno .@JohaFuentes .@Indig__nada .@Lardila83 #AsiVaElParo #21NSomosTodos #ParoNacional”

cubrimiento mediático, por lo cual también están presentes los marcadores de tiempo y lugar de los hechos. Los videos que se incluyen en los mensajes pretenden pasar por evidencia fidedigna de lo ocurrido; personas siendo dispersadas a la fuerza de plazas y espacios públicos, personas heridas y/o personas que huyen de la confrontación.

Los mensajes apuntan a que la acción violenta estuvo a cargo del ESMAD, particularmente en espacios universitarios y plazas al aire libre. Los usuarios reportan haberse comportado de manera tranquila y, a pesar de ello, haber sido irrumpidos de manera injustificada por gases lacrimógenos, aturdidoras y carro tanques. Así, la fuerza pública acaba con la expresión ciudadana ideal, cohibe el libre derecho a la protesta y lastima los cuerpos de los manifestantes. Se podría inferir que, con estos actos comunicativos de denuncia y monitoreo, los usuarios se resisten a que su protesta pierda la legitimidad, así como a perder la agencia y la habitabilidad de la ciudad para prácticas de participación política.

El llamado a la unión: #21SomosTodos

Es común encontrar en los tweets frases como “[E]stamos despertando estamos despertando y demostrando que queremos una Mejor Colombia” (Tweet N.19 Anexo 1), “juramos vencer junto al pueblo” (tweet N.4), “hoy no bajamos las manos, no paramos hasta conseguir respuestas”(tweet N.30), que aluden a sentimientos colectivos, denotan intensidad emocional y pretenden avivar los ánimos de una audiencia proyectada. Hashtags como #ElParoNoPara, #21SomosTodos o #AsíVaElParo marcan los contenidos que transcurren a lo largo de la jornada, enfatizando en la inagotabilidad de la misma a pesar del paso del tiempo; videos de personas movilizándose aún en la noche y convocando a acciones posteriores como cacerolazos. Sin embargo, el énfasis en enunciar desde una pluralidad imaginada establece simultáneamente una división discursiva entre un nosotros (por ej. el pueblo, los estudiantes, los bogotanos) y un ellos (la fuerza pública, el gobierno, el presidente etc.). Técnicamente, los mensajes se dan de manera individual, desde dispositivos de uso personal, pero los usuarios son vehementes en comunicar sentidos conjuntos de lucha, de resistencia que se oponen a un contrincante, es decir, al orden establecido ante el que se revelan.

No son ciudadanos, son vándalos

Los pocos mensajes de la muestra que reprueban la manifestación se quejan de vandalismo y alteración del orden público a causa de los manifestantes. En esta lógica, el marchante no tiene el estatus de ciudadano en ejercicio de su derecho a la protesta, sino de criminal que causa situaciones violentas, afecta la infraestructura pública, las riquezas y el buen funcionamiento de la ciudad (locales comerciales, transporte), vulnerando, además, a otras personas que resultarían siendo víctima de estos actos.

Imagen 3. Tweet #8. Fuente: Twitter



En los mensajes anteriores se denuncian robos por parte de los protestantes y, mediante la ironía, desacreditan el carácter pacífico y artístico de la marcha. La manifestación pierde la condición de acción participativa y se convierte en ilegal, por lo tanto, se deslegitima. La imagen 5 interpela al senador Gustavo Petro, líder político de oposición al gobierno, mencionando su responsabilidad como catalizador de ese vandalismo. Esto podría, además, ser una forma de invalidar la postura política del senador. La imagen usada parecería ser una fotografía tomada a un televisor en el momento del noticiero. Una luz de flash se refleja cerca del centro de la imagen. Si bien el mensaje no pretende pasar como un reporte desde el lugar de los hechos, apela a la autoridad del medio de comunicación como una fuente verídica de lo que sucede.

Evento 2. noviembre 21 y 22: “Se están metiendo a los conjuntos”

Al final de la jornada de protestas del día 21 de noviembre, en Cali se reportaron actos vandálicos en múltiples sectores residenciales. En Bogotá, el mismo tipo de violencia se presentaría al final de la jornada del 22 de noviembre, por lo cual se amplió el filtro de búsqueda en Twitter para ambos días. Los tweets resultantes giran en torno a la denuncia y al ciberpánico generalizado. El 80% de los mensajes dejan de hacer referencia al paro nacional y a la acción participativa y se enfocan en dar señales de alerta frente a una situación de riesgo. Se identificaron dos tendencias en el discurso de los mensajes, de mayor a menor frecuencia: denuncia, y denuncia que desfavorece el accionar de la fuerza pública.

La denuncia: entre el pedido de auxilio y el llamado a la defensa propia

Este tipo de mensajes pretenden informar de una situación en tiempo real. Denuncian que grupos de vándalos están entrando por la fuerza a robar en unidades residenciales en distintos sectores de Cali y Bogotá. Reportan que no hay presencia de ninguna autoridad para hacer frente a la amenaza y piden ayuda mencionando, mediante el @, a la policía y a medios de comunicación. Son particularmente frecuentes en estos mensajes los marcadores de lugar, en este caso, del barrio o sector de la ciudad donde estarían ocurriendo los hechos. Con esto, también pretenderían alertar de los peligros a otros ciudadanos para que tomen las precauciones necesarias.

En este día, un 56% de los mensajes utilizan sólo texto. En general, los mensajes tienen un tono desesperado; hacen uso frecuente de mayúsculas y expresan emociones como miedo, angustia e intranquilidad. Los videos y fotografías muestran a personas congregándose en torno a las entradas y/o rejas de los conjuntos residenciales en una actitud expectante. Son escenas confusas, movidas, oscuras, en las que se oyen las alarmas de las casas, personas gritando y corriendo, autos pasando a toda velocidad, entre otros, pero en ninguna aparecen los supuestos ladrones. El enemigo nunca llega. El mensaje anuncia el vandalismo y pretende dar pruebas de este mediante el material audiovisual, pero termina comprobando únicamente el caos colectivo, la prevención e incertidumbre de las personas. Cabe destacar que sólo en 2/30 mensajes los usuarios otorgan una identidad clara a los ladrones, acusando a personas venezolanas de los actos delictivos.

Imagen 4. Tweet #50. Fuente: Twitter



La denuncia desfavorable al rol de la fuerza pública y su vínculo con el paro nacional

Este tipo de mensaje cuestiona la ausencia de la policía y el ESMAD en la repentina oleada de delincuencia, en comparación con los hostigamientos que han ejercido en las actividades del paro. También reflexionan y generan hipótesis sobre un posible sabotaje a las jornadas continuas de movilización. Según, el Estado estaría usando estrategias para justificar la militarización y los toques de queda, generar terror en la población y acabar con la protesta. Dos de los mensajes se refieren a un video que circula en las redes, en el cual se ven jóvenes bajándose de un camión de la policía, frente a la entrada de una unidad residencial en Cali. Para los usuarios, esto sería prueba de que el caos no se trata de una simple escalada de violencia, consecuencia de las protestas, sino de un hecho premeditado por el contendor de las protestas, es decir, el Gobierno.

Evento 3. noviembre 22: El Cacerolazo #ElParoSigue

En el segundo día de manifestaciones se realizaron encuentros en espacios públicos y cacerolazos a nivel nacional. La totalidad de los mensajes de este día aprueba de forma positiva la jornada; expresan la inagotabilidad de la protesta, manifiestan que los ánimos se mantienen altos, a pesar de, por ejemplo, los desórdenes públicos presentados en la ciudad de Cali. Se pudieron identificar ciertas tendencias en los mensajes de este día:

La vitalidad del cambio

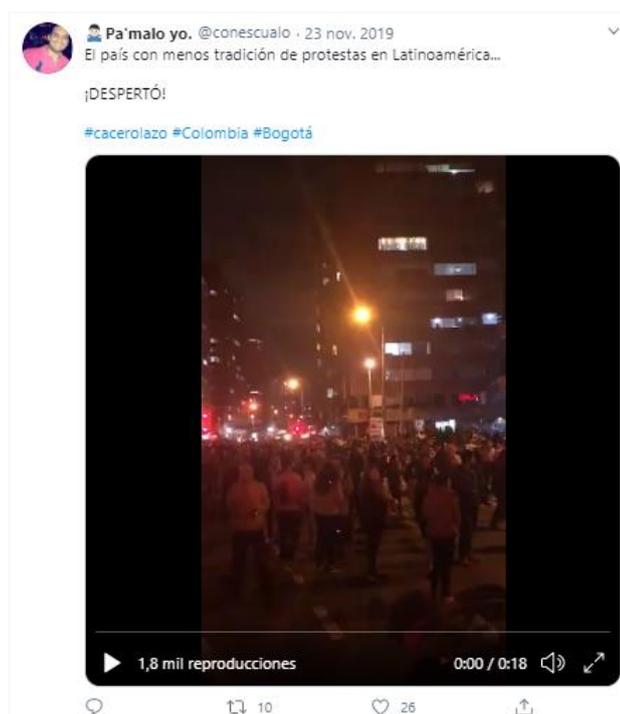
Estos mensajes se refieren a un sentido de colectividad que se hace más intenso con el pasar del tiempo. Continuar manifestándose sería la evidencia de que hay una energía de cambio disponible en el país: de uno apático a uno comprometido.

Imagen 5. Tweet #63. Fuente: Twitter



La imagen 5 manifiesta sorpresa porque personas de una condición socioeconómica considerada alta están haciendo parte del cacerolazo. Indicaría que la manifestación ha calado hondo, hasta en quienes parecían ser los más indiferentes y privilegiados. De manera similar, la imagen 6 muestra a un grupo de manifestantes, cuyas acciones implicarían una nueva mirada de la realidad y, por ende, representan una nueva Colombia.

Imagen 6. Tweet #76. Fuente: Twitter



La referencia geoespacial: entre la ciudad y la casa

Al igual que en los eventos anteriores, la marca de lugar sigue siendo un aspecto común. Se hace relevante manifestar la ciudad, y por ende, el gentilicio desde donde se reportan los hechos. No obstante, en los mensajes del cacerolazo resalta otro espacio: el hogar. Varios videos

de la muestra consisten en grabaciones realizadas desde ventanas, hacia otras ventanas, hacia la ciudad, donde se ve y/o escucha el coro de cacerolas. Mientras algunas imágenes muestran manifestantes en espacios públicos cantando arengas y haciendo gala de la inagotabilidad de su fuerza, otras muestran en lado íntimo de la protesta o el lado público de lo privado, desde el cual también es posible participar de la acción política y comunicarlo por medio de sus redes sociales.

Imagen 7. Tweet #65. Fuente: Twitter



La protesta como experiencia estética

Algunos de los mensajes de este día califican los eventos con expresiones como “esto suena hermoso” (Tweet N.65 en el Anexo 1), “cacerolazo bonito, sentido” (Tweet N.78 en el Anexo 1). Algunos de los mensajes con videos grabados desde ventanas, consisten en planos panorámicos de la ciudad como paisaje, particularmente al atardecer, mientras que un “concierto” de cacerolas suena de fondo. El cacerolazo sería, además de una acción política, una experiencia emocional y sensorial bella. Hay una apreciación del ambiente visual y sonoro del momento, el cual es registrado en clave estética. No es una tarde cualquiera, sino una tarde sonorizada por la manifestación. Cabe destacar que, de todos los eventos, el cacerolazo es el que más contenido en video presenta, alcanzando un 90%.

Evento N. 4. noviembre 23: La rabia por el abuso de autoridad

En el tercer día consecutivo de manifestaciones, el pico de la jornada estuvo marcado por el ataque por parte del ESMAD al joven manifestante Dylan Cruz. La totalidad de los mensajes desaprueba la violencia, denuncia la desmedida acción represiva de la fuerza pública, reflexiona sobre estos actos y manifiesta indignación.

El criterio noticioso: reportar la tragedia

Este tipo de mensajes se presentan como pruebas de los hechos. Los usuarios comunican con cierto criterio de noticiabilidad a una audiencia proyectada. Casi la mitad de los tweets contienen videos donde se observan los hechos violentos y se pide con urgencia la difusión de estos. Algunos videos, probablemente los más viralizados, se repiten en varios tweets, con ligeras modificaciones en la duración de estos. En uno de estos videos se ve de manera clara cómo un agente del ESMAD dispara y un joven cae al suelo. Posteriormente la cámara, de lo que parece ser un celular, temblorosa y confusa, se acerca mostrando de manera más detallada al joven inconsciente, sangrando, rodeado de una multitud que empieza a entrar en pánico y a pedir auxilio. Otros videos, muestran el mismo momento desde distintos ángulos más alejados y suele escucharse la voz de quienes graban, narrando y comentando el suceso.

La fuerza pública como provocadora de la violencia en la protesta

De manera similar al primer día de la jornada, en esta muestra también hay mensajes que denuncian la represión de la fuerza pública en distintos lugares de la ciudad. Igualmente, se manifiesta que es la fuerza pública quien inicia la violencia, a pesar de la actitud pacífica comprobable por medio de material audiovisual. Algunos mensajes reflexionan sobre el libre albedrío de la fuerza pública, en relación con las órdenes que reciben de reprimir a los manifestantes. Se reflexiona sobre los miembros del ESMAD como una figura con dos caras: el empleado del estado y el ser humano/colombiano que debería tener la capacidad de discernir entre esos roles y tomar decisiones. En alguno de los videos, alguien que graba desde una ventana a unos agentes, les grita "Malparidos ¿no tienen hijos que educar?" (Tweet N. 113 Anexo 1) apelando a su sentido de humanidad y acusándolos de ser una figura paternal (y de

autoridad) desviada, pues agredir a un ciudadano, pública e injustamente, es dar un mal ejemplo a su posible descendencia y por ende a la sociedad.

Evento 5. noviembre 26: La muerte de Dylan Cruz

El 26 de noviembre aún hay manifestaciones y congregaciones en espacios públicos, aunque en menor intensidad. No obstante, ese día se anunció públicamente el fallecimiento de Dylan Cruz en el hospital donde se encontraba desde el día del ataque. La mayoría de los mensajes muestran actitudes favorables con el joven fallecido y expresan un duelo colectivo. Cabe destacar que el 40% de los mensajes de este día son tweets de sólo texto, le siguen, en orden de frecuencia, texto con imágenes y texto con video. En general, se pudieron identificar las siguientes tendencias temáticas:

El duelo colectivo: “Dylan no murió, a Dylan lo mataron”

En su mayoría, los mensajes sobre el fallecimiento de Dylan Cruz se enuncian en plural y están enmarcados en el carácter político de la protesta. Los usuarios reflexionan sobre el papel de las víctimas en las movilizaciones y sugieren, implícitamente, que quienes mueren manifestándose en una coyuntura como ésta son motivo para el robustecimiento de las luchas venideras, que serán en honor a ellos y ellas. Dylan es personificado como un ciudadano ideal; joven y comprometido, que tras la tragedia deviene en mártir. Surgen frases como “Ni perdón, ni olvido” o “ni un minuto de silencio”, comunes en este tipo de situaciones, para indicar la actitud que debería asumir la colectividad; un llamado a la continuación de la acción de oposición. En algunos mensajes también se menciona a otros jóvenes, como el soldado raso Brandon Cely, quién se suicidó, aparentemente por el acoso psicológico que recibió en el ejército por apoyar el paro. Con las expresiones de duelo se manifiesta también la ironía de las muertes: ciudadanos que fallecen buscando mejorar sus condiciones de vida. Algunos mensajes son menos viscerales, expresan condolencias y hacen un llamado a la paz, al cese a la violencia y a la reconciliación entre ambos bandos. Se incluye en el discurso la consideración por las vidas de los miembros de la fuerza pública, quitándoles su carácter de detractores políticos, humanizándolos.

Particularmente en este día aparecieron mensajes que trascienden la reportería y presentan un contenido audiovisual más elaborado, orientado a una reflexión más profunda. Es el caso de ilustraciones con el rostro de Dylan, acompañadas de poemas o frases, collages, o caricaturas. Un usuario, por ejemplo, publica un video en el que se ve una persona tocando una pieza musical fúnebre en una calle vacía de un barrio residencial, explicitando que es en honor al fallecido. En ambos casos, generar el contenido de los mensajes requiere habilidades creativas que exceden el manejo de la plataforma Twitter. Se debe saber utilizar algún tipo de software para la manipulación de imágenes y saber tocar un instrumento.

Imagen 8. Tweet #131. Fuente: Twitter



Un nuevo pedido: reformar el ESMAD

De manera similar a otros días, una parte de la discusión gira en torno al accionar del ESMAD, al cual se le responsabiliza por esta muerte con frases como “ESMAD asesino”, #DylanNoMurioaDylanLoMataron. Los mensajes piden justicia, así como el restablecimiento de un equilibrio a través de la verdad y la reparación. Algunos mensajes sugieren que no hay garantías para manifestarse y que la muerte de los jóvenes sería un problema estructural que no obedecería sólo al hecho de estar protestando, sino a una serie de abandonos estatales que los llevaron a esta situación. Se interpela también al presidente y al alcalde la ciudad como corresponsables del hecho. Según los tweets, el Estado no sólo no protege y niega derechos, sino que invierte en organismos de control que atacan y asesinan a la población con alevosía. Al igual que el día del ataque, varios videos e imágenes de este día hacen uso de cierto rigor periodístico al mostrar imágenes como pruebas de los hechos, del oficial que presuntamente

habría atacado al joven, así como el arma que usó. Pretenden exponer al victimario y la vileza de las tácticas que usan contra los manifestantes.

Varios de los mensajes solicitan que el tema del ESMAD se incluya dentro del pliego de peticiones del paro al gobierno. Se manifiesta que lo que ha sucedido en el país en los últimos días excede la coyuntura, pues se ha repetido a través de los años, lo cual demuestra que este actor debe ser modificado e incluso abolido. Los tweets identificarían al escuadrón como un ente que ataca, lastima y crea la acción violenta en espacios de expresión y participación ciudadana, siendo un obstáculo para las vías democráticas.

Sólo uno de los mensajes de este día se muestra a favor de la fuerza pública (Tweet N. 149 Anexo 1). Un usuario publica un mensaje que pretende contar la historia desde exponiendo un caso desde la otra orilla: un texto acompañado de un video donde se ve a miembros de la fuerza pública en medio de disturbios y uno de ellos resulta herido, aparentemente por un manifestante. El tweet sugeriría que la fuerza pública también ha sido gravemente herida y atacada por “criminales” y, por ende, organismos como el ESMAD son necesarios en el país para mantener la justicia.

Diciembre 8: Un Canto por Colombia

Esta jornada fue una especie de cierre de los eventos del paro frente a la opinión pública. Nueve días después de la gran marcha inaugural, un grupo de artistas (reconocidos cantantes, actores y actrices del contexto nacional) así como líderes de opinión (periodistas, influenciadores, etc.) organizaron y convocaron a un concierto móvil, a favor del paro, que rodó por una de las calles más concurridas de Bogotá. Pequeños conciertos se organizaron en otras ciudades del país, aunque con menor éxito que en la capital. El 90% de los mensajes de este día apoya el concierto, resaltando el valor de la manifestación por medio del arte y su potencial para el cambio.

La protesta se celebra

Los mensajes tienden a destacar el concierto como el punto máximo de la protesta. Se le reconoce como un gran éxito debido a la multitudinaria asistencia y a su carácter festivo y

pacífico. Se expresan agradecimientos hacia los organizadores por haber acogido la intranquilidad social, para devolverla de nuevo a la colectividad por medio de un acto cultural, ausente de partidos políticos institucionales y, por ende, un acto limpio. De manera similar a otros eventos, también se usa la metáfora del “despertar”. Los tweets le adjudican una carga simbólica, fuertemente emocional al evento, convirtiéndolo en una especie de ritual de surgimiento de una nueva sociedad colombiana. La experiencia colectiva es la prueba irrefutable del cambio; los usuarios muestran videos panorámicos, desde edificios y entre la multitud, de personas coreando festivamente canciones como “El baile de los que sobran” de la agrupación chilena de rock, Prisioneros, popular en los años ochenta y noventa en Latinoamérica, apropiándose de su sentido político.

Imagen 9. Tweet #172. Fuente: Twitter



Algunos mensajes se refieren de manera indirecta al discurso de los detractores, al realizar comentarios irónicos como “Cuando ves que no son 5 gatos #UnCantoXColombia”¹⁴ (Tweet 171 en Anexo 1), “Menos mal #UnCantoXColombia iba a ser un fracaso...” (Tweet 175 en Anexo 1). Esto podría interpretarse como una victoria de los manifestantes frente al adversario. Una victoria de la cual se sienten particularmente orgullosos porque se dio a través

¹⁴ En este caso “gatos” sería una forma metafórica del argot colombiano para referirse a pocas personas en un determinado lugar o situación.

de la protesta ideal de los usuarios, una donde se puso de relieve los descontentos del país a través del arte, de forma pacífica. Así, se implica que, a pesar de tantos eventos de protesta realizados, los participantes siguen comprometidos con el cambio y es deber del gobierno atender a este llamado sentido, cantado.

Los pocos tweets que reprueban la jornada califican al evento como un fracaso. Se pone en duda el talento artístico de los convocantes y se les acusa de hacerlo motivados por obtener favores políticos futuros, es decir, relacionados a círculos de corrupción. Uno de los mensajes emplea un video panorámico, una grabación cenital de una calle en la que se aprecia un grupo relativamente pequeño de manifestantes. El usuario argumenta que las otras evidencias audiovisuales de una congregación multitudinaria son falsas y que ese sería el verdadero balance de la asistencia a la jornada.

Otro de los mensajes es particularmente llamativo porque se trata de un video de una adulta mayor hablando frente a una cámara, al lado de una calle vacía (Tweet 182 en Anexo 1). La mujer se refiere al evento como el "canto de la gente descontenta, de la gente que no piensa". En ese sentido, la asistencia a la manifestación, así como las motivaciones para participar en ella son producto de la desinformación. Esto iría en línea con el argumento que usan los partidos de derecha, simpatizantes del gobierno, según los cuales el malestar social no existe y se trataría un montaje de sectores de izquierda para desestabilizar la democracia del país.

Sobre la identidad de los usuarios: presentación individual, colectiva y no personal

Otros aspectos que se consideraron en la recopilación de la muestra fueron el nombre y la biografía de los usuarios que publicaron los mensajes. Las biografías son pequeñas descripciones personales realizables por medio de entradas de texto, hipervínculos y/o emoticones. Quienes tienen una cuenta de Twitter pueden decidir si rellenarlas o dejar el espacio en blanco. Por medio de las biografías se identificaron en el corpus tres tipos de cuentas. Las cuentas con *identidad individual*, es decir, usuarios que se describen con un nombre personal (con o sin apellido). En las biografías estos usuarios suelen expresar quiénes son, dónde viven, a qué se dedican, su nivel educativo, sus gustos y/o tendencias políticas. El 80% de las cuentas del corpus son individuales. Las *cuentas colectivas* corresponden a identidades grupales, como barras bravas de fútbol o federaciones de profesores. Sólo el 1% de las cuentas

son de este tipo. Y las *cuentas no personales*, como medios de comunicación alternativos o cuentas que no se refieren a un individuo en particular, tituladas como “DIOS”, “Bogotá D.C”, “El Republicano”, “Revolución en Pleno”, etc. Según las biografías de estas cuentas, se podría decir que están orientadas a cumplir con cierto tipo de propósito temático en los contenidos: humor, noticias, publicaciones orientadas ideológicamente, entre otros. Este tipo de cuenta corresponde al 7% de la muestra.



Imagen 10. Biografía de perfil no personal.
Fuente: Twitter



Imagen 11. Biografía de perfil no personal.
Fuente: Twitter

Observando detalladamente las biografías de los perfiles individuales, se encontró que varios de ellos (aproximadamente el 40%) tienen descripciones que podrían ser indicativo de interés por parte de los usuarios en asuntos políticos y de participación ciudadana. Algunas de las descripciones más explícitas, incluso muestran una tendencia ideológica definida:



Imagen 12. Ejemplo de biografía. Fuente:
Twitter



Imagen 13. Ejemplo de biografía. Fuente: Twitter

Otros no revelan sus preferencias políticas de manera explícita, pero sí expresan de manera directa sus afiliaciones a causas colectivas y participación ciudadana:



Imagen 14. Ejemplo de biografía. Fuente: Twitter



Imagen 15. Ejemplo de biografía. Fuente: Twitter

También, son recurrentes en las descripciones referencias a profesiones como periodismo, ciencia política, sociología y economía. Todas las descripciones de las biografías pueden ser visualizadas de manera casi simultánea al tweet, sólo con pasar el cursor por encima del nombre o la imagen del perfil. Esto significa que el lector no debe salir de su línea de tiempo para ver quién es el usuario.



Imagen 16. Forma en que se puede visualizar la biografía simultáneamente con el tweet. Fuente: Twitter

Esta posibilidad que ofrece la plataforma no es fortuita, pues permite conectar el sentido del tweet con la identidad que el creador del mensaje ofrece de sí. Conocer estos detalles de manera rápida puede cambiar de forma significativa la apreciación del mensaje. Por ejemplo, en la imagen 16, la usuaria escribe un texto en apoyo al paro y condena la violencia del ESMAD. En su biografía, podemos leer que es la directora de un medio de comunicación reconocido del país (el periódico El Herald), que tiene hijos y que es una persona optimista. El cargo de alto rango podría convencer a algún lector de que su mensaje es verosímil porque ella es una figura experta, en una posición de poder, que además de ser exitosa, aprecia la importancia de la

familia. O, por contrario, la referencia a su trabajo podría hacer que otro lector piense que ella hace parte de la maquinaria mentirosa y corrupta de los medios de comunicación y por lo tanto, su opinión no merece consideración.

En ese sentido, las biografías complementan los mensajes de quienes los escriben y orientan las interpretaciones de los lectores según la perspectiva desde donde se encuentren. Si bien este estudio no se enfoca en las representaciones de sí en esta red social, ni en las interpretaciones realizadas por otros usuarios sino en las expresiones de ciudadanía presentes en los mensajes, es interesante destacar cómo las biografías dan indicios sobre las probabilidades de que los usuarios sean activos en la generación de contenidos de tipo participativo.

Conclusiones

Para hablar de ciberciudadanías y prácticas de comunicación digital he propuesto dos conceptos teóricos generales: la mediatización de la sociedad y el *digital turn*, y dos conceptos sustantivos, es decir, aplicados al problema en específico: la opinión pública y las ciudadanías. Desde una visión macrosocial de la sociedad, la mediatización y el *digital turn* permiten considerar las transformaciones que ha tenido históricamente la sociedad, en relación con las tecnologías de la información y la comunicación, desde la perspectiva de las reconfiguraciones del poder. Así, para comprender de forma holística las prácticas mediatizadas se deben analizar los grados de permeabilidad, entrecruces o incluso fusión, entre los medios de comunicación, las TIC y otras esferas de la vida, como la política, la economía, los mercados, el trabajo, la cultura, etc. En este panorama es relevante considerar a las redes sociales digitales como Facebook, Twitter e Instagram no sólo como plataformas para la interacción y creación de contenido, sino como empresas con fines de lucro que han alterado el panorama económico, político y social en los últimos años.

Desde una mirada microsocia, es posible contemplar lo que ha pasado con los medios en las prácticas cotidianas y la cultura. La frecuencia de uso de los medios, y las tecnologías que los soportan, los han hecho invisibles y, por lo tanto, esenciales a la experiencia humana. Se han reacomodado las fronteras entre lo público y lo privado, lo local y lo global, así como los lenguajes disponibles y posibilidades expresivas para la producción y consumo simbólico. Ha sido importante para este estudio destacar que el rápido avance de los dispositivos y las plataformas tecnológicas, particularmente de uso personal, no corresponde necesariamente a la aparición de “nuevos medios” o nuevas prácticas sociales. Se trata, más bien, de la coexistencia de prácticas ya existentes que se actualizan y evolucionan según las particularidades de los contextos donde se otorga sentido a dichas prácticas.

En cuanto a los conceptos de opinión pública y ciudadanías, ha sido relevante destacar que las preocupaciones por los impactos de las industrias mediáticas de comunicación masiva y la política tienen una tradición de décadas, anterior a los estudios sobre internet o las redes sociales digitales. Se han vaticinado tanto panoramas utópicos, en los que se esperaba que la interacción online propiciara una nueva especie de ágora griega (Papacharissi, 2004), como apocalípticos, pues el internet solo permitiría conversaciones desestructuradas, pasionales,

carentes de argumentos reales (Lindgren, 2017). No obstante, no ha sido ni lo uno, ni lo otro. Si bien las dinámicas de participación digital no se pueden medir con base al ideal de la opinión pública clásica, tampoco abandonan del todo dinámicas tradicionales de los medios de comunicación de masas, pues siguen existiendo pugnas entre los actores más visibles y poderosos, que tienen peso en la construcción de discursos, y los que buscan controvertir esos poderes mediante los activismos políticos. Ambos se han adaptado a los nuevos formatos.

En tanto a las ciudadanías, se destaca que la popularización de las redes sociales digitales ha llevado a un nuevo nivel la expresión de subjetividades, lo cual incluye la participación política. Las *ciberciudadanías* son un punto intermedio entre las formas de la participación en el marco institucional y las expresiones subjetivas sociales y culturales. Tomando distancia de las visiones más pesimistas sobre la participación ciudadana y los activismos digitales, se encuentra literatura que detalla las particularidades de estas expresiones online, conectivas y/o colectivas, reconociéndolas como un *locus* de enunciación válido para la participación.

En muestra estudiada, un corpus de 182 mensajes recopilados de la red social Twitter, se pudo contemplar que las expresiones ciudadanas que tienen lugar en este espacio digital retoman aspectos de los imaginarios y prácticas populares de los medios masivos tradicionales. Debido a la configuración de la plataforma Twitter, tipo *microblogging*, los usuarios publican sus mensajes como si se tratara de un broadcasting; orientan su discurso a un espectador no presente e indefinido, por medio de mensajes públicos, manufacturados, no espontáneos y que quedan “grabados” y (Gee & Handford, 2013, p. 441). Los usuarios se convierten en una especie de medio masivo al dirigirse a una audiencia proyectada de seguidores, pero, a diferencia del broadcasting clásico unidireccional tienen un abanico de opciones, dispuestos por la plataforma, para responder e interactuar de manera inmediata tanto como con el usuario, como con el mensaje; retwittear, responder o dar me gusta. Ser conscientes de estas posibilidades, condiciona la elaboración y el contenido de los mensajes, pues motiva a los usuarios a producir mensajes para obtener reacciones y viralizarse.

Otro rasgo identificable en la muestra, que proviene de los modos clásicos de los medios, es la actitud de reportería. Este tipo de mensajes muestran una reapropiación de códigos periodísticos tradicionales. Las personas están prestas a convertirse rápidamente en ciudadanos vigilantes (Lindgren, 2017), en testigos que registran y reportan desde el lugar de los hechos.

Los mensajes del tipo *in situ* son frecuentes en la muestra. La mayoría tiene el propósito tanto de apoyar la manifestación, como de mostrar el estado de las cosas apelando al criterio de prueba confiable. Es el caso, también, de los mensajes de denuncia, videos y fotografías de ataques violentos por parte de la fuerza pública hacia los manifestantes, que, además, usan el recurso de @mención para interpelar a entidades competentes. Se pretende, simultáneamente, divulgar una aparente verdad de los hechos, que esta quede guardada como prueba en un soporte abierto al público y buscar justicia frente a lo reportado.

Dentro de los aspectos que se pueden considerar novedosos, se encuentran el uso de los formatos y las arquitecturas que propone Twitter. La plataforma establece cierta gramática: la duración de los videos y el límite del texto y los formatos de las imágenes, y propone otros recursos como los hashtags, los hipervínculos, los emoticones. El margen de creación que permite la combinación entre la gramática y los recursos resulta más bien limitada para los usuarios, quienes se enfrentan a una especie de plantilla a la hora de comunicar. En ese sentido, podría decirse que hay dos niveles de competencias técnicas de los usuarios que se evidencian en la muestra. En un primer nivel estarían las competencias básicas necesarias para crear y publicar los mensajes. Tomar fotos y video, escribir, entender la lógica de los hashtags y los emoticones. Estas competencias son intrínsecas a la plataforma. En un segundo nivel, estarían las competencias técnicas externas y adicionales al manejo de la plataforma, que le pueden dar un valor agregado al contenido a publicar. Por ejemplo, el manejo de softwares de edición que permiten crear ilustraciones, intervenir videos y fotografías, etc. Hay un trabajo de reproducción de los contenidos que son compartidos en la plataforma. Cassany (2003), se pregunta si las escrituras digitales como e-mails, mensajes de texto, chat, etc. podrían ser consideradas nuevos géneros discursivos. No obstante, la convergencia hipermedial y la inestabilidad de las arquitecturas de plataformas como Twitter hace que sea más conveniente pensar en términos de diseño/distribución/producción, como lo propone Kress (2010), en el entendido que el concepto de género exige unos bordes relativamente fijos para poder establecerse, cosa que no ocurre con las redes sociales digitales.

No es posible constatar si los mensajes de la muestra fueron publicados desde dispositivos móviles o fijos, en el lugar de los hechos, o si es contenido original o no. Una de las posibilidades de los aplicativos de redes sociales es generar contenido copiando material semiótico ya disponible en internet, lo cual favorece la selección y el reenmarcado más que la

producción desde cero (Kress, 2010). Es posible reenviar, en este caso retwittear, donde antes se necesitaba producir. Esto incluye las formas en que nos relacionamos físicamente con los diseños de dispositivos; deslizar una pantalla, cada vez más grande y orientada hacia las imágenes, que permite más descubrir que explorar cosas desconocidas.

En ese sentido, vale la pena reflexionar sobre qué posibilitan, qué dificultan, qué hábitos crean este tipo de dispositivos y plataformas en relación con las expresiones participativas. A pesar de que este estudio no está orientado hacia indagar en la recepción o en el consumo, podría decirse que permiten a los usuarios un nivel de agencia condicionado por la posibilidad de combinación de elementos hipermediales y modos semióticos, y por las posibilidades técnicas relacionadas a los dispositivos como movilidad, conectividad, cámaras y micrófonos integrados, etc. Esto se hace particularmente evidente en la frecuencia de los marcadores de lugar geográfico en la muestra, pues la inmediatez y facilidad de creación de contenido que permiten los dispositivos móviles moldea las intenciones retóricas de los creadores de los mensajes. Las probabilidades de participar de un movimiento se pueden incrementar si requiere un nivel de compromiso conectivo (W. L. Bennett & Segerber, 2012) y cómodo, realizable desde la seguridad de la esfera privada (Papacharissi, 2010).

A diferencia de los chats o foros, donde las respuestas de otros son necesarias para el funcionamiento de su lógica, los mensajes de Twitter no tienen como único propósito consultar a una comunidad, generar o abrir un debate. Los mensajes de la muestra son ideas abiertas, que podrían estar orientadas tanto a un público indefinido, como se menciona antes, como a sí mismos¹⁵. Si bien no hay nada que obligue a los usuarios a proveer datos personales verificables, las marcas de identidad son particularmente relevantes en Twitter, pues el diseño de la plataforma está fuertemente orientado a que los tweets se puedan leer en relación a quien los publica, por medio de la rápida visualización de la biografía. Así, enviar mensajes a un

¹⁵ Jones (2015) menciona que, usualmente, los analistas del discurso han estado más preocupados en cómo los autores construyen textos, en vez de cómo los textos construyen autores, y cómo las personas usan los textos para comunicarse con otros, en vez de cómo los usan para comunicarse consigo mismos.

público indefinido y una fuerte orientación hacia la conciencia de la identidad propia, pueden hacer de Twitter un soliloquio público.

Se identificaron en el corpus intenciones recurrentes en relación con los eventos: reportar, apoyar o adherirse, rechazar o denunciar. Estas expresiones son compatibles con las categorías de la participación ciudadana, pues buscan incidir, fiscalizar o vigilar y oponerse. Los usuarios mediatizaron la jornada de protestas, buscando comunicar, pero también afirmarse, seleccionando ciertos momentos, articulando piezas del entorno de manera subjetiva. Esto hace que lo ocurrido de manera presencial, en las calles, sea inseparable de lo que ocurre digitalmente. Como todo ejercicio de enunciación, la producción de los mensajes le permite a los ciberciudadanos comprender y darle sentido a su experiencia offline. Les permite, por ejemplo, reconocer la manifestación como pacífica, festiva y multitudinaria, identificar como adecuadas esas formas de ejercer acción política participativa, sentir esperanza por un cambio en el espíritu del país, así como reconocerse como una colectividad en tensión antagónica; un ellos, la fuerza pública y el gobierno, y un nosotros, la ciudadanía que busca el cambio. Y, sobre todo, les permite darle sentido a todo lo anterior frente a terceros, es decir, otros usuarios.

Cabe anotar que, en el caso de los tweets de rechazo a la manifestación, que son pocos, estos buscan retomar el discurso del adversario político, para revertirlo. Según, las manifestaciones fueron violentas, los heridos fueron los policías, asistieron pocas personas, el ciudadano es, en realidad, un vándalo y los motivos para manifestarse están errados. Es decir, los elementos retóricos para construir un discurso de oposición son siempre reactivos.

Las ciberciudadanías y las prácticas participativas digitales son un campo de estudio que acumula varias décadas dentro de los estudios de la comunicación. Sin embargo, el constante cambio en las tecnologías de la información y la comunicación hace que las fronteras se mantengan siempre en expansión. Nuevas plataformas, nuevos aparatos, pueden transformar y actualizar viejas prácticas a escala global. Para el caso del presente estudio, cabe destacar que, a pesar de que el internet se considere como un espacio sin fronteras, sin ubicación geográfica o atemporal, las dinámicas de las redes sociales digitales causan también una hiperlocalidad, pues se manifiestan con intensidad eventos particulares de contextos específicos, como la coyuntura del paro nacional colombiano de 2019, cuyo principal *target* son los mismos colombianos y colombianas.

La existencia de estos nichos locales, pero interconectados, hablaría de la futilidad de considerar los entornos digitales como espacios separados del “mundo offline”, pues lo que marca los límites entre los espacios online y offline es el tipo de fenómeno a estudiar y no el espacio en sí. Esto es evidente en el caso de esta investigación, pues las expresiones de ciudadanía tomaron formas particulares en Twitter, pero siguieron respondiendo a los eventos del contexto político macro que se desarrollaba en el país, tanto en lo presencial, como en lo digital.

El mayor reto de la investigación fue de carácter metodológico. Se consideró realizar un análisis mixto, cualitativo y cuantitativo, pero sólo se encontraron dos formas de llevar a cabo un análisis cuantitativo retrospectivo: pagando por plataformas de mercadeo intermediarias o aprendiendo lenguajes de programación para acceder a las bases de datos de Twitter. No fue fácil decidir si dejar de lado el Big Data Analysis era lo más pertinente para un estudio en redes sociales digitales caracterizadas por grandes cantidades de información relacionadas a la cultura. Sin embargo, la etnografía digital y el análisis del discurso posibilitan un acercamiento diferente a los corpus de estudio, que me permitían responder a la pregunta y a los objetivos de la investigación, pero desde otra perspectiva. Aunque, en ese sentido, hubiera sido deseable realizar trabajo de campo en espacios presenciales de movilización para recolectar información sobre el uso de los dispositivos *in situ*.

Un paso siguiente para ampliar y continuar esta investigación podría ser extender la etnografía hacia la experiencia del usuario, realizando entrevistas a profundidad a personas activas en temas de política en la red social Twitter o incluir dentro del análisis las conversaciones, interacciones y respuestas que se dieron en los tweets de la muestra. Sería pertinente, también, estudiar a mayor profundidad las posibilidades de los estudios mixtos, que incluyan no sólo análisis cuantitativos sino herramientas para la comprensión de las lógicas de los nuevos conglomerados de la tecnología. Estos nuevos entornos suponen incertidumbres para quienes no comprenden los lenguajes y códigos tras bambalinas y que tienen consecuencias tangibles en la democracia: la creación de bots, noticias falsas direccionadas a públicos particulares, comercialización de datos personales con motivos de lucro, entre otros. Así, el estudio de las culturas digitales presenta posibilidades para el trabajo interdisciplinario, pues las ciencias de la computación pueden recorrer el camino donde las ciencias sociales y humanidades, con sus métodos actuales, no llegan.

Este estudio se propuso aportar a la comprensión de las expresiones de ciudadanía digital, en un momento en el que no se puede considerar el rol de las plataformas como secundario, menor o menos legítimo a las formas tradicionales de participación política. Asistimos a un momento ambivalente, de quiebre en la credibilidad en las formas de la democracia tradicional, pero también de fuertes antagonismos ideológicos entre afiliaciones de izquierda, centro y derecha en el mundo occidental (u occidentalizado). La cultura popular y la creatividad social tienen nuevos alcances digitales que son claves para entender los sentidos que la ciudadanía contemporánea le otorga a su participación en la sociedad.

Referencias bibliográficas

- Agencia de Información Laboral. (2019, noviembre 8). *Las 10 razones del paro nacional del 21 de noviembre*. <https://ail.ens.org.co/noticias/las-10-razones-del-paro-nacional-del-21-de-noviembre/>
- Aguilar Villanueva, L. F. (2012). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 23(1870–7300), 125–148.
- Balibar, É. (2013). *Ciudadanía*. Adriana Hidalgo.
- Barrios C., A., Cadena H., F., & Casallas Z., L. P. (2018). *Medios de comunicación, redes sociales y democracia. Elecciones presidenciales y legislativas 2018* (Misión de Observación Electoral (ed.)).
- Benjamin, W. (1969). The work of art in the age of mechanical reproduction. En *Illuminations* (pp. 226–243). Schocken Books. <https://doi.org/10.4324/9781351226387-29>
- Bennett, M. T. (2012). The “Magic Bullet”. En *One World, Big Screen* (pp. 24–52). University of North Carolina Press. https://doi.org/10.5149/9780807837467_bennett.6
- Bennett, W. L., & Segerber, A. (2012). The Logic of Connective Action. *Information, Communication & Society*, 15:5, 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Brewer, P. R., Graf, J., & Willnat, L. (2003). Priming or Framing: Media Influence on Attitudes Toward Foreign Countries. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 65(6), 493–508. <https://doi.org/10.1177/0016549203065006005>
- Cassany, D. (2003). La escritura electrónica. *C&E.*, 6405, 239–251.
- Castells, M. (2000a). *La era de la información: economía, sociedad y cultura: La Sociedad Red: Vol. I (II)*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2000b). La revolución de la tecnología de la información. En *La Sociedad Red* (Second, pp. 52–94).

http://s3de4d611b4ec3006.jimcontent.com/download/version/1393284927/module/9140750878/name/La_sociedad_red_capitulo_2._Castell_Manuel.pdf

Castells, M. (2006). Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica. En *La Sociedad Red: una visión global* (pp. 27–75). Alianza Editorial.

Castells, M. (2009). Redes de mente y poder. En *Comunicación y Poder* (pp. 191–257). Alianza Editorial.

Castells, M. (2017). *Ruptura. La crisis de la democracia liberal*. Alianza Editorial.

Catalá, J. M. (2010). *La Imagen Interfaz*. Universidad del País Vasco.
<https://doi.org/10.1109/CIE.2002.1185888>

Dancheva, K. (2013). *Holistisc Twitter Research*. Utrecht University.

DANE. (2018). *¿Cuántos somos?* <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

Deuze, M. (2011). Media life. *Media Perspectives for the 21st Century*, 137–148.
<https://doi.org/10.4324/9780203834077>

Dicks, B., Mason, B., Coffey, A., & Atkinson, P. (2005). *Qualitative Research and Hypermedia*. SAGE Publications.

El Espectador. (2019a, enero 4). *¿En qué quedó la implementación del Acuerdo de Paz y qué esperar para 2019?* <https://www.elespectador.com/colombia2020/pais/en-que-queda-la-implementacion-del-acuerdo-de-paz-y-que-esperar-para-2019-articulo-857525/>

El Espectador. (2019b, noviembre 10). “No dejemos que el odio lo siembren en Colombia”: *el mensaje de Duque ante el paro del 21*.
<https://www.elespectador.com/noticias/politica/no-dejemos-que-el-odio-lo-siembren-en-colombia-el-mensaje-de-duque-ante-el-paro-del-21/>

El Espectador. (2019c, noviembre 19). *El Espectador le explica: ¿Qué es el Foro de Sao Paulo y por qué todos hablan de eso?* . <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/el-espectador-le-explica-que-es-el-foro-de-sao-paulo-y-por-que-todos-hablan-de->

eso/

- El Espectador. (2019d, noviembre 22). *Así fue la noche de terror en Cali* | *EL ESPECTADOR*. <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/asi-fue-la-noche-de-terror-en-cali/>
- El Espectador. (2020, agosto 27). *La lista de influenciadores a los que la Presidencia les pone el ojo*. <https://www.elespectador.com/noticias/politica/la-lista-de-influenciadores-a-los-que-la-presidencia-les-pone-el-ojo/>
- El Tiempo. (2018, diciembre 18). *Por qué el paro estudiantil continúa pese al acuerdo con el Gobierno*. <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/por-que-el-paro-estudiantil-continua-pese-al-acuerdo-con-el-gobierno-306592>
- El Tiempo. (2019a, noviembre 12). *Alerta por el crecimiento de las disidencias - Conflicto y Narcotráfico*. <https://www.eltiempo.com/justicia/conflicto-y-narcotrafico/alerta-por-el-crecimiento-de-las-disidencias-432936>
- El Tiempo. (2019b, noviembre 14). *Al menos 11 extranjeros pretenden filtrar las marchas del 21 de noviembre*. <https://www.eltiempo.com/justicia/investigacion/al-menos-11-extranjeros-pretenden-filtrar-las-marchas-del-21-de-noviembre-433656>
- Escobar, A. (2009). Movimientos sociales y la política de lo virtual. estrategias deleuziana. *Tabula Rasa*, 10, 123–161.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere : A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 26(25), 56–80.
- Fuchs, C. (2014). Digital prosumption labour on social media in the context of the capitalist regime of time. *Time & Society*, 23(1), 97–123.
<https://doi.org/10.1177/0961463X13502117>
- García Canclini, N. (1990). Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad. En *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Número 9). grijalbo.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- García Canclini, N. (2018). *Crisis culturales de las ciudadanías latinoamericanas*. CALAS.

- Gee, J. P., & Handford, M. (2013). The routledge handbook of discourse analysis. En *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. <https://doi.org/10.4324/9780203809068>
- Haraway, D. (1990). Haraway_ A Manifesto for Cyborgs.pdf. En *FeminismPostmodernism* (pp. 190–233). <http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=bcfEK-owDrwC&oi=fnd&pg=PA82&dq=donna+haraway&ots=mfX6fnF1AU&sig=LVoCiHmaYOYanB5lXJdGEnHu0Ys>
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Editorial UOC.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. *Nordicom Review*, 29, 105–134.
- Janowitz, M. (1968). Harold D. Lasswell's Contribution to Content Analysis. *The Public Opinion Quarterly*, 32(4), 646–653. <http://www.jstor.org/stable/2747743>
- Jenkins, H., Mitzuko, I., & boyd, D. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era* (Vol. 78).
- Jones, R. H. (2015). Discourse and Digital Practices. En *Discourse and Digital Practices*. <https://doi.org/10.4324/9781315726465>
- Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina - Raúl Katz - Google Books*.
<https://books.google.de/books?id=Axt5CgAAQBAJ&pg=PA13&lpg=PA13&dq=internet+en+américa+latina+en+los+noventa&source=bl&ots=KH65TyHO1x&sig=ACfU3U10iLAAjVUpGbTWQofPl3F4b79q9A&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwi-kpSSk5bqAhU6UhUIHQ0VAOgQ6AEwA3oECAgQAQ#v=onepage&q=internet+en+américa+latina+en+los+noventa&f=false>
- Kress, G. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.
- Kress, G. (2011). Multimodal discourse analysis. En *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. <https://doi.org/10.4324/9780203809068.ch3>
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Hodder Education, part of Hachette UK.

<https://doi.org/10.1177/019685990202600308>

- La Silla Vacía. (2019, noviembre 18). *Para el Gobierno, el 'paquetazo de Duque' son sus éxitos*. <https://lasillavacia.com/gobierno-paquetazo-duque-son-sus-exitos-74562>
- Lindgren, S. (2017). Digital Citizenship. En *Digital Media and Society* (p. 328). SAGE Publications.
- Manovich, L. (2017). 3. Cultural Analytics, Social Computing and Digital Humanities. En *The Datafied Society* (pp. 55–68). Amsterdam University Press.
<https://doi.org/10.1515/9789048531011-006>
- Mattelart, A. (1998). La mundialización de la comunicación. En *La mundialización de la comunicación*. Paidós Comunicación.
- McLuhan, M. (1964). The Medium is the Message. En *Understanding Media: The Extensions of Man* (p. 313). McGraw-Hill. <https://doi.org/10.4135/9781412950657.n237>
- Min Tic. (2019). *Estadísticas - Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-propertyvalue-36342.html>
- Moulier Boutang, Y. (2008). What is cognitive capitalism? *Cognitive Capitalism*, 48–91.
- Nayar, P. (2010). Reading Cybercultures. En *An introduction to New Media and Cybercultures* (p. 224). Wiley-Blackwell.
- O'Reilly, T. (2005, septiembre 30). *What Is Web 2.0 - O'Reilly Media*.
<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
- Palazuelos Rojo, I., & Corvera, A. A. (2019). *Reinsurgencia de la etnografía en la era del Big Data: apuntes desde el Sur Global*. 10, 42–56.
- Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New Media and Society*, 6(2), 259–283.
<https://doi.org/10.1177/1461444804041444>
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere : democracy in a digital age*. Polity.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics*. Oxford University Press.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1259344>

Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). Digital Ethnography. En *Journal of Chemical Information and Modeling*. SAGE Publications.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Price, V. (1994). Conceptualización de lo Público. En *Opinión Pública* (pp. 41–67).

Puschmann, C., & Ausserhofer, J. (2017). Social Data APIs. En M. T. Schäfer & K. van Es (Eds.), *The Datafied Society* (pp. 147–154). Amsterdam University Press.

<https://www.jstor.org/stable/j.ctt1v2xsqn.15>

RCN. (2020, septiembre 28). *Proyecto de ley busca garantizar mínimo vital de internet* | RCN Radio. RCN Radio. <https://www.rcnradio.com/politica/en-que-consiste-el-proyecto-de-ley-que-busca-garantizar-minimo-vital-de-internet>

Rueda, R. (2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. *Nómadas*, 28(3), 8–20. <https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.2012.tb00056.x>

Rueda, R. (2013). *Ciberciudadanías, cultura política y creatividad social* (R. Rueda, A. D. Fonseca Díaz, & L. M. Ramirez Sierra (eds.); 1a ed.). Universidad Pedagógica Nacional. <http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/764>

Sartori, G. (1992). Opinión Pública. En *Elementos de Teoría Política*. Alianza Editorial Textos.

Schroeder, R. (2018). Social Theory after the Internet. En *Social Theory after the Internet*. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20krxdr>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa, S.A.

Scolari, C. (2010). Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Revista Quaderns del CAC*, 13(1), 17–25.

<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Ecologí+a+de+los+m+edios.+Mapa+de+un+nicho+teó+rico#0>

Semana. (2018, noviembre 18). *Néstor Humberto Martínez contra las cuerdas*.

<https://www.semana.com/nacion/articulo/caso-odebrecht-nestor-humberto-martinez-contra-las-cuerdas/591239/>

Semana. (2019, octubre 9). *Líderes en peligro: 591 agresiones reportadas en lo que va del 2019*. <https://www.semana.com/nacion/articulo/asesinatos-de-lideres-sociales-somos-defensores-presenta-informe-2019-sobre-agresiones/635297/>

Shaw, E. F. (1979). Agenda-Setting and Mass Communication Theory. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 25(2), 96–105. <https://doi.org/10.1177/001654927902500203>

Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu editores.

Strömbäck, J., & van Aelst, P. (2013). Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, 75(4), 341–358. <https://doi.org/10.1177/1748048513482266>

Suárez Ruiz, H. (2018). El concepto de ciudadanía en Etienne Balibar y la nueva estrategia zapatista. Respuestas a la gobernanza. *Oxímora. Revista Internacional de Ética y Política*, 121–139. <https://doi.org/10.1344/oxi.2018.i12.20637>

The Guardian. (2020, enero 4). *Fresh Cambridge Analytica leak 'shows global manipulation is out of control'*. <https://www.theguardian.com/uk-news/2020/jan/04/cambridge-analytica-data-leak-global-election-manipulation>

The New York Times. (2018, abril 12). *2 Days, 10 Hours, 600 Questions: What Happened When Mark Zuckerberg Went to Washington*. <https://www.nytimes.com/2018/04/12/technology/mark-zuckerberg-testimony.html>

Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.

Trejo Delarbre, R. (2015). *Auge, ligereza y limitaciones en el uso político de las redes sociales*. Fondo de Cultura Económica.

Twitter. (2019a, noviembre 8). *Hilo: Álvaro Uribe Vélez en Twitter*. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/1192778619170504705>

Twitter. (2019b, noviembre 27). *BluRadio Colombia en Twitter*.

<https://twitter.com/BluRadioCo/status/1199659179763478528>

Twitter. (2020a). *Academic Research: Data on everything and anything, at your fingertips.*

<https://developer.twitter.com/en/use-cases/academic-researchers>

Twitter. (2020b). *More about restricted uses of the Twitter APIs.*

<https://developer.twitter.com/en/developer-terms/more-on-restricted-use-cases>

Twitter. (2020c). *What are “top” Tweets?* 2020. <https://help.twitter.com/en/using-twitter/top-search-results-faqs>

Twitter. (2020d, septiembre 30). *Cómo compartir y mirar videos en Twitter.*

<https://help.twitter.com/es/using-twitter/twitter-videos>

Valencia Rincón, J. C. (2012). Mediaciones, comunicación y colonialidad: encuentros y desencuentros de los estudios culturales y la comunicación en Latinoamérica. *Signo y Pensamiento*, XXX(60). <http://www.redalyc.org/html/860/86023575011/>

Velásquez, F. E., Gonzalez, E., Martínez, M. F., Peña, J., Arévalo, J., & Vargas R., J. C. (2020). *¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia? 2003-2018* (Tomo I). Fundación Foro Nacional por Colombia.

Williamson, R. (2009). El diseño de un corpus multimodal. *Estudios de Lingüística Aplicada*, 46, 207–231.

Anexos

Anexo 1. Lista de Tweets

N.	Enlace	Mensaje del tweet	Contenido adicional	I/C
1	https://twitter.com/LauraCastroDJ/status/1197661440934588418?s=20	VIOLENTO Y HASTA ABAJO (Símbolo de colisión)   #ParoNacional #21N #21noviembre #21noviembreparonacional	Img	I
2	https://twitter.com/felipedcon/status/1197664294244147203?s=20	En Zipaquirá sigue el Paro #21N #ParoNacional	Img	I
3	https://twitter.com/Angeliquebox/status/1197665360054542337?s=20	Así la plaza de Bolívar por unas horas. Con esta imagen de unión me quedo. #21N #ParoNacional #ParoNacional21N #ProtestarNoEsDestrozar	Img	I
4	https://twitter.com/RXNoficial/status/1197664025649266688?s=20	Juramos vencer junto al pueblo #21N	Img	C
5	https://twitter.com/irenerd/status/1197661777523335169?s=20	Atentos! El ESMAD está en la UN. Los estudiantes necesitan apoyo. #ProfesAIParo #21N	Img	I
6	https://twitter.com/MalaCara/status/119766524385597440?s=20	"Nadie podrá llevar por encima de su corazón a nadie, ni hacerle mal en su persona aunque piense y diga diferente." Fragmento 10.2 de la Constitución indígena Paro nacional. 21 de noviembre de 2019. #21N	Img	I
7	https://twitter.com/Limoneth/status/1197657344127225857?s=20	Esto es Suba ahora mismo. #21N #ParoNacional	Img	I
8	https://twitter.com/Fabianmendoza/status/1197665805145649154?s=20	En #Suba #AsíVaElParo. Vándalos entran al Portal Suba de Transmilenio, irrumpen al parqueadero de bicicletas y se las roban todas. @petrogustavo invitó a sacar guitarras y bicicletas y bailar... Bueno ahí los fans le están haciendo caso con lo de las bicicletas. #NoApoyoElParo	Img	I
9	https://twitter.com/gigyal/status/1197657958030725120?s=20	Si marchamos y paramos hasta dónde la tomba nos diga, esto no tiene ningún sentido. #21N	ST	I/C
10	https://twitter.com/dibarra/status/1197663700934631426?s=20	¡Cacerolazo a las 7 pm! C A C E R O L A Z O En 10 minutos. #Cacerolazo #21nov	ST	I

11	https://twitter.com/MrCulebra/status/1197664780749856768?s=20	¿Cacerolazo a las 7pm? ¡Cacerolazo a las 7pm! #21N	ST	I
12	https://twitter.com/missy130613/status/1197655543277670410?s=20	Gracias a los que preguntaron , ya llegue a casa me inyectaron para el dolor y si sigo las indicaciones no me quedarán marcas Yo quiero denunciar que en bogota el esmad fue quien dio el primer paso para el disturbio #AsiVaElParo #ParoNacional #21NSomosTodos	ST	I
13	https://twitter.com/MuerteEnElVacio/status/1197659085530898433?s=20	EL ESMAD INGRESÓ AL CAMPUS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL, POR FAVOR HAGAN PRESENCIA GESTORES DE DERECHOS HUMANOS O ALGUIEN QUE PUEDA HACER ALGO. #AsiVaElParo #MarcharEnPaz	ST	I
14	https://twitter.com/ImBaack2/status/1197665246833512449?s=20	YA PASÒ LA MARCHA DEL #21N UNA MARCHA SIN SENTIDO Y SIN RUMBO....UNA MARCHA SIN UNA FINALIDAD Y SIN UNA META....ASÌ COMO TANTAS OTRAS, PUEDEN SEGUIR MARCHANDO MIL VECES MAS PORQ ESO NO LE HACE DAÑO AL RÈGIMEN, ESPERO Q APRENDIERAN LA LECCIÒN.	ST	I
15	https://twitter.com/Aladestra1/status/1197664459432570881?s=20	#AsiVaElParo En Cali , acaban de robar el Banco Caja Social de Juanchito , bueno los criminales ya tienen motos, plata, se aperaron en adidas, pero por favor , no vayan a mandar al ESMAD a atropellarlos, son los pacíficos indignados del #Paro21Noviembre	ST	I
16	https://twitter.com/LaGwens/status/1197661764017631233?s=20	Cosas bellas que me tocó ver hoy (Palo de corazones) #21N #Paro21Noviembre #Medellín	Video	I
17	https://twitter.com/danielbernalb/status/1197664665926541312?s=20	La parte más emocionante que presencie de la marcha #21N #21NSomosTodos fue esta: "Suba, Suba, Suba, Suba" gritaban los marchantes a la altura de la NQS con 74, venían caminando desde el portal de suba y seguían con el ánimo intacto	Video	I
18	https://twitter.com/Rafuchiss/status/1197665678993580032?s=20	Tras una jornada de marcha pacífica en #Cartagena llega el ESMAD a boicotearlo todo. No hay justificación para que se hubiese lanzado ese artefacto entre la gente. @JulianFMartinez . @NoticiasUno . @JohaFuentes . @Indig_nada . @Lardila83 #AsiVaElParo #21NSomosTodos #ParoNacional	video	I
19	https://twitter.com/GPHanna/status/1197663582525284352?s=20	Desde BsAs entonamos el himno nacional de Colombia frente al obelisco; nos reunimos para demostrar que juntos hacemos La Patria, que todos marchamos por el mismo ideal! estamos despertando y demostrando que queremos una Mejor Colombia! Bandera de Colombia  Palo de corazones #21N	video	I

20	https://twitter.com/Jomary_O/status/1197661018534666242?s=20	#URGENTE #AsiVaElParo Reportero internacional denuncia que agentes de @PoliciaColombia @mindefensa le golpearon y aprehendieron ilegalmente después de caer como consecuencia de un disparo de aetefacto por parte del ESMAD. #Paro21Noviembre	Video	I
21	https://twitter.com/laucata_31/status/1197658004029673472?s=20	Miren, por favor compartan. ATURDIDORAS A LA CABEZA???? #AsiVaElParo #ParoNacional #EstudiantesALaCalle21N #EstudiantesPorLaPaz #Esmad #ParoNacional21NovSinMiedo	Video	I
22	https://twitter.com/NanyPardo/status/1197664052786421760?s=20	A esta hora así está la 16 con 4ta en el centro de Bogotá. El gas pimienta se me metió al apartamento 10 pisos arriba. Triste que una marcha pacífica termine así. #21N	video	I
23	https://twitter.com/Annndraaaa16/status/1197661120787623948?s=20	Esto es lo qué hay que hacer viral!!! Si nos podemos manifestar en paz. (corazón) Que bien por Palmira #MarcharEnPaz #Paro21Noviembre #ConstruirMasColombia #21SomosTodos #AsiVaElParo	Video	I
24	https://twitter.com/IsamarMs93/status/1197659194113056768?s=20	Aunque hablen mal de esta tierra por los desmanes del pasado Paro Cívico, aunque haya sido mano negra en ese momento o no, dimos el ejemplo y así será, tiembla pueblo, aquí están los supuestos vándalos y gamines que no pudieron callar #21N #Buenaventura Corazón amarillo Corazón verde #YoSoyDeAqui	Video	I
25	https://twitter.com/Diego_iwbl/status/1197658502895984641?s=20	Jóvenes sangileños cantando el himno de Santander sentados en la carretera, se le pone la piel de gallina a uno viendo el despertar de esta generación. #21NoviembreParoNacional #21N	Video	I
26	https://twitter.com/NNicolásJimenez/status/1197656791921889280?s=20	Venga ya a la 37 con 11 en #Bucaramanga, detrás de la Iglesia San Laureano. La mejor marcha de país. #ParoNacional #Paro21Noviembre #AsiVaElParo #21NoviembreParoNacional	Video	I
27	https://twitter.com/JuanitaRamosA/status/1197654406495440897?s=20	De esto te hablamos viejo #21N #paro21denoviembre #Timesquare	Video	I
28	https://twitter.com/Annndraaaa16/status/1197655090460610560?s=20	Esto si es bonito Corazón rojo  #AsiVaElParo	video	I
29	https://twitter.com/JLITTLEFat/status/1197662349114662913?s=20	El Paro Nacional sin el ESMAD #21Nov	Video	I
30	https://twitter.com/missy130613/status/1197656298155892738?s=20	Mi hermoso y bello país , hoy no bajamos las manos , no paramos hasta no conseguir respuestas #AsiVaElParo	Video	I

		#ParoNacional #21NSomosTodos		
31	https://twitter.com/Cosole_Roja/status/1197655961076412417?s=20	Canción para mis oídos, (Varias notas musicales) Fuera Duque, Fuera Duque (Varias notas musicales) (Varias notas musicales) , que cosa más buena. Porky (@IvanDuque) como se siente estar de ese lado??? No te quieren, eres una marioneta. #ParoNacional #21Nov	video	I/C
32	https://twitter.com/GochitoM/status/1197656753913159682?s=20	(VIDEO) COPIEN ESTAS CARAS DE ESTAS RATAS (Dorso de la mano con el dedo índice señalando hacia abajo) Así se registraron hoy #21nov los disturbios y saqueos en #Cali #Colombia @PoliciaCali #MaduroDictador	Video	I
33	https://twitter.com/GodColombiano/status/1198019110887555072?s=20	A los vigilantes de sus edificios o conjuntos residenciales que les tocó doblar turno, ofrezcamos comida y bebida caliente.  Sus familias e hijos se los agradeceran 	img	I/C
34	https://twitter.com/DanielPradaH/status/1198006537765244928?s=20	Ojo en Tintal se estan metiendo a los conjuntos residenciales	img	I
35	https://twitter.com/wilsiaz/status/1198027515190751232?s=20	Desde las 5:00pm los conjuntos de tintal nos organizamos para cuidar y resguardar nuestra seguridad, como la policía no existe nos tocó con palo en mano y dividir guardias para esta noche....	Img	I
36	https://twitter.com/HFCardonaG/status/1198027290283847680?s=20	Algo muy extraño pasa. El ESMAD parece muy eficiente para atacar manifestantes, pero no tanto para impedir el saqueo de turbas en locales, tiendas, viviendas, y conjuntos residenciales. #NosMienten	Retweet - ST	I
37	https://twitter.com/DePacotilla/status/1198014894886572032?s=20	Ciudadanos de bien: Pueden proteger su vida, su integridad y sus bienes contra los vándalos y saqueadores. Están en todo su derecho. Organizarse por conjuntos residenciales, condominios y en sus oficinas y propiedades. Colombianos: No nos convirtamos en vándalos y saqueadores.	ST	I

38	https://twitter.com/FeRengifo/status/1198023392093454337?s=20	Grande @Citytv que vio que en Tintal estaban empezando a saquear conjuntos y locales y ya está allá reportando, son verdaderos profesionales	ST	I
39	https://twitter.com/bangtanselfia/status/1198023486616330240?s=20	Mutuals de Bogotá como están??? Es cierto que se están entrando a los conjuntos???	ST	I
40	https://twitter.com/milaparceros/status/1198011540932349952?s=20	.@Citytv VÁNDALOS ESTÁN TRATANDO DE ENTRAR A LOS CONJUNTOS RESIDENCIALES Y CASAS EN BARRIOS QUE QUEDAN POR EL PORTAL AMERICAS	ST	I
41	https://twitter.com/idanieelam/status/1198010772829413381?s=20	HAY UN MONTÓN DE CONJUNTOS QUE ESTÁN TRATANDO DE SAQUEAR, DÓNDE ESTÁN LOS TRIPLE HIJUEPUTAS TOMBOS?????	ST	I
42	https://twitter.com/Tokio_99s/status/1198006454080491521?s=20	TODAS LAS PERSONAS QUE VIVEN EN CIUDAD VERDE POR FAVOR ESTAN INTENTANDO ROBAR EL CC PRADO VERDE Y TAMBIÉN QUIEREN ENTRAR A LOS CONJUNTOS DE LA CIUDADELA	ST	I
43	https://twitter.com/serggiopf/status/1198022350371000322?s=20	En 'Ciudad Verde' (Soacha) se están entrando a los conjuntos y a las casas. @PoliciaColombia , por favor ayuda.	ST	I
44	https://twitter.com/_Fuckyoubitch/status/1198021350998323210?s=20	Tengan mucho cuidado las personas que viven en castilla, tabaku, tintal o sus alrededores... un grupo grandísimo de venezolanos está intentando entrar a los conjuntos y establecimientos con el fin de robar y saquear!!!! POR FAVOR DIFUNDIR	ST	I
45	https://twitter.com/lau0510cr/status/1198020764001349632?s=20	Que situación tan hijueputa, siento angustia por mis amigos y familiares que aún no han podido llegar a sus casas y están expuestos a que algo les pase, que se les están metiendo en los conjuntos, ya ni en la propia casa se puede estar seguro.	ST	I
46	https://twitter.com/dannatllz/status/1198005064444588033?s=20	Para aquellos que viven cerca del centro comercial El tintal: Empezaron a trasladarse a los conjuntos cerrados los saqueadores de patio bonito. Por favor, informen a conjuntos cercanos.	ST	I
47	https://twitter.com/_dryyoureyes/status/1198025448774684672?s=20	GENTE, SE ESTAN METIENDO A LOS CONJUNTOS EN CIUDAD VERDE, SOACHA, TENGAN MUCHO CUIDADO	ST	I
48	https://twitter.com/pachozazuero/status/1198017194480799745?s=20	Mi empleada de labores domésticas que vive en El Recreo de Bosa, Conjunto Metrovivienda, me informa angustiada que saqueadores se están metiendo a los conjuntos de la zona. Urgente que llegue la @PoliciaBogota a ayudar a los residentes	ST	I

49	https://twitter.com/Soulxan/status/1198004458166398977?s=20	Se están intentando meter en los conjuntos de Nueva Castilla, por favor ayuda	ST	I
50	https://twitter.com/DragaConCapucha/status/1198027080786731009?s=20	Panas, los tombs están pagando a gente para que roben en barrios y zonas residenciales. Están bloqueando la voz del cambio usando las necesidades de la propia gente!! Prefieren que la gente se mate, y matarla, antes que hablar.	ST	I
51	https://twitter.com/miyakiv/status/1198021481386663936?s=20	Acabo de ver dos videos de Cali anoche. Uno, dónde llega un camión (como los que usa el ejército) para dejar a gente afuera de las unidades residenciales y dos, dónde la policía acompaña a civiles y todos quiebran vidrios. Cuidémonos, por favor. El Estado está creando caos.	ST	I
52	https://twitter.com/ymanzanito/status/1198012065329405954?s=20	Preocupa vandalismo de hoy en #Bogotá , También preocupa q la gente salga con pancartas y cacerolas y llegue ESMAD a gasear: porq no van a barrios donde han saqueado supermercados y conjuntos residenciales donde se quieren meter los vándalos? #LoUltimo #ElParoSigue #22Nov	ST	I
53	https://twitter.com/CuchoRojo/status/1197996687207358466?s=20	Están saqueando tiendas y amenazan con robar casas y conjuntos, pero la policía solo aparece para dispersar las manifestaciones. ¿Qué puede suponer uno?	ST	I
54	https://twitter.com/ldmontanez12/status/119801462210165552?s=20	#ReportoEnCity en bosa recreo, intentan entrar los bandalos a los conjuntos	Video	I
55	https://twitter.com/ykherandez19/status/1198025761132875776?s=20	.@Citytv #reporteency Allanamientos en conjuntos residenciales del Tintal, ladrones intentan saquear conjuntos.	Video	I
56	https://twitter.com/saharaxfade/status/1198025604345540614?s=20	Gente esto está pasando en el tintal, el barrio está bloqueado con barricadas, grupos de jóvenes se armaron con palos y cuchillos para cuidar los conjuntos y la gente. Se ven corriendo persiguiendo a quienes han saqueado varios locales. DIFUNDIR!!	Video	I
57	https://twitter.com/davidbedoya/status/1197997869699149828?s=20	Los camiones de la @PoliciaColombia descargando los supuestos vándalos que pretendían roban en la unidades residenciales del sur de Cali, ante esto que pensarán algunos como @ChriGarces @gabrieljvelasco @dimartillo @LAMONJACALI @EnterateCali @CMILANOTICIA @JorgeIvanOspina	Video	I
58	https://twitter.com/AlejaCepeda2/status/1198019861856882689?s=20	#REPORTOENCITY, algunos conjuntos del tintal están siendo saqueados en el barrio Ciudad tintal.	Video	I

59	https://twitter.com/Frankcr52985349/status/1198022902001606656?s=20	En ciudad verde están saqueando los conjuntos en Soscha	Video	I
60	https://twitter.com/JessicaMarin/status/1198006252120543232?s=20	Necesitamos presencia de la @PoliciaColombia @PoliciaBogota Barrio el Tintal se están metiendo a los conjuntos y acabando con las tiendas!	Video	I
61	https://twitter.com/ApolaFernandez/status/1198011976741507075?s=20	#tintal #CityNoticias #citytv se están metiendo a los conjuntos	Video	I
62	https://twitter.com/RubiaInspida/status/1198023923805425664?s=20	MI TÍA ACABA DE ENVIARME ÉSTE VIDEO, SE ESTÁN ENTRANDO CADA VEZ MÁS! DETRÁS DEL PORTAL DE LAS AMÉRICAS, CONJUNTOS LA MARGARITA ETAPAS 3-4!!! POR FAVOR HABLEN DE ÉSTO! NO HAY @PoliciaColombia EN LA ZONA! #reportoencity #22Nov #VandalosFuera #ToqueDeQuedaParaBogota	Video	I
63	https://twitter.com/Catherine/status/1198006052865921024?s=20	Panaaaaaa, plenas unidades estrato 5 en Cali en cacerolazo. Me estoy muriendo lentamente Palo de corazones Palo de corazones Palo de corazones Palo de corazones Palo de corazones #cacerolazonacional #Cacerolazo #22N	ST	I
64	https://twitter.com/MrCulebra/status/1198022145059762176?s=20	¿Cacerolazo a las 9 pm? Porque nos podrán encerrar, pero no callar. #22N	ST	I
65	https://twitter.com/rubendq/status/1198003192396685312?s=20	#Cacerolazo Valle del Lili, Cali. Esto suena hermoso!! Y cada vez se asoman más vecinos a caceroliar. Cara sonriente con ojos en forma de corazón (Bandera de Colombia)	Video	I
66	https://twitter.com/Sergiodrez/status/1198009791177805826?s=20	Ese señor me representa #ElParoSigue #Cacerolazo	Video	I
67	https://twitter.com/careandre/status/1198014229921615872?s=20	El atardecer de hoy va con banda sonora. #22N #Cacerolazo	Video	I
68	https://twitter.com/Marianiecheve/status/1198004638982844416?s=20	El mensaje es contundente “!!Uribe, paraco, el pueblo está verraco!!”. #cacerolazo	Video	I
69	https://twitter.com/EJTaga/status/1198025739532165125?s=20	¡Rionegro se une al #Cacerolazo! #ElParoSigue	Video	I

70	https://twitter.com/joqui/status/1198023291333758977?s=20	Así va el #Cacerolazo22N en Medellín #Cacerolazo #Medellín #ElParoSigue	Video	I
71	https://twitter.com/grillopez/status/1198004937604636672?s=20	Seguimos protestando contra el mal gobierno #Cacerolazo #cacerolazonacional #22N	Video	I
72	https://twitter.com/OrlandoDeavilaP/status/1198005152730537984?s=20	Ya empezó el #cacerolazo en Cartagena	video	i
73	https://twitter.com/CathyJuvinao/status/1198026186154221568?s=20	Retumba el #Cacerolazo en todos los edificios a la redonda.	Video	I
74	https://twitter.com/Ingeniebrita/status/1198015148415471616?s=20	#Cacerolazo en Ciudadela Colsubsidio y Cortijo. Gritan: Uribe paraco, el pueblo está berraco.	Video	I
75	https://twitter.com/jerojasrodrigue/status/1198010323485237248?s=20	“Vamos pueblo, ¡carajo! El pueblo no se rinde, ¡carajo! #Cacerolazo a esta hora en La Macarena en Bogotá. #ElParoSigue	Video	I
76	https://twitter.com/conescualo/status/1198028119929741313?s=20	El país con menos tradición de protestas en Latinoamérica... ¡DESPERTÓ! #cacerolazo #Colombia #Bogotá	Video	I
77	https://twitter.com/jnietoblancos/status/1198006438481866752?s=20	Inicia el #Cacerolazo #ReportoEnCity #CityNoticias @Citytv	Video	I
78	https://twitter.com/JuanYohanna/status/1198022594202615808?s=20	#Cacerolazo bonito, sentido, pacífico a esta hora en el Parkway. #Generalstrike #Colombia.	Video	I
79	https://twitter.com/ElBienu humorado/status/1198016341757825024?s=20	Popayán a esta hora #22N	Video	I
80	https://twitter.com/LiliCastanedaM/status/1198026538643525632?s=20	¡Este es el Parkway a la altura de Carulla! Qué bella es la movilización social masiva y creativa. ¡VIVA EL PARO NACIONAL! #Cacerolazo #Cacerolazo22Noviembre @JAC_LaEsmeralda @JERobledo @JenniferPedraz @DanielSamperO @GOYOCQT	Video	I
81	https://twitter.com/He_dicho/status/1198020740223840257?s=20	Popayán #Cacerolazo	Video	I
82	https://twitter.com/CarlosCarrilloA/status/1198	Más y más gente se une al #cacerolazo, en Chapinero. Cocinar	Video	I

	007664598540288?s=20	Símbolo de colisión Cocinar Símbolo de colisión Cocinar Símbolo de colisión Cocinar Cara de cerdo		
83	https://twitter.com/MaueLaRuiz02/status/1198006970281791488?s=20	Frente al parque de los hippies #Cacerolazo #ElParoSigue #22N	Video	I
84	https://twitter.com/PachoTolozaf/status/1198002298871566337?s=20	El verbo "vandalizar" no existe. Existe el verbo reprimir y lo conjuga este gobierno de fascistas y sus vándalos legalizados. #ElParoSigue #22Nov #Cacerolazo	Video	I
85	https://twitter.com/JuanJaramilloe/status/1198016619273867265?s=20	Por nuestro presente y nuestro futuro. Colombia se cansó del abuso #cacerolazoporcolombia #22N	Img	I
86	https://twitter.com/generusuga/status/1198013292125577216?s=20	#ElParoSigue #22N #MovimientoAntiuribista Hoy #Cacerolazo Plaza de Bolívar	Video	I
87	https://twitter.com/DaryaRivasR/status/119807363688296448?s=20	#22Nov ¡El #ParoSigue en #Colombia! Estudiantes de la Universidad Industrial de Santander se unen al #Cacerolazo en repudio al gobierno de #IvánDuque. Consigna de los estudiantes: ¡El pueblo unido jamás será vencido! ¡#Colombia se cansó! #VenezuelaEnUnionYPaz	Video	I
88	https://twitter.com/andresconsuerte/status/1198008041016352768?s=20	#Ibagué #Cacerolazo la fiesta de la democracia se expresa en la calle, no en las urnas. @jairoriverah @Antequerajose @ArielAnaliza @CarlosCortes	Video	I
89	https://twitter.com/juansemo/status/1198012262377766913?s=20	Concierto de cacerolas al atardecer en Bogotá Cocinar #ParoNacional #Colombia #Cacerolazo	Video	I
90	https://twitter.com/mariajmejia/status/1198023707190538240?s=20	Barranquilla, me enorgulleces. #ElParoSigue #Cacerolazo	Video	I
91	https://twitter.com/donaldolforivas/status/1198019645216874496?s=20	La ciudadanía sigue en las calles de forma pacífica, expresando su inconformidad con las políticas de este gobierno. #Cacerolazo #ElParoSigue	Video	I
92	https://twitter.com/EliasGuardo/status/1198022706362486784?s=20	Colombia despertó Bandera de Colombia #Cacerolazo	Video	I

93	https://twitter.com/DeiAparicio/status/1198356071276064771?s=20	Dylan cruz estudiante de secundaria, no solo bombardean niños, les rompen la cabeza. Si único delito, querer un país más justo #23Nov #Cacerolazo23N #NoMasVandalismo #ESMADAsesino	Img	I
94	https://twitter.com/diego12ce/status/1198383312051589121?s=20	El paro era para que te sentarás con el pueblo dueño de tu puesto, dueños del ESMAD aunque no lo crean y de toda la fuerza pública. Pero la represión es el camino cuando sos un testarudo inhumano de mierda. #Dylan #RenuncieDuque #23NParoNacional #Cacerolazo23N	img	I
95	https://twitter.com/sronaal/status/1198369186780794882?s=20	Repudio total hacia la policía y el ESMAD #23Nov	Img	I
96	https://twitter.com/AngieYML/status/1198371007855239171?s=20	¡No mas violencia! ¿Hasta donde va a llegar el ESMAD? ¿Mas heridos? Acaso ¿muertes?. Oremos por el muchacho de 18 años que fue herido en la 19. #NoMasViolencia #23Nov #esmadasesino	Img	I
97	https://twitter.com/ayars1206/status/1198353024290295808?s=20	Puede que las armas no sean letales, pero el #ESMAD sí. #23NParoNacional #23Nov #Cacerolazo23N #ElParoDebeSeguir #ParoNacionalColombia	Retweet texto	I
98	https://twitter.com/Arbelacho/status/1198357131549917185?s=20	Matan en el campo! Matan en la ciudad!! Esmad ASESINO!! No más TERRORISMO DE ESTADO!! #23Nov	Retweet-video	I
99	https://twitter.com/CamilaVillamilN/status/119835654748053505?s=20	¿Y esto cómo lo justifican? Rechazo total a la actuación del Esmad con los manifestantes #NoMasViolencia #23NParoNacional #23Nov	Retweet-video	I
100	https://twitter.com/PipeJah/status/1198318555403608067?s=20	En la noche vándalos, en el día Esmad. #23NParoNacional #23Nov #Cacerolazo23N #DuqueTieneMIEDO #DuqueRenuncieYa #DuqueChao	retweet-video	I
101	https://twitter.com/lanya947/status/1198357929486929921?s=20	Al pelao que esta prácticamente agonizando por su vida, que van a decir de él qué era un vándalo, qué amenaza a uno del Esmad con una simple piedra.¿qué se van a inventar ahora? MALPARIDOS #23Nov	ST	I
102	https://twitter.com/ErikaFontalvo/status/1198376205013135360?s=20	Hay que parar esto! La protesta social pacífica es legal. Un derecho de los ciudadanos! Hay que ofrecerle garantías. El uso desmedido de la fuerza del Estado, a través del ESMAD, no puede ser la respuesta represiva a una manifestación en paz, como ocurrió hoy en Bogotá. #23Nov	ST	I
103	https://twitter.com/Edarray/status/1198355801427103744?s=20	El grado de violencia con la que el Esmad salió hoy es razón para que los manifestantes aumenten los niveles de seguridad en sus concentraciones. A mayor cantidad de días en protesta, la violencia	ST	I

		estatal será más radical y desproporcionada. #23Nov		
104	https://twitter.com/JDRestrepoE/status/1198377634897518592?s=20	¿Qué tan fuertes políticamente están @fcarrilloflorez , de la @PGN_COL ; Fabio Espitia, de la @FiscaliaCol ; y Carlos Alfonso Negret, de la @DefensoriaCol , para enfrentar barbarie del #ESMAD en #23Nov? ¿Darán la pelea a favor de la ciudadanía y enfrentarán al presidente @IvanDuque ?	ST	I
105	https://twitter.com/SEMCDobla/status/1198358389971210240?s=20	Desde ya responsabilizamos a @EnriquePenalosa @IvanDuque y al director del ESMAD por la salud y la suerte del compañero al que le dispararon una lata de gas lacrimógeno a la cabeza. #23Nov	st	I
106	https://twitter.com/malafiro/status/1198363028024184837?s=20	todos los que estén en el centro por su seguridad por favor salgan de ahí, se están poniendo muy violentos los del ESMAD, por ustedes y sus familias por favor salgan de ahí #23Nov #Cacerolazo23N #ElParoSigue	ST	I
107	https://twitter.com/Bogota_DC/status/1198347034706751496?s=20	ESMAD arremete contra manifestantes que cantaban pacíficamente el Himno Nacional en la avenida Jiménez con Séptima. #23NParoNacional #23Nov	video	c
108	https://twitter.com/Cosole_Roja/status/1198372872256999431?s=20	#ULTIMAHORA Eres un ASESINO @IvanDuque El #Esmad le disparó a un joven por manifestar. Lo que la prensa lacaya calla. #Cacerolazo23N #23Nov #Colombia	Video	I/C
109	https://twitter.com/arequiipeyqueso/status/1198314620844425216?s=20	ESMAD ataca la marcha de manifestantes por la 30 #23NParoNacional #Cacerolazo23N #23Nov	Video	I
110	https://twitter.com/JIMOTE/status/1198318452781600768?s=20	Así reprimen a esta hora una protesta pacífica de estudiantes en el Parque Nacional. El Esmad los corretea como animales, con granadas de aturdimiento y gases, y yo no he visto ningún acto vandálico de parte de ellos: solo el sonido del #Cacerolazo23N. #ElParoDebeSeguir #23Nov	video	I
111	https://twitter.com/JumentoDon/status/1198347605400530944?s=20	Tan violenta la gente cantando el himno #esmadasesino #esmad #23NParoNacional #23Nov #Cacerolazo23N #teoriadelpánico #PánicoInducido #ParoNacionalColombia	video	C
112	https://twitter.com/JDRestrepoE/status/1198356216575143936?s=20	Doloroso, paramédicos atienden a joven manifestante baleado por el #Esmad en jornada de protesta pacífica en #Bogotá este #23Nov. A esta hora solo se sabe que está gravemente herido.	Video	I

113	https://twitter.com/alejajacome/status/1198352819113385984?s=20	Abuso de autoridad por parte del ESMAD en la manifestación pacífica del #23Nov #23NParoNacional	Video	I
114	https://twitter.com/JueputaParce/status/1198360560582172680?s=20	Momento exacto en el que cae el joven afectado por el ESMAD Corazón roto Bandera de Colombia #Cacerolazo23N #23NParoNacional #23Nov	Video	I
115	https://twitter.com/fixastyles/status/1198355885761945601?s=20	Momento exacto en donde un miembro del esmad hiere de muerte a un manifestante. ¡Hputas!	Video	I
116	https://twitter.com/hapinto2/status/1198371356058046466?s=20	#AHORA #23NParoNacional: Manifestante resultó gravemente herido por disparo de una granada de gas lacrimógeno de un miembro del #Esmad en el centro de Bogotá, que le impactó en la cabeza -Llevado al Hospital San Ignacio e ingresado a cirugía #23Nov Triángulo señalando a la derecha https://es.rt.com/768o	Video	I
117	https://twitter.com/JuanAndresMR/status/1198315470480379905?s=20	Esmad ataca a ciudadanos mientras se manifestaban con cacerolazo frente al parque nacional de #Bogotá / por favor DIFUNDIR / RT / #CityNoticias @Citytv #23Nov #ElParoDebeSeguir #ParoNacionalColombia	Video	I
118	https://twitter.com/JhonyNicaragua/status/1198361155590377473?s=20	#URGENTE Señal de peligro IMÁGENES FUERTES Señal de peligro ESMAD en #Colombia le dispara a un joven en la cabeza, circula en redes sociales (aún no confirmado) que el joven perdió la vida. MÁXIMA DIFUSIÓN Dorso de la mano con el dedo índice señalando hacia abajo #23Nov #23NParoNacional #Cacerolazo23N	Video	I
119	https://twitter.com/arequiipeyqueso/status/1198334206562189313?s=20	ESMAD reprime cacerolazo en la Plaza de Bolívar, manifestantes capturados. Que no se puede tapar una calle, ¿Ahora tampoco nos podemos parar en una plaza PÚBLICA? @IvanDuque #23NParoNacional #23Nov #Cacerolazo23N	Video	I
120	https://twitter.com/rubiano_yeisson/status/1198310292603711496?s=20	A esta hora en el parque nacional el #ESMAD en contra de las marchas pacíficas #23NParoNacional #23Nov #Cacerolazo23N	Video	I
121	https://twitter.com/adriavarado26/status/1198361044869156864?s=20	Esmad asesinando gente. Puedes escoger que ordenes seguir.#23NParoNacional #23Nov	Video	I
122	https://twitter.com/SocorroAltami12/status/1198389216369152000?s=20	#URGENTE Señal de peligro IMÁGENES FUERTES Señal de peligro ESMAD en #Colombia le dispara a un joven en la	Video	I

		cabeza, circula en redes sociales (aún no confirmado) que el joven perdió la vida. MÁXIMA DIFUSIÓN Dorso de la mano con el dedo índice señalando hacia abajo #23Nov #23NParoNacional #Cacerolazo23N		
123	https://twitter.com/ianschnaida/status/1199279341085118464?s=20	El Estado protector, dicen Opinión, información y análisis en http://laorejaroja.com Una caricatura de @Pata_Leo #26N #ParoNacional #DilanCruz #Dylan	img	I
124	https://twitter.com/harrylikeflower/status/1199188833281171456?s=20	#26Nov #MarchasEnColombia ¡ESMAD ASESINO! NI UN MINUTO DE SILENCIO. #26NParoNacional	IMG	I
125	https://twitter.com/AleRamirezMarin/status/1199358893450764289?s=20	"Si nos callamos nos matan y si hablamos también; entonces hablamos", decía Cristina Bautista, gobernadora indígena, antes de ser asesinada Por ella, por Dilan Cruz, por Brandon Cely, por todos marchamos, por todos paramos, por su dignidad y la nuestra resistimos! #ParoNacional	Img	I
126	https://twitter.com/luisorj/status/1199172345111429120?s=20	ESMAD ASESINO, un país en el que salir a marchar y exigir por nuestros derechos CUESTA LA VIDA. LO MATARON. #26nParoNacional #ParoNacional	Img	I
127	https://twitter.com/itslaur/status/1199173615234760706?s=20	Que dolor, que dolor; que pena... Hay plata para la guerra y no para estudiar... Cara pensativa Cara pensativa #DilanCruz #Dylan #DesmonteDelEsmadYA #ElParoContinua #RENUNCIEIVANDUQUE	Img	I
128	https://twitter.com/DanielBejarano/status/1199460114526343168?s=20	A esta hora confluyen 4 multitudinarias marchas en el sitio donde cayo Dylan Cruz (Calle 19 Carrera 4)... gritan!!! DYLAN NO MURIÓ A DYLAN LO MATARON!!! Y NO MAS ESMAD!!! #ParoNacionalIndefinido #26Nov	Img	I
129	https://twitter.com/SergioAndresMN/status/1199357493819908096?s=20	Todas las sedes de la Universidad de Cartagena realizan pupitrazo en memoria de Dilan Cruz, a quien lo mató el ESMAD por defender sus derechos. #DilanNoMurioADilanLoMataron #DilanCruz #PudeHaberSidoYo #HonrarADilanEs #ADilanLoMatoElEstado #TodosSomosDilan #26nParoNacional #26nov	Img	I
130	https://twitter.com/generusuga/status/1199361981171617797?s=20	Con este artefacto este agente del #ESMAD asesino a #DilanCruz. No podemos perdonar a un gobierno que lleva 200 años asesinandonos. Nunca hemos sido democracia, siempre hemos sido una dictadura.	Img	I

		De usted dependerá que Colombia cambie #ComiteFrancia #ComiteInternacional #26Nov		
131	https://twitter.com/elderechoalno/status/1199380511015292931?s=20	La piel de otros, memoria en nosotros' Fernando González. La muerte Dilan Cruz es un detonante para que todos fomentemos la #NoViolencia en el #ParoNacional. No aceptamos la sangre de ningún lado.	Img	C
132	https://twitter.com/SaraZuiga/status/1199182452998246400?s=20	Siento un dolor de patria que no sé cómo explicar, hoy se va de este mundo un joven con sueños que amaba su país, que salió a marchar por un mejor futuro y hoy se marcha de este mundo. Yo no lo conocía pero sí a usted no le duele esto, usted es uno de los problema del país #Dylan	Img	I
133	https://twitter.com/escriboconlaizq/status/1199129579635519489?s=20	Lloro por #Dylan asesinado por el ESMAD y por #JuanDavid que fue asesinado protegiendo su barrio durante la ola de pánico que fue generada en Bogotá. Por favor, no olviden a este niño huérfano de madre que vivía en condiciones muy humildes.	RT- img	I
134	https://twitter.com/MafeCarrascal/status/1199464269034774528?s=20	El ESMAD, en disturbios en la U. Nacional, acaba de herir con una marcadora a una joven, podría perder el ojo. ¿Hasta cuándo? #NoMásESMAD #ParoNacional	ST	I
135	https://twitter.com/MorenoG/status/1199175032913702912?s=20	NI PERDÓN NI OLVIDO. A DILAN LO MATARON. IVÁN DUQUE DEBE RENUNCIAR. EL POLICÍA DEL ESMAD DEBE PAGAR. EL PARO DEBE CONTINUAR. #26NEIParoSigue #26N #26Nov #26NParoNacional #26NSomosTodos	ST	I
136	https://twitter.com/mauroarroyave/status/1199286678847930368?s=20	El mejor homenaje le podríamos hacer a #Dylan es que su nombre sea símbolo de diálogo y paz, no de venganza y más violencia.	ST	I
137	https://twitter.com/pcncop/status/1199452413385674758?s=20	Todo estuvo re tranquilo todo el día y que coincidencia que llegó el ESMAD y se putio todo, que coincidencia que llegaron los encapuchados después de que llegó el escuadrón de asesinos, QUE HIJUEPUTA COINCIDENCIAAAAA. #26Nov #ParoNacionalIndefinido	ST	I
138	https://twitter.com/SantPine/status/1199168389484339200?s=20	La muerte de Dilan nos deja: 1. El ESMAD mata. Debe ser reformado. 2. Debemos exigirle al Estado que condene de manera ejemplar a (los) miembro(s) del ESMAD culpables de su muerte. 3. Mañana a marchar todos por los puntos 1 y 2. #26N #ParoNacional	ST	I
139	https://twitter.com/victorhugopenag/status/1199182417753456640?s=20	Dencansa en Paz #Dylan .	ST	I
140	https://twitter.com/PaolaGiraldoSil/status/1199	No puedo entender cómo alguien armado hasta los dientes puede tener miedo de unos muchachos cantando y caminando.	ST	I

	181917209448448?s=20	NADA, NADA, justifica el asesinato de #Dylan. #RenunciePenilla y desmonten el ESMAD.		
141	https://twitter.com/jotacerrerre/status/1199390720999727104?s=20	Dilan Cruz y Brandon Cely Páez, dos víctimas, dos jóvenes a los que les falló el Estado. #ParoNacional	ST	I
142	https://twitter.com/LaParceraTINI/status/1199459443026608133?s=20	QUE TODOS SE DEN CUENTA QUE ESTOS DÍAS QUE ESTUVIMOS SIN ESMAD TODO MARCHABA BIEN PERO LASTIMOSAMENTE NUEVAMENTE APARECIERON EN LA U.NACIONAL Y COMENZARON CON SU REPRESIÓN DE PORQUERÍA EN LA U.N ESTABA TODO TRANQUI HASTA Q LOS VERDADEROS VÁNDALOS APARECIERON #NoMasESMAD #26Nov	ST	I
143	https://twitter.com/CLARojure/status/1199168369683025920?s=20	#Injustificable Descansa en paz #Dylan Dios te reciba en su santo reino! Un niño que se fue a buscar sus alas al cielo, dónde seguramente encontrará JUSTICIA! PAÍS DE MIERDA!	ST	C
144	https://twitter.com/SebasTobn/status/1199177271887761408?s=20	Sin desmonte del Esmad no puede haber negociación. #Dylan	ST	I
145	https://twitter.com/manusedtothat/status/1199351992122040320?s=20	Hoy marchamos en honor a DILAN CRUZ y BRANDON CELY. Uno estudiante, y el otro soldado, técnico en sistemas y enfermero. Uno asesinado y el otro se suicidó porque sus compañeros del ejército lo hostigaban por apoyar el #ParoNacional lo tacharon de extrema izquierda. #26Nov	ST	I
146	https://twitter.com/DanielBejarano/status/1199180402340044800?s=20	A esta hora, Policía cerrado la carreta séptima en Bogotá? #Dylan #25NElParoSigue	Video	I
147	https://twitter.com/fixastyles/status/1199187139092733953?s=20	Desde Manisales nos comparten este video en Honor a Dylan Cruz -- Manizales 11pm. 25N Dilan no se murió, a Dilan lo Mataron #25N #paronacional #nosestanmatanto #fueraduque #resistencia	Video	I
148	https://twitter.com/SergioGrandasM/status/1199471919612997632?s=20	Miles de personas frente al Hospital San Ignacio rindiendo homenaje a Dilan Cruz. En varios puntos de Bogotá la ciudadanía ha salido a las calles por sexto día consecutivo. #26Nov #ParoNacionalIndefinido #Dilan	Video	I
149	https://twitter.com/JuanCamilo/status/1199446022231121920?s=20	#26Nov Se repite la historia 19 años después: le tiran una papa bomba a un policía, esta vez en Huila y quedó gravemente herido. Aún así los del #ParoNacionalIndefinido dicen que la solución es	Video	I

		acabar con el ESMAD que hace frente a estos criminales.		
150	https://twitter.com/elANTIMILI/status/1199453414675095562?s=20	Vea, ya empiezan a sonar las cacerolas en el Parque de los Deseos en #Medellín en homenaje a Dilan Cruz y a Brandon Cely Páez que por defender al #ParoNacionalIndefinido se jugaron hasta la VIDA misma. Cara llorando a gritos #26Nov. #26NEIParoSigue. #26nParoNacional. #DilanNoMurióADilanLoMataron.	video	I
151	https://twitter.com/mariozetap/status/1199465753436676096?s=20	En serio esto es necesario??? Se acaban de bajar a Dilan Cruz y ahora carrotanques militares en plena 7ma? #26Nov #26nParoNacional #DuqueResponda	Video	I
152	https://twitter.com/JhonyNicaragua/status/1199456326449020930?s=20	#URGENTE A esta hora enfrentamiento entre jóvenes y la ESMAD en las afueras de la Universidad Nacional de #Colombia Iván Duque envía a reprimir con gas lacrimógenas a manifestantes. #26Nov #ParoNacionalIndefinido #VolvemosACali (Vídeo cortesía RT)	video	I
153	https://twitter.com/DanielSamperO/status/1203815881350012928?s=20	Histórico #UnCantoXColombia: una convocatoria limpia, ciudadana, que nace de los artistas y no de los políticos, y fue organizada en menos de 10 días, movilizó ríos de gente que claman a Duque que nos conduzca al futuro, no al pasado: felicitaciones a todos ellos, y ¡gracias!	Video	I
154	https://twitter.com/DanielSuarezVoz/status/1203818261227491330?s=20	Lo de #UnCantoPorColombia es impecable, único, valioso. Hoy Bogotá da un llamado desde el arte y el gobierno y los detractores del paro deben escuchar.	ST	I
155	https://twitter.com/kolectiVOZ/status/1203803490901999617?s=20	#ATENCION Ahora en Bogotá, los colombianos cantan "El baile de los que sobran", de Los Prisioneros. #UnCantoXColombia #ParoNacional #ColombiaDespierta	video	C
156	https://twitter.com/fecode/status/1203805201196437505?s=20	Gracias a @AdrianaLucia , @Santialarconu , @subcantante , @monsieurperine , @AlejandroRia , @hastavida, @SantiCruz y todos aquellos que se permitieron asumir una voz, levantar #UnCantoXColombia y hacer parte de esta lucha que no desiste. Una lucha de todos. @cantoxcolombia	Video	C
157	https://twitter.com/DanielSamperO/status/1203824930258903042?s=20	Concierto #UnCantoXColombia: 1 Concierto en la frontera: 0.	ST	I

167	https://twitter.com/alfreparedes/status/1203803172650835968?s=20	Observando la paz y la alegría de #UnCantoXColombia surge de nuevo la esperanza de que la cultura traqueta y narcoparaca que marcó nuestra generación, dará paso a una nueva era basada en las oportunidades, el desarrollo y la inclusión. El nuevo país que deseo para mis nietos.	ST	I
168	https://twitter.com/adeltaSM/status/1203807545401466880?s=20	Mi abuelita, la mujer más parada en el mundo, que a sus 68 años de edad sale a las calles a gritar lo que sus generaciones no gritaron. !El pueblo no se rinde carajo! Bandera de Colombia #conciertodelparo #cantoxColombia #ParoNacionalColombia #8Dic #8DParoNacional	video	I
169	https://twitter.com/aidabossa/status/1203808012584017920?s=20	8 de Diciembre del año 2019 #8Dic #UnCantoXColombia #llenamoslaseptima por ti Colombia.	Retweet - video	I
170	https://twitter.com/AspasiaSegunda/status/1203817041775546370?s=20	Cuánta falta hicieron los artistas que prefirieron el silencio a participar de #UnCantoXColombia, como si no fueran un colombiano más, como si valiera más la fama que le da la gente que el apoyo a la gente.	ST	I
171	https://twitter.com/augustoreyes/status/1203815993488924672?s=20	Cuando ves que no son 5 gatos #UnCantoXColombia	Img	I
172	https://twitter.com/HELIODOPTERO/status/1203823294144794624?s=20	Colombia entera camina en busca de una salida a sus angustias mientras el matarife y su protoplasma insisten incendiar y desangrar al país, pero con las vidas y los bienes de los demás. Esto no va a estallar: ya estalló. #UnCantoXColombia	Img	I
173	https://twitter.com/jerojasrodrigue/status/1203817413575421952?s=20	Se le dijo a estos “cuatro gatos” que marcharan por el andén, pero no hicieron caso. Ocurrió hoy en Bogotá (18 día del paro) en una marcha de música, alegría y paz convocada por artistas que apoyan el #8DElParoSigue. La jornada se denominó #UnCantoXColombia y fue así 👇	img	I
174	https://twitter.com/nancySua/status/1203820989626421248?s=20	Y aquí lo tienen... #8D #8DParoNacional Arriba BOGOTÁ!!! Nota musical Únanse al baile de los que sobran Nota musical #UnCantoXColombia by @Santialarconu with @AdrianaLucia SANTIA GO!!! GRACIAS!!! Atte. COLOMBIA	Video	I

175	https://twitter.com/BeNavidesRo/status/1203804102955819008?s=20	Menos mal #UnCantoXColombia iba a ser un fracaso... Mil aplausos para @Santialarconu @AdrianaLucia @SantiCruz @DoctorKrapula @monsieurperine @LosPetitFellas @odioabotero todos los artistas y toda la gente que hizo parte de esta jornada Signo de manos aplaudiendo Signo de manos aplaudiendo Signo de manos aplaudiendo Signo de manos aplaudiendo Callados nunca más. #8DParoNacional	ST	I
176	https://twitter.com/JuanAbelG/status/1203818264180273154?s=20	Con mis activistas favoritas. #UnCantoXColombia se debe repetir, dos, tres, las veces que sean necesarias. La conversación nacional no puede ser tibia, y más allá de una conversación, las decisiones y los mensajes de quienes están gobernando deben ser certeros!	Img	I
177	https://twitter.com/larroTicaxd/status/1203808560083283969?s=20	Hoy en #UnCantoXColombia ME ENCONTRÉ A @IvanDuque	Img	I
178	https://twitter.com/elReNeJimenez/status/1203812064877326336?s=20	No hay nada mejor para prender una rumba que la música #UnCantoPorColombia #ElParoSigue	ST	I
179	https://twitter.com/Santialarconu/status/1203805178517970944?s=20	¡Gracias Bogotá! #UnCantoXColombia	Video	I
180	https://twitter.com/NoraTamayoRo/status/1203822204519096320?s=20	#UnCantoXColombia ¡UN FIASCO! 40 "artistas" con solo algunos de sus fans, ya están caídos con la mayoría de los colombianos por su forma tan soez de referirse a este gobierno por la falta de mermelada. Solo enfocan la multitud Mujer llevándose la palma de la mano a la cara	ST	I
181	https://twitter.com/ElRepublicano09/status/1203807742500261889?s=20	Esta es la vista aérea que se logró del concierto #UnCantoXColombia, sin lugar a dudas fracaso rotundo, teniendo en cuenta que son "conciertos" y que son "gratuitos". @AdrianaLucia y sus secuaces se encargaron de sepultar el paro.	video	I/C
182	https://twitter.com/SoyAliciaFranco/status/1203810836353077252?s=20	Esto no es #UnCantoXColombia es un canto del desorden, protagonizado por unos artistas que no saben lo que estan haciendo.Hoy #8DParoNacional y seguimos en la misma, @IvanDuque es el mejor presidente y no RENUNCIARA y cumplirá su mandato. #NoPudieron	Video	I