

Comunicación digital como estrategia de resistencia en la escuela. El caso de las Asociaciones Federadas de Familias de Alumnos/as de Cataluña (aFFaC)

Digital communication as a strategy of resistance in schools.
The case of the Federated Associations of Families of Pupils of Catalonia (aFFaC)

Carles Lindín*, Nelson De Luca Pretto**, Antonio Bartolomé Pina***

Resumen: Se analiza las posibilidades de comunicación digital para la resistencia y transformación en el ámbito educativo, a partir del caso de aFFaC (Asociaciones Federadas de Familias de Alumnos/as de Cataluña) en Twitter. Desde un enfoque mixto, se presenta una investigación sobre los mensajes producidos durante 5 años (6.399 tuits). El análisis descriptivo cuantitativo de los datos (comentarios, likes, retuits, hashtags, temas de interés y cuentas citadas), se acompaña de un análisis del contenido, a partir de las líneas de acción establecidas por la entidad. Se constata que Twitter se consolida como ágora digital en disputa, en que las familias pueden incidir desde el activismo como estrategia de resistencia, a la vez que contribuye a la organización, comunicación y acción contra el poder económico y político: privatización escolar e implantación de plataformas tecnológicas.

Palabras clave: Comunicación digital, Twitter, resistencia, transformación, educación pública, familias.

Abstract: The possibilities of digital communication for resistance and transformation in the educational sphere are analysed, based on the case of aFFaC (Federated Associations of Families of Pupils of Catalonia) on Twitter. From a mixed approach, we present an investigation of the messages produced over 5 years (6,399 tweets). The quantitative descriptive analysis of the data (comments, likes, retweets, hashtags, topics of interest and accounts cited) is accompanied by an analysis of the content, based on the categories of action established by the organisation. It can be seen that Twitter is consolidating itself as a digital agora in dispute, where families can use activism as a strategy of resistance, while at the same time contributing to organisation, communication and action against economic and political power: school privatisation and the implementation of technological platforms.

Keywords: Digital communication, Twitter, resistance, transformation, public education, families.

Recibido: 17 julio 2021 Aceptado: 2 diciembre 2021

* Español, coautor. Investigador postdoctoral en el Departamento de Didáctica y Organización Educativa, Universitat de Barcelona (UB). Correo electrónico: carles.lindin@ub.edu | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3640-1258>.

** Brasileño, coautor. Titular en la Facultad de Educación, Universidade Federal da Bahia (UFBA). Correo electrónico: nelson@pretto.pro.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8152-8963>. Apoyo CAPESPrint.

*** Español, coautor. Catedrático en el Departamento de Didáctica y Organización Educativa, Universitat de Barcelona (UB). Correo electrónico: abartolome@ub.edu | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8096-8278>.

Introducción

El espacio digital es un entorno político en disputa, en el que participan los diversos agentes que inciden en el ámbito educativo: administración, profesorado, pedagogos, tecnólogos, sindicatos, empresas privadas diversas, etc. Todos ellos, a menudo con objetivos dispares y distanciados de las necesidades del estudiantado.

Aunque las familias tienen cierta capacidad de influencia dentro de los vericuetos establecidos por la administración (comisiones, mesas, coordinaciones...), en realidad pocas veces forman parte del debate público que les afecta.

En este sentido, resulta interesante conocer casos de éxito de empoderamiento de las familias a través de entornos digitales, que se consolidan como unas herramientas/estrategias para la toma de conciencia y la colaboración. Una voluntad de resistencia y transformación frente a la desidia de la administración y la constante incorporación de una visión economicista de la educación, promovida desde instancias gubernamentales bajo el auspicio de empresas privadas.

Se escoge el caso de aFFaC (Asociaciones Federadas de Familias de Alumnos/as de Cataluña) por su implantación: está formada por 2.358 asociaciones de familias, con incidencia directa en 695.902 alumnos. Su lema reza: “Por una educación pública, de calidad, catalana, laica, equitativa, inclusiva, gratuita, democrática, coeducativa, ambientalmente sostenible y feminista”¹. Es activa en las redes sociales, especialmente en Twitter (18.700 seguidores), Telegram (2.069 miembros) y Youtube (280 suscriptores).

El análisis se centra en Twitter por ser el entorno digital con mayor posibilidad de difusión. Se analiza la relación entre su actividad digital y los ámbitos de incidencia política (vinculados al lema), teniendo en cuenta las estrategias temáticas². Así mismo, se trabaja sobre el contenido de los mensajes y la capacidad de incidencia y/o repercusión, analizando la notoriedad³ de las campañas realizadas y la percepción de los derechos educativos⁴. Se atiende a palabras clave (o hashtags)⁵, a las cuentas citadas, así como a los tuits con mayor incidencia.

En definitiva, un caso local con perspectiva global de empoderamiento mediante el uso de herramientas y estrategias digitales, que rehúye del incipiente filantropocapitalismo que se incorpora en la escuela pública⁶.

La sociedad contemporánea: el capitalismo de la atención

La digitalización de los procesos condujo a la implementación de redes de comunicación y, sobre todo, al establecimiento de una sociedad basada en datos. La conversión de los procesos en ceros y unos, en la lógica binaria actual, que ya comienza a ser superada por la computación cuántica, establece procesos irreversibles que afectan a nuestra vida diaria a través de la economía, del trabajo, del ocio y de la vida en sociedad. Estos

¹ AFFAC, Associacions Federades de Famílies d'Alumnes de Catalunya, acceso el 13 de diciembre de 2021, <https://affac.cat/>.

² Carlos Felipe Cifuentes y Juan Federico Pino, «Conmigo o contra mí: análisis de la concordancia y las estrategias temáticas del Centro Democrático en Twitter», *Palabra Clave* 21, n° 3 (2018): 885-916. doi: 10.5294/pacla.2018.21.3.10.

³ René Jara, Antoine Faure, Jarnishs Beltrán y Gonzalo Castro, «La notoriedad política en los candidatos que usan Twitter. Un ejercicio de clusterización durante las elecciones municipales en Chile (2016)», *Revista Latina de Comunicación Social* 72 (2019): 803-817. <https://10.4185/RLCS-2017-1193>.

⁴ Macarena Chepo, «Percepción de los derechos de salud para la población migrante en Chile: análisis desde Twitter», *Gaceta Sanitaria* (2020): 19-21. doi: 10.1016/j.gaceta.2020.08.005.

⁵ Marta Sánchez-Saus, «Análisis de palabras clave en la comunicación para el desarrollo y el cambio social: el caso de #comunicambio en Twitter», *Cultura, Lenguaje y Representación* 19 (2018): 119-139. doi: 10.6035/clr.2018.19.7.

⁶ Geo Saura, «Filantropocapitalismo digital en educación: Covid-19, UNESCO, Google, Facebook y Microsoft», *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales* 17, n° 2 (2020): 159-168. doi: 10.5209/tekn.69547.

son los flujos de datos que llevaron a la revista británica *The Economist*⁷ a decir que los datos son el petróleo del futuro. Futuro que casi es pasado.

Tal como reporta el investigador brasileño Rafael Evangelista, “los flujos de datos han creado nueva infraestructura, nuevos negocios, nuevos monopolios y, sin duda, nuevas economías. La información digital es diferente a cualquier otro recurso; se extrae, refina, valora, compra y vende de una manera sin precedentes”⁸.

Este flujo de datos moviliza a las personas para que realicen diferentes usos de las tecnologías. Por un lado, tenemos a quienes se apropian eficazmente de las tecnologías, dominan sus procesos y funcionamiento y, por lo tanto, tienen la posibilidad de hacer un uso más crítico de las mismas. Por otro lado, nos encontramos con una buena parte de la población que entiende estas tecnologías como dispositivos neutrales, imaginando su uso como una herramienta estática que les permite, si no dominar, al menos no ser dominados por ellas. Uno de los ejemplos más llamativos de este momento es el uso de teléfonos móviles asociados a las redes sociales. Lo que buscan estas redes es un *engagement*, que es, como dice Marta Peirano, “la cumbre de la felicidad de la industria de la atención”⁹.

Esa industria de la atención promueve que seamos únicamente consumidores más efectivos, llevados por la publicidad, creando así un tipo de dependencia (*addiction*) una especie de compulsión por el consumo. En palabras de la misma Marta Peirano, crea un conjunto de gestos que se automatiza con el tiempo (una rutina): “La clase de rutina que se activa sin que nos demos cuenta y que, repetida las veces suficientes, acaba ejecutándose hasta cuando nosotros no queremos. Cuando es buena la llamamos hábito. Cuando es mala, adicción.”¹⁰.

De cualquier manera, lo que se puede entender de estos procesos es que nuestros datos circulan por redes opacas, manipulados por algoritmos que no nos permiten tener un mayor control sobre ellos. Se crean leyes de protección de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)¹¹, con el intento de proteger a los ciudadanos de un mal uso de sus datos.

Ese es el llamado capitalismo de la atención que, por cuenta de la concentración de capital en poder de pocos y poderosos grupos económicos, es un grupo ya conocido por GAFAM (acrónimo de Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft).

Una de las investigadoras que destaca por sus trabajos en el campo de concentración de poder de esas empresas es la profesora de la Escuela de Derecho de la Universidad de Harvard, Shoshana Zuboff. Para ella, “que el capitalismo de la vigilancia es una lógica en acción y no una tecnología es un tema crucial porque los capitalistas de la vigilancia quieren hacernos creer que sus prácticas son expresiones inevitables de las tecnologías que emplean”¹².

Asimismo, tenemos muchos otros movimientos que reconocen los desafíos de esa concentración en poder de pocos y, con una apropiación plena de las tecnologías, articulan movimientos políticos importantes en defensa de la democracia, de la participación ciudadana, de los derechos humanos y, también, de una

⁷ The Economist, «The world's most valuable resource is no longer oil, but data: The data economy demands a new approach to antitrust rules», *The Economist*, publicado el 6 de mayo de 2017, acceso el 13 de diciembre de 2021, <https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>.

⁸ Traducción de los autores a partir de: Rafael de Almeida Evangelista, *Para além das máquinas de adorável graça* (São Paulo: Edições Sesc SP, 2018), 1147-11478.

⁹ Marta Peirano, *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención* (s.l.: DEBATE [Kindle], 2019), 17.

¹⁰ Peirano, *El enemigo conoce el sistema*, 18.

¹¹ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE, (DOUE n° 119 de 27 de abril de 2016), <https://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf>.

¹² Shoshana Zuboff, *La era del capitalismo de la vigilancia: la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder* (Barcelona: Paidós, 2020), 30.

escuela laica, democrática y abierta. Sucede porque la educación enfrenta retos increíbles con movimientos en todo el mundo que atacan esos principios basilares de sociedad democrática y de la educación liberadora¹³.

Educación pública, laica y democrática

Una primera mirada a los grandes retos del sistema educativo contemporáneo nos lleva a observar fuertemente la pérdida de lo esencial de la educación: su característica pública, laica y democrática. En todo el mundo hay un creciente movimiento de la presencia del sector privado en la educación. Estos movimientos se asocian a otros más invisibles que poco a poco van transformando la educación, creando estructuras jerárquicas que alejan al docente de su función primordial, que es ser agentes del proceso educativo con autonomía y autoría.

Comprobamos la presencia de elementos que comienzan a dirigir la educación desde fuera, en estructuras que privan a los docentes de la posibilidad de una actuación creativa y más autónoma. Casi en todo el mundo, las directrices de la UNESCO (por ejemplo, las metas educativas del ODS 4 de la Agenda 2030)¹⁴ y las referencias internacionales para la educación orientada al éxito aportan una lógica empresarial que transforma la escuela en una empresa, incluso aquellas del sistema público. Diane Ravitch trae al debate la situación del sistema educativo estadounidense: “lo que había sido un movimiento de referencia ahora está siendo reemplazado por el movimiento de rendición de cuentas. Lo que había sido un esfuerzo por mejorar la calidad de la educación se ha convertido en una estrategia contable: medir, luego castigar o recompensar”¹⁵.

Aún más: “nuestras escuelas no mejorarán si reorganizamos continuamente su estructura y administración sin tener en cuenta su propósito esencial. Nuestros problemas educativos son una función de nuestra falta de visión educativa, no un problema administrativo que requiera el alistamiento de un ejército de consultores empresariales”¹⁶.

Incidencia de la tecnología digital en la sociedad

Para enfrentar la doble situación expuesta (la concentración de las plataformas privadas y el ataque mercantil a la educación) observamos, en ese primer cuarto del siglo XXI, un activismo que también se produce en el ámbito digital, un espacio en que los ciudadanos se apropian de la realidad que les rodea a la vez que inciden en ella, creando redes, compartiendo, informándose. Estas acciones, entre muchas otras apropiaciones de las tecnologías, las coloca en la vanguardia de las posibilidades de un uso más intensivo con fines políticos. No hay duda de que se trata de una posición que se encuentra ella misma también en disputa. La red como instrumento de acción social, de ciberactivismo, corre el peligro de convertirse en “activismo de sillón”, sin que la actividad digital conlleve cambios o consecuencias en la vida real¹⁷.

El uso masivo con una apropiación más crítica de las TIC ha sido realizado por muchos grupos activistas alrededor del mundo. Son conocidos los ejemplos de los movimientos desde el inicio de los años 2000. En 2004, en España, las protestas contra el primer ministro Aznar dos días después del atentado en la

¹³ Paulo Freire, *Educação como prática de liberdade*, 4.ª ed. (Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974).

¹⁴ UNESCO, *Educación para los Objetivos de Desarrollo Sostenible: objetivos de aprendizaje* (París: UNESCO, 2017), <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252423>.

¹⁵ Traducción de los autores a partir de: Diane Ravitch, *Vida e Morte do grande sistema escolar americano: como os testes padronizados e o modelo de mercado ameaçam a educação* (Porto Alegre: Sulina, 2011), 32.

¹⁶ Traducción de los autores a partir de: Ravitch, *Vida e Morte*, 251.

¹⁷ Noelia García-Estévez, «Origen, evolución y estado actual del activismo digital y su compromiso social. Ciberactivismo, hacktivismo y slacktivismo», *Congreso Internacional Move.Net Sobre Movimientos Sociales y TIC*, Universidad de Sevilla, 25-27 de octubre (2017): 139-156, <https://hdl.handle.net/11441/70636>.

estación de Atocha en Madrid (13 de marzo de 2004)¹⁸ se iniciaron con un mensaje de SMS (Short Message System, sistema de mensaje corto), que solo decía: “Al Qaeda había reivindicado la autoría del atentado y que el gobierno no divulgará esa información”. Al final, una sola palabra: “Pásalo”. A partir de este mensaje la red activista estaba formada con muchas convocatorias para actos públicos en las plazas de España.

Más adelante en el tiempo, las protestas y la organización del pueblo a través de las redes crecieron. Del SMS al Twitter y Facebook, todo se organizaba literalmente mediante un intensivo uso de las tecnologías. Fue así en 2011, cuando la actitud de un joven vendedor de frutas en las calles de Sidi Bouzid (Túnez), que prendió fuego su ropa en protesta contra el gobierno local, inició una gran movilización popular. También en 2011, con el Occupy Wall Street, donde los manifestantes ocuparon y se manifestaron en el Zuccotti Park (en el distrito financiero de Manhattan, Nueva York) en protesta de las desigualdades económicas en el mundo. Y desde entonces, fueron también ocupadas plazas y calles en Egipto, Libia, Siria y en varios otros países de Oriente Medio y Norte de África, configurando lo que se conoció como la Primavera Árabe.

En todos esos movimientos había en común el uso intenso de las redes sociales de comunicación, por ejemplo Twitter, configurándose la emergencia de la tecnopolítica, un concepto que presenta la capacidad de organización colectiva de la población con el uso de las herramientas digitales.

En el libro *Tecnopolítica, internet y r-evoluciones: sobre la centralidad de redes digitales en el #15M*¹⁹, se presenta una conversación de algunos activistas del movimiento 15M en España, como @SuNotissima, @quodlibetat, @arnaumonty, @axeбра. La publicación reporta importantes reflexiones sobre el rol de las redes digitales en la organización y movilización de los ciudadanos. El activista @quodlibetat, que en twitter se presenta como “commoner(ism)” y exalta el “devir (en)red” describe la tecnopolítica como:

nuevas formas de: a) organización y estructuración tecno-lógica del trabajo común y distribuido del *general intellect*; b) comunicación y difusión posmediática (...) y en definitiva la construcción de un imaginario común a partir de la velocidad infinita del afecto; c) acción: *smart swarming*. [...] se potencia la capacidad de autoorganización de un enjambre móvil e inteligente para el lanzamiento de ataques coordinados, siendo los tiempos de preparación y reacción reducidos a su mínima expresión²⁰.

Lo que vemos en este uso intenso de las tecnologías es que hemos pasado de una comunicación masiva, centrada en la lógica de uno-todos, a una comunicación viral, todos-todos, con los mensajes circulando enérgicamente entre los miembros de un determinado grupo, estableciéndose, de esta forma, la comunicación y participación directa de todos los ciudadanos interesados en este tema. Nos referimos aquí a una comunicación todos-todos, conscientes de que hoy, con la enorme concentración de poder en manos de grandes grupos empresariales que operan los algoritmos de estas plataformas y con la proliferación de las llamadas *fake news* (bulos), estamos sufriendo fuertes desviaciones de las posibilidades revolucionarias y de la movilización ciudadana. Aun enfrentando todas estas dificultades, seguimos, como se verá en este artículo, con grupos que logran romper estas burbujas e incluso con los algoritmos, actuando en contra de los intereses de muchas personas. Grupos con una gran fuerza para organizar acciones activistas y políticas en diversos campos de la sociedad, gracias a la apropiación de las tecnologías digitales.

En un pasado en el que estas plataformas no ejercen tanto poder como hoy, el activista @arnaumonty, analizando la experiencia del 15M español, afirmó:

¹⁸ El 11 de marzo de 2004 un atentado en cuatro trenes de Cercanías de Madrid provocó 193 muertos y cerca de 2.000 heridos. El Gobierno responsabilizó de estos asesinatos a ETA, versión que mantuvo los días 12 y 13 de marzo.

¹⁹ Alcazan, Arnau Monty, Axeбра, Quodlibetat, Simona Levi, SuNotissima, TakeTheSquare y Toret, *Tecnopolítica. internet y R-evoluciones: sobre la centralidad de redes digitales en el #15M* (Barcelona: Icaria Editorial, 2012),

<https://tecnopolitica.net/sites/default/files/Tecnopolitica%2C%20internet%20y%20r-evoluciones.pdf>.

²⁰ Alcazan, *Tecnopolítica. internet y R-evoluciones*, 12-13.

La red ha reducido los costes de participación de la acción política, el desgaste físico o el propio aislamiento y la ciudad, la plaza y la calle han vuelto a emerger como espacio de encarnación de la inmaterialidad de la red, como espacio afectivo y de encuentro de cuerpos rebeldes. Una vez rotas las fronteras entre el ciberterritorio y el geoterritorio, nada va a ser como antes, ya no hay vuelta atrás, ya que nunca antes existió la potencia de esa hibridación en manos de lo común conectado, un nuevo campo de posibilidades se ha abierto para no cerrarse nunca más²¹.

Dos muestras que evidencian las potencialidades de Twitter son, por un lado, su utilización política y, por otro, el hecho que desde la academia se interprete a Twitter como un ámbito de investigación necesario para caracterizar la realidad social.

Utilización de Twitter

Creado por Evan Williams, Jack Dorsey y Biz Stone en los años 2006, Twitter se desarrolló muy rápidamente porque partió de un principio poco utilizado en el mundo tecnológico: abrir sus API (Application Programming Interface) a otros desarrolladores. De acuerdo con Steven Johnson, la importancia de Twitter en la contemporaneidad no es casual, es algo intencional. De manera distinta a buena parte de los diseñadores de software, que solo lanzan la API después de completar el programa, “el equipo de Twitter adoptó un abordaje exactamente contrario. Primero crearon la API y expusieron todos los datos esenciales para el servicio y solo después crearon el Twitter.com sobre la API”²². Crearon lo que Steven Johnson llama “ventaja cooperativa”, con una amplia aceptación y, principalmente, utilización hasta nuestros días.

Según Marta Peirano, a partir de una entrevista de Steven Johnson²³, el más intenso uso político de Twitter gana fuerza con la utilización del hashtag (#), usado por primera vez en las manifestaciones de Occupy Wall Street. Para ella, si les preguntasen si “su plataforma sería utilizada para organizar manifestaciones en todo el mundo mediante hashtags, ellos habrían dicho: ‘¿qué es un hashtag?’ porque Twitter no había implementado el signo de almohadilla como etiqueta para marcar un tema de conversación, sino que lo «inventó» un diseñador de Google llamado Chris Messina en 2007”²⁴.

En base a estas reflexiones sobre el uso de las TIC en los movimientos activistas, se acompaña la experiencia de aFFaC. Nuestras observaciones indican la existencia de propuestas de “resistencias” en la escuela desde las familias, especialmente desde las asociaciones de madres y padres. La investigación identificó cómo aFFaC se constituye como un motor de cambio, transformación, cómo establece redes y, a menudo, presenta un discurso contrario a la hegemonía de las administraciones educativas.

Twitter como ámbito de investigación

El uso generalizado de las comunicaciones digitales ha cambiado las relaciones sociales y la interacción con las instituciones²⁵. Se constata cómo Twitter se ha convertido en una herramienta de acción política, ya sea desde las instituciones o desde sus representantes gubernamentales²⁶, como desde la resistencia y el activismo.

²¹ Alcazan, *Tecnopolítica. internet y R-evoluciones*, 25.

²² Traducción de los autores a partir de: Steven Johnson, *De onde vêm as boas ideias* (s.l.: Zahar, 2011), 161.

²³ C-SPAN, «In Depth Steven Johnson», C-SPAN, publicado el 7 de diciembre de 2012, acceso el 13 de diciembre de 2021, <https://www.c-span.org/video/?308085-1/depth-steven-johnson>.

²⁴ Johnson en Peirano, *El enemigo conoce el sistema*, 230.

²⁵ Heather Horst y Daniel Miller, *Digital Anthropology* (Londres - Nueva York: Bloomsbury Academic, 2012).

Tim Jordan, *Internet, Society and Culture: Communicative Practices Before and After the Internet* (Nueva York: Bloomsbury Academic, 2013).

Kate Orton-Johnson y Nick Prior, ed., *Digital Sociology: Critical Perspectives* (Londres: Palgrave Macmillan, 2013).

Teniendo en cuenta que la actividad en Twitter puede marcar la agenda pública, en tanto que influye en los temas y debates de los medios de comunicación²⁷, puede resultar especialmente necesaria la incorporación como agente en esta ágora con el objetivo de incidir, desde la resistencia, en el debate comunitario y en las decisiones políticas.

De tal manera que podremos observar si la buena reputación *offline* de aFFaC (constatable a través de las 2.358 asociaciones de familias que la conforman), tiene su equivalente en la comunicación digital, en tanto que se constituyen socialmente como líderes de opinión²⁸.

Cada vez más el análisis de mensajes de Twitter se consolida como una fuente primaria para multitud de investigaciones²⁹, que se centran en aspectos diversos³⁰: el papel de los usuarios, análisis sociológicos, clasificación y recuperación de la información, análisis semántico, estudio de sentimientos en los tuits, la credibilidad o la detección de temas relevantes mediante etiquetas.

Constatamos que Twitter forma parte de las estrategias para las movilizaciones³¹ y transformaciones sociales desde el hacktivismismo³², pasando a la acción presencial en forma de manifestaciones diversas³³.

Por todo ello, nos centramos en la detección de tópicos³⁴ y el análisis de perfiles y características de los mensajes³⁵.

Preguntas e hipótesis

En relación con la comunicación de aFFaC en Twitter, planteamos las preguntas de investigación y las hipótesis tal y como se muestran en la Tabla 1, en que indicamos cómo se relacionan:

Tabla 1. Relación entre preguntas de investigación e hipótesis

Preguntas de investigación	Hipótesis
1. ¿Qué repercusión obtiene la comunicación de aFFaC en Twitter?	1. Los mensajes con mayor repercusión se relacionan con temas de actualidad.

²⁶ Javier Bustos y Francisco Javier Ruiz, «Sobrecapacidad comunicativa de los líderes políticos en Twitter. El caso español», *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45 (2019): 12-28. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i45.02.

Xosé Rúas-Araújo y Andreu Casero-Ripollés, «Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá», *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* 16 (2018): 21-24. doi: 10.6035/2174-0992.2018.16.2.

²⁷ Laura Alonso-Muñoz y Andreu Casero-Ripollés, «Political agenda on Twitter during the 2016 Spanish elections: issues, strategies, and users' responses», *Communication & Society* 31, n° 3 (2018): 7-25. doi: 10.15581/003.31.3.7-25.

²⁸ Lei Guo, Jacob A. Rohde y H. Denis Wu, «Who is responsible for Twitter's echo chamber problem? Evidence from 2016 U.S. election networks», *Information, Communication & Society* 23, n° 2 (2020): 234-251. doi: 10.1080/1369118X.2018.1499793.

²⁹ Richard Rogers, «Debanalizing Twitter: The Transformation of an Object of Study», *WebSci'13*, París, 2-4 de mayo (2013): 356-365. doi: 10.1145/2464464.2464511.

³⁰ Ana Victoria Pérez-Rodríguez, Cristina González-Pedraz y José Luis Alonso Berrocal, «Twitter como herramienta de comunicación científica en España. Principales agentes y redes de comunicación», *Communication Papers* 7, n° 13 (2018): 95-112. doi: 10.33115/udg_bib/cp.v7i13.21986.

³¹ Elias Said-Hung y Jorge Valencia-Cobos, «Twitter y movilización social en Venezuela», *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 32, n° 94 (2017): 1-18. doi: 10.17666/329404/2017.

³² Simon Lindgren y Ragnar Lundström, «Pirate culture and hacktivist mobilization: The cultural and social protocols of #Wikileaks on Twitter», *New Media and Society* 13, n° 6 (2011): 999-1018. doi: 10.1177/1461444811414833.

³³ Nahia Idoiaga, Naiara Bferasategi, Nekane Beloki y Maitane Belasko, «#8M women's strikes in Spain: following the unprecedented social mobilization through twitter», *Journal of Gender Studies* (2021): 1-16. doi: 10.1080/09589236.2021.1881461.

³⁴ Zeynab Mottaghinia, Mohammad-Reza Feizi-Derakhshi, Leili Farzinvash y Pedram Salehpour, «A review of approaches for topic detection in Twitter», *Journal of Experimental and Theoretical Artificial Intelligence* (2020): 1-27. doi: 10.1080/0952813X.2020.1785019.

³⁵ Olav Aarts, Peter-Paul van Maanen, Tanneke Ouboter y Jan Maarten Schraagen, «Online social behavior in twitter: A literature review», *Proceedings - 12th IEEE International Conference on Data Mining Workshops, ICDMW 2012*, Bruselas 10 de diciembre (2012): 739-746. doi: 10.1109/ICDMW.2012.139.

2. ¿Cuáles son los principales ejes de resistencia o ámbitos temáticos tratados de la comunicación de aFFaC en Twitter?	2. La incidencia de los ejes temáticos no es equitativa (educación pública, educación inclusiva, igualdad y no discriminación, educación feminista, participación y tiempo de mediodía).
3. ¿Qué ejes de resistencia o ámbitos temáticos son los que obtienen mayor repercusión de la comunicación de aFFaC en Twitter?	
4. ¿Existe relación entre el activismo en la red y el activismo en las calles?	3. La acción en las redes desde la resistencia contribuye a la transformación educativa.
5. ¿Cuál es la capacidad real de incidencia de la comunicación de aFFaC en Twitter en las decisiones gubernamentales?	

Fuente: Elaboración propia.

Materiales y métodos

Para la extracción de datos del perfil de Twitter de aFFaC³⁶ (@affac_cat), se utilizan los lenguajes de programación Python y R. En Python, se accede y descarga el *timeline* mediante los *packages* Twint y Tweepster-LABHD. En R, se accede y descarga el *timeline* mediante la API de Google y el *package* Rtweet.

Para el análisis de los datos, se trabaja con RStudio (entorno en lenguaje R), LibreOffice y Lyncsbox 6.0. (análisis de corpus y frecuencias de palabras). En RStudio se extraen gráficos mediante el *package* Ggplot2 y se analizan datos mediante el lenguaje de programación R.

Se crean tres bases de datos:

a) Completa. Creada con Python, para el análisis general.

Total: 12.362 mensajes (no incluye retuits; sí, tuits citados).

Periodo: de 2011-10-06 a 2021-05-10.

b) Selección_1. Creada con Python, para el análisis general.

Seleccionamos los últimos cinco años, teniendo en cuenta que se corresponde con el mayor aumento de tuits enviados y de repercusión obtenida (en likes y retuits recibidos).

Total: 6.399 mensajes enviados (no incluye retuits; sí, tuits citados).

2016-05-10 - 2021-05-10

c) Selección_2: Creada con R, para el análisis de retuits realizados.

Seleccionamos los dos últimos años, por límites de la herramienta tecnológica.

Total: 3.090 mensajes enviados [incluye retuits y tuits citados]

Periodo: de 2019-05-10 a 2021-05-10.

El análisis se realiza principalmente a partir de la base de datos Selección_1. Tan solo se hace referencia a la base de datos Selección_2 al exponer la cantidad de retuits realizados. Por lo tanto, la muestra estará formada a partir de 6.399 mensajes enviados; una selección de los últimos cinco años, de un universo de 12.362 mensajes enviados desde el inicio del perfil en 2011.

La investigación se desarrolla desde una perspectiva descriptiva, analítica e interpretativa, con un enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo. Se presenta una investigación retrospectiva en la cual se estudia la sucesión diacrónica de mensajes vía Twitter producidos en el período seleccionado.

³⁶ Agradecemos la colaboración de Leonardo F. Nascimento, profesor de la Universidade Federal da Bahia (UFBA), donde coordina el Laboratório de Humanidades Digitais.

Después del análisis descriptivo cuantitativo de los datos, se procede a un análisis interpretativo cualitativo, que se concreta en un análisis del contenido, a partir de las categorías que se indican como las propias de la acción por parte de la entidad:

- Educación pública
- Educación inclusiva
- Igualdad y no discriminación
- Educación feminista
- Participación
- Tiempo de mediodía

Es necesario tener en cuenta, que estas líneas de acción se complementan con el lema de la entidad (“Por una educación pública, de calidad, catalana, laica, equitativa, inclusiva, gratuita, democrática, coeducativa, ambientalmente sostenible y feminista”). En realidad, los adjetivos del lema son una caracterización de cómo consideran que tiene que ser la educación pública. De tal manera que también indican sus objetivos. Así y todo, el análisis tiene en cuenta las líneas de acción, ya que están bien definidas por la entidad y, a su vez, el lema no deja de ser una mirada que se solapa con las líneas.

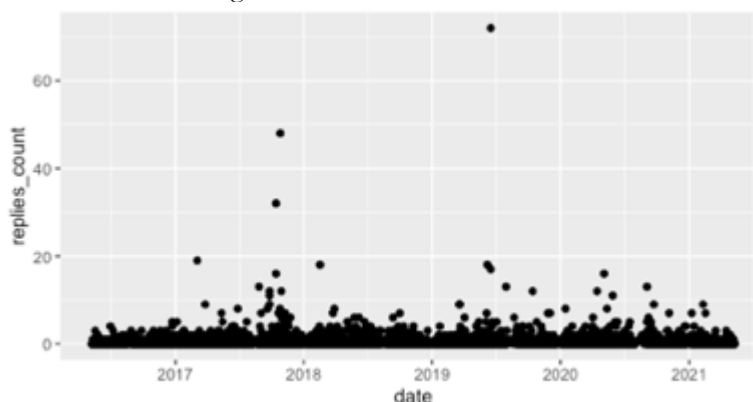
En el análisis cuantitativo, las variables analizadas son: cantidad de likes, retuits recibidos, respuestas recibidas, hashtags y cuentas citadas. Se estudian las palabras más frecuentes y posibles temas de interés. En el análisis cualitativo se parte de la selección de tuits con mayor frecuencia en las distintas variables, así como de los temas de interés detectados en función de los objetivos de la entidad, para ofrecer una lectura interpretativa.

Resultados³⁷

Análisis introductorio de comentarios, likes y retuits

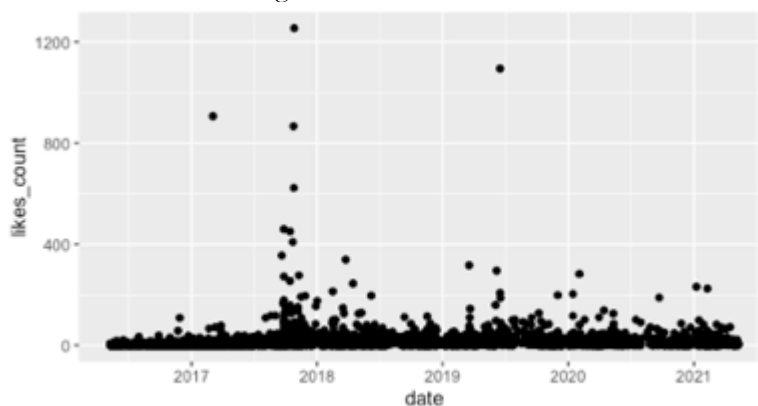
Desde una mirada diacrónica, se observa cierta relación entre la cantidad de comentarios, likes y tuits recibidos en los cinco años analizados (figuras 1, 2 y 3).

Figura 1. Comentarios recibidos



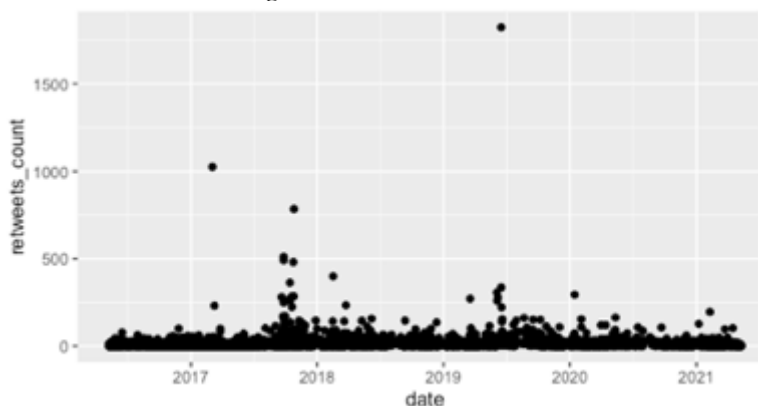
³⁷ En el Anexo digital 1 se recoge el enlace a todos los tuits comentados en el artículo y se les asigna un código para incorporar la referencia en el texto. Los tuits serán traducidos a lengua española en todos los casos. Se ofrecerá los hashtags en lengua catalana seguido de su traducción, de manera que puedan ser a la vez comprendidos y localizados en Twitter.

Figura 2. Likes recibidos



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Retuits recibidos



Fuente: Elaboración propia.

Aunque la moda en comentarios, likes y retuits sea 0 en la mayoría de casos (Tabla 2), la media y mediana aporta información sobre la recepción y la capacidad de generar interacción por parte de la entidad. En este sentido destaca la igualdad entre la mediana de likes y retuits (6) y la semejanza entre las medias (12,4 y 13). El dato de mayor interés es la mediana, en tanto que en la mediana se contrarrestan los casos con repercusión poco habitual: 8 tuits que superan los 400 likes (llegando a 1.255) y 6 tuits que superan los 400 retuits (llegando a 1.823), por ejemplo.

Si, por un lado, podemos relacionar likes y retuits con la capacidad de influencia o visibilidad, por el otro, los comentarios (respuestas a tuits de aFFaC en que se cita a la entidad) nos acercan a la generación de debate, de contraste de ideas, de diálogo en definitiva. En este sentido, la capacidad es relativa, ya que tan solo el 25,6% de tuits enviados recibe comentarios, muchos de los cuáles acostumbran a ser del propio perfil (a modo de hilo, mensajes concatenados). Si nos centramos en los que reciben al menos 5 comentarios, el porcentaje se reduce al 1,1% (71 tuits), y si lo reducimos a los que reciben al menos 10 comentarios, 0,28% (18 tuits).

Pero una mirada general acerca a la capacidad de interacción, en sentido amplio, que provoca la entidad: el 95,98% (6.142) recibe algún tipo de respuesta (comentario, like y/o retuit). Tan solo el 9,9% de tuits no reciben ningún like (634) y el 11,7% no recibe ningún retuit (751).

Tabla 2. Frecuencias de comentarios, likes y retuits

	Comentarios	Likes	Retuits
Media	0,44	12,4	13
Mediana	0	6	6
Moda	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de comentarios

Más allá de las cifras interesan los contenidos, los tres mensajes que han recibido más comentarios están claramente relacionados con la voluntad de incidencia política (educación pública y democrática).

Con 72 comentarios, destaca un mensaje de denuncia hacia las consecuencias de la conocida como “ley Aragonès”, interpretada como fuente de privatización de la escuela pública y externalización de sus servicios (TW_1).

Con 48 comentarios, un mensaje irónico aludiendo a las sesiones del Parlamento de Cataluña en que se discutían y votaban leyes para propiciar el proceso de independencia (“el proceso”), llamadas leyes de desconexión (“Recordad que entre 16.30 17.00 se deben recoger a los niños y niñas de la escuela. No valen retrasos.”) (TW_2). Teniendo en cuenta que gran parte de la población seguía en directo, a través de los medios de comunicación, los acontecimientos políticos, advierten sobre la hora de salida de los hijos, a la vez que la entidad se sitúa en una posición favorable a “el proceso”, en tanto que lo interpretan como acción democrática.³⁸

Seguidamente, la indignación sobre las declaraciones despectivas de un político conservador sobre la escolarización pública (Albiol: “No es admisible que en la mayoría de la escuela pública de Cataluña se eduque a los niños para odiar España”) provoca 32 comentarios (TW_3).

Junto con los mensajes que reciben al menos 10 comentarios, observamos algunos de los ámbitos de incidencia política:

- Educación pública:
 - o Sobre la situación pandémica:
 - A favor del retorno a la escuela presencial post covid (TW_4 y TW_5).
 - Denuncia de la presión sobre las familias durante la pandemia, que son incitadas a convertirse en docentes, con hashtags: #JoNoSocProfe #MaresiParesEnVaga (#YoNoSoyProfe' '#MadresyPadresEnHuelga') (TW_6).
 - o Contra la privatización escolar:

³⁸ No es objeto de este artículo incidir en la diversidad de posicionamientos respecto al llamado “proceso catalán”. Nos limitamos a dar explicación de los tuits enviados en función de las líneas de incidencia política de aFFaC y de su lema: “Por una educación pública, de calidad, catalana, laica, equitativa, inclusiva, gratuita, democrática, coeducativa, ambientalmente sostenible y feminista”.

- Que supondría la aprobación de la “ley Aragonès” (TW_7, TW_8 y TW_9).
- A través de los conciertos (subvenciones) a centros privados, incluso religiosos o que segregan por razones de sexo (TW_10).
- Mediante la incorporación del ámbito privado en la escolarización (por medio de horarios que dificultan la conciliación familiar y provocan la contratación de actividades extraescolares) (TW_11).
- En relación con “el proceso”:
 - Contra la desidia de la administración educativa (TW_12).
 - Contra la entrada de agentes policiales en centros docentes (TW_13).
- En defensa de la lengua catalana como vehicular en la escolarización (TW_14).
- Igualdad y no discriminación + Educación feminista:
 - En defensa de los derechos LGTBI (TW_15).
- Participación
 - En relación con “el proceso” y su afectación al ámbito educativo:
 - En defensa de la democracia, de los derechos sociales y contra la sentencia de “el proceso”, en tanto que “criminaliza al activismo, castiga la participación y atenta contra la democracia” (TW_16).

Análisis de likes

Teniendo en cuenta que el 90,1% de los tuits reciben likes, el análisis se centra en los 68 tuits que reciben más de 100 likes. En primer término, destacamos los 5 que reciben más agrado.

Los tres primeros coinciden con los que reciben más comentarios: 1.095 likes contra la “ley Aragonès” (TW_1), 1.255 likes sobre la sesión en el Parlamento de Cataluña (TW_2) y 907 likes en favor de los derechos LGTBI (TW_15).

Destacan los dos tuits que siguen, en tanto que ambos coinciden en defender a la escuela pública de los ataques y acusaciones recibidos por ser agentes de adoctrinamiento a favor de la independencia:

- 623 tuits para la difusión de una manifestación en soporte a la escuela catalana (TW_16): “Concentración en defensa de la escuela catalana. La escuela no adoctrina. Educa. Basta incendiarios. No nos toquéis la educación.”
- 867 tuits en defensa del modelo de escuela catalana (la competencia sobre educación está transferida a la comunidad autónoma) y del trabajo del profesorado (TW_17): “Las familias estamos al lado de los maestros, defendemos modelo [sic] escuela catalana y llamamos a salir a la calle para rechazar ataque [sic] a la democracia.”

En relación con el resto de 63 tuits, se observan algunos de los ámbitos de incidencia política (selección de casuística):

- Educación pública
 - Defensa de derechos del profesorado - sustituto (TW_18).
 - En defensa de la educación pública. Referentes (TW_19).
 - Sobre la situación pandémica:
 - COVID - Contra la evaluación telemática (TW_20).
 - Contrarios a que las familias se conviertan en maestros (TW_6).
 - Contra la privatización escolar:

- Contra la privatización - externalización relacionada con la “ley Aragonès” (TW_1, TW_7, TW_8, TW_9, TW_21, TW_22, TW_23, TW_24, TW_25, TW_27, TW_27 y TW_28).
 - A favor de la matriculación en la escuela pública (TW_29, TW_30, TW_31, TW_32, TW_33 y TW_34).
 - En relación con “el proceso” y su afectación al ámbito educativo:
 - En defensa del modelo de escuela catalana (TW_35, TW_36, TW_37, TW_38, TW_39 y TW_40).
 - En defensa del profesorado (TW_41, TW_42 y TW_43).
 - Contra las acusaciones de adoctrinamiento y en favor de la libertad de expresión (TW_44, TW_45, TW_46 y TW_47).
 - Contra el 155 y sus consecuencias en el ámbito educativo (TW_48).
 - Promoción de manifestaciones en defensa de la escuela pública (TW_49).
 - En defensa de la lengua catalana (TW_50).
- Educación inclusiva + Igualdad y no discriminación
 - En defensa de la educación pública vs. concertada (TW_51).
 - Los concertos como fuente de segregación (TW_52).
 - Contrarios a acciones sobre educación, como un plan para detectar la radicalización en las aulas después de los atentados de Estado Islámico en Barcelona y Vic el 17 de agosto de 2017 (en tanto que focalizan la causa del problema en el ámbito educativo a la vez que manifiestan una supuesta inacción del profesorado) (TW_53).
 - Escuela inclusiva (TW_54).
 - Educación para promover una sociedad justa (TW_55).
- Participación
 - En relación con “el proceso” y su afectación al ámbito educativo:
 - Contra el ataque a las escuelas que permiten las votaciones (TW_56).
 - Defensa del derecho de huelga de estudiantes, en relación con hechos de “el proceso” (TW_57).
 - Defensa de la democracia (TW_58 y TW_59).
 - A favor del referéndum (TW_60).
 - Contra los encarcelamientos de líderes políticos (TW_61).
 - A favor de los entornos escolares pacificados (TW_62).
- Tiempo de mediodía
 - Tiempo de mediodía (como espacio educativo) (TW_63).
 - Contra el decreto de servicio de comedor (TW_64).

Cabe destacar la campaña en defensa de la matriculación en escuela pública. Una acción de marketing de calidad profesional con anuncio audiovisual incluido (TW_32), que simula estar realizada desde la administración. Se trata de una estrategia para evidenciar, por un lado, la falta de promoción y valoración desde las esferas políticas y, por el otro, las virtudes de la escolarización pública desde el conocimiento directo de las familias.

Análisis de retuits

Teniendo en cuenta que el 88,26% de los tuits reciben retuits, el análisis se centra en los 73 con al menos 100 retuits. En primer término, destacamos los 5 que reciben más. Los tres primeros coinciden con los que

obtienen más comentarios y likes: 1.823 retuits “ley Aragonès” (TW_1), 1.025 retuits en favor de los derechos LGTBI (TW_15) y 784 retuits sobre la sesión en el Parlamento de Cataluña (TW_2).

Destaca que los dos tuits que siguen coinciden con el periodo de “el proceso”, durante el cual la entidad, en la línea de promover el concepto de participación ciudadana, incide en:

- 510 retuits en defensa del concepto de democracia que defiende aFFaC (en tanto que expresión de la voluntad popular, más allá de ordenamientos jurídicos) (TW_59):
“Finalmente, hacemos un llamamiento a las más de 2.200 AMPA federadas a participar en las movilizaciones en defensa de la democracia (5/5)”
- 492 retuits en contra de la entrada en los centros escolares, durante el fin de semana de celebración del referéndum, en que algunas familias se movilizaron para mantenerlos abiertos con actividades abiertas a los barrios (TW_13):
“Cinco ideas sobre la entrada de agentes de policía en los centros docentes: [Hilo]”

En relación con el resto de 68 tuits seleccionados, la mayoría coinciden con los que se han comentado en relación con los likes recibidos; tan solo 20 son diferentes. Destacan los retuits con información, instrucciones y advertencias para las familias que no han accedido a una plaza en escuela pública, para evitar que la administración les asigne una escuela concertada y/o religiosa (TW_65, TW_66 y TW_67):

EP

FaPaC llama a todas las familias que no han obtenido plaza pública a negarse a escoger una escuela concertada
<http://bit.ly/2koc8vi>
@LaVanguardia”

Buenos días!

familias,

¿Cómo actuar si se ha quedado sin plaza pública de proximidad?

#preinscripció#escolapública#lamillorescola

(#preinscripción#escuelapública#lamejorescuela)

Denunciamos que el @consorciedubcn contacta con familias vulnerables afectadas por el #pladexoc (#plandechoque)

Manipula y ofrece #preinscripció (#preinscripción) y #matriculació (#matriculación) en escuelas privadas concertadas en vez de públicas

FAMILIAS, NO FIRMÉIS!! [...]

@sindicdegreuges

Nuevamente aFFaC se consolida como un referente ante los incumplimientos de la administración a la hora de garantizar el acceso a una escolarización, pública, gratuita y laica.

Análisis de hashtags

De los 6.399 tuits analizados, 3.255 incorporan un total de 5.942 hashtags. De entre los 50 con mayor frecuencia de aparición seleccionamos los de mayor interés (Anexo digital 2), en tanto que se relacionan con las líneas de acción de la entidad. Destacan los hashtags que promueven las acciones de la entidad misma, así como los relacionados con el fomento de la escuela pública y la oposición a cualquier atisbo de privatización.

Análisis de temas de interés

Más allá del análisis de hashtags, las frecuencias de palabras no aportan información relevante. Esto no obsta para evidenciar el posicionamiento de aFFaC ante el reto digital y el liberalismo en la educación. Especialmente en relación con la incorporación de herramientas y entornos digitales. Con este objetivo se analiza la aparición de los siguientes términos: Google (19 tuits), xnet o X_net³⁹ (23 tuits) y #edudigitalddhh (8 tuits).

Se muestran de manera conjunta los temas tratados ya que, a menudo, en un solo tuit aparecen varios de los términos:

- Alertan del peligro ante la poca privacidad en la protección de los datos en la utilización de GoogleSuite. Instan a las familias a que no firmen la autorización de uso (TW_68 y TW_69).
- Les acusan de espiar a las criaturas (TW_70).
- Difunden la acusación de la fiscalía general de Nuevo México (EUA) de espionaje a los alumnos desde la plataforma (TW_71).
- Explican cómo estamos trabajando para Google (TW_72).
- Critican la incorporación de Google a través del ministerio (TW_73, TW_74 y TW_75).
- Critican la dejadez de la administración educativa autonómica (TW_76 y TW_77).
- Se manifiestan contra el monopolio de Google en las aulas (TW_78).
- Reclaman una alternativa a Google de código abierto (TW_79 y TW_80).
- Difunden, como contrapropuesta, el Plan para la Privacidad de Datos y la Digitalización Democrática de la Educación, junto con Xnet, contra los monopolios digitales (TW_81, TW_82, TW_83 y TW_84).
- Reclaman el respeto a los acuerdos con el Departamento de Educación autonómico sobre el Plan para la Privacidad de Datos y la Digitalización Democrática de la Educación. Acusan a la administración de paralizarlo en favor de Google (TW_85, TW_86, TW_87 y TW_88).
- Apoyan la realización de un plan piloto para conseguir la digitalización segura de los centros, con tecnologías libres y auditables (TW_89 y TW_90).
- Usan plataformas libres en las propias videoconferencias (TW_91, TW_92, TW_93, TW_94, TW_95, TW_96, TW_97 y TW_98).
- Participan en jornadas sobre soberanía tecnológica (TW_99 y TW_100).

En definitiva, explican las causas, empoderan a las familias desde el conocimiento crítico para resistir a la privatización de la educación mediante la incursión de monopolios tecnológicos en el ámbito educativo. Con la voluntad de transformar la tendencia economicista de las diversas administraciones, proponen un plan de acción, lo promueven y desarrollan una prueba piloto para poder ampliar su implantación. Acciones a favor del software libre y de la privacidad de los datos, en que las familias asociadas se erigen como contrapoder transformador.

Análisis de cuentas citadas

2.984 tuits incorporan alguna mención a otro perfil (3.415 tuits sin mención): se realiza un total de 5.904 menciones, en las que se menciona a 1.170 perfiles de Twitter diferentes.

³⁹ X_net_ es el perfil en Twitter de Xnet, plataforma formada por activistas con el objetivo de trabajar en favor de los derechos digitales y la democracia en la red.

Los 50 con mayor frecuencia, dejando a un lado las automenciones, pueden agruparse en la siguiente tipología: sindicatos, administración, partidos políticos, personales, entidades y movimientos, y medios de comunicación (Anexo digital 3).

Esta agrupación pone de manifiesto el entramado que participa e influye en las decisiones y la creación de debate en educación. Se trata de perfiles de relevancia y seguimiento (con gran cantidad de seguidores), agentes del ámbito educativo. Citarlos persigue una triple estrategia. Por un lado, establecer diálogo, por el otro, hacerles partícipes de los postulados de aFFaC, y, finalmente, aumentar la repercusión de los tuits promoviendo que estos perfiles reciban un aviso de su mención y puedan incurrir en el retuit o el like.

En el caso de los perfiles de medios de comunicación, destaca que el más mencionado sea el de *Diari de l'Educació*, un diario digital centrado en información sobre el ámbito educativo. En realidad, los medios son citados porque se incorporan comentarios y enlaces a noticias publicadas. Esto no obsta para que a su vez pueda ser una estrategia para el aumento de la visibilidad. De todos modos, la selección de medios utilizados como fuentes informativas es interesante, ya que menos *La Vanguardia* y *ElDiario.es*, el resto son en lengua catalana y de ámbito autonómico o local. Por lo tanto, una selección que encaja la línea de acción de aFFaC.

Discusión y conclusiones

Discusión

Tal y como apuntaba Paulo Freire⁴⁰, aFFaC incide en la educación pública consciente de su valor en la construcción de una sociedad democrática, abierta, libre y laica; por lo tanto, enfrentada a los movimientos liberales, que tiene su máximo exponente en los diversos grados e intentos de privatizar la educación y convertirla en un negocio.

Para defender la transformación de la educación, a la vez que se trabaja desde diversas resistencias (a la privatización, la plataformización, la digitalización empresarial) y se fomenta el pensamiento crítico, el ciberactivismo se vislumbra como una estrategia para dar soporte y potenciar estas acciones, siempre sabedores del peligro de no traspasar de la realidad digital a la repercusión en la escuela⁴¹. En este sentido, aFFaC es un claro ejemplo de toma de conciencia de la potencialidad del uso de las redes, especialmente Twitter.

Según manifestaba @quodlibetat⁴², la entidad emplea las redes sociales en un triple movimiento de organización, comunicación y acción, que se retroalimenta. El espacio digital es útil para organizarse y crear comunidad más allá de las 2.358 asociaciones que la conforman. La comunicación se realiza a partir de objetivos, incluso idearios comunes o participados, que generan vínculo y promueven el intercambio y la difusión de mensajes y propuestas, que generan un estado de la cuestión alternativo al que se quiere imponer desde las diversas administraciones educativas. Esta asociación de voluntades con objetivos compartidos son los que permiten a aFFaC realizar acciones coordinadas en la red, muchas de las cuáles tiene su correlato en el mundo físico, ya sea mediante cursos, jornadas, conferencias, manifestaciones, o en reuniones con agentes públicos (políticos, sindicatos, medios de comunicación). Por lo tanto, coinciden en la estrategia ciberactivista comentada por @quodlibetat.

Rompen con las fronteras entre el ciberterritorio y el geoterritorio, en que cuerpos de familias rebeldes interrelacionan en un entorno que promueve la participación de la acción política⁴³. aFFaC irrumpe en territorio físico y virtual para instigar resistencias que ya no podrán ser obviadas por su comunidad. Son

⁴⁰ Freire, *Educação como prática de liberdade*.

⁴¹ García-Estévez, «Origen, evolución y estado actual».

⁴² Alcazan, *Tecnopolítica. internet y R-evoluciones*, 12-13.

⁴³ *Ibíd.*, 25.

conscientes que han adquirido voz propia en el entramado del debate público, son un actor reconocido desde la disidencia, la alteridad respecto a la normatividad gubernamental. En este sentido, de manera análoga a movimientos surgidos en la red (como el 15M y muchos otros), no es posible visualizar un tablero de juego futuro en que no sean piezas clave para decidir (o combatir) las reglas.

Constatamos cómo la entidad ha usado Twitter como herramienta de acción política⁴⁴, con la voluntad de marcar o incidir en la agenda pública⁴⁵. A modo de ejemplo, la campaña pública contra la privatización de la “ley Aragonès”, en la que participaron diversidad actores, consiguió que finalmente no se aprobara.

Asimismo, destaca su posicionamiento en relación con la tecnología digital en la escuela. Reclaman la apropiación crítica de las tecnologías, rehuendo el capitalismo de la atención⁴⁶, así como de la incursión de los grupos GAFAM en educación. Son conscientes de que se intenta incorporar una vigilancia tecnológica de manera neutra, incluso como si fuera inevitable su intromisión en la privacidad y el tratamiento de datos⁴⁷.

En vistas de los análisis elaborados y los resultados, se evidencia que Twitter es una fuente de interés para la investigación académica⁴⁸, sobre la que se han analizado tanto la aparición de las líneas de incidencia política de la entidad⁴⁹ como las características de los mensajes⁵⁰.

Es necesario indicar que entre los límites de la investigación y de la acción de aFFaC se encuentra la dificultad de establecer una relación causa-efecto entre la actividad en Twitter y resultados, cambios o transformaciones. Pero es indudable su apropiación de las redes sociales (y del ámbito digital) como un espacio político en disputa, a la vez que se fomenta la formación-acción política de familias y alumnos.

Conclusiones

En relación con la primera hipótesis (1. Los mensajes con mayor repercusión se relacionan con temas de actualidad), se observa claramente una relación entre los hechos de la actualidad y los tuits que obtienen mayor repercusión, ya sean comentarios, likes o retuits.

Destacan los relacionados con la resistencia a la aprobación de la “ley Aragonès”, por lo que supone de privatización, así como los relacionados con las consecuencias de “el proceso” en el ámbito educativo. Por lo tanto, se confirma la hipótesis.

Las menciones también son una estrategia para obtener mayor repercusión. 2.984 tuits la incorporan. Entre las 50 con mayor frecuencia, se distribuyen entre los perfiles siguientes: sindicatos, administración, partidos políticos, personales, entidades-movimientos y medios de comunicación. Se trata de los agentes educativos con los que es necesario estar en contacto, debatir y generar conciencia transformadora.

En relación con la segunda hipótesis (2. La incidencia de los ejes temáticos no es equitativa (educación pública, educación inclusiva, igualdad y no discriminación, educación feminista, participación y tiempo de mediodía), aunque la mediana de likes y de retuits es de 6 y el 95,98% obtiene algún tipo de interacción (comentario, like y/o retuit), su distribución no es equitativa entre los ejes temáticos. El que concentra más atención es “educación pública”, que incorpora aspectos como: la situación pandémica, la privatización escolar, la defensa del modelo de escuela y de profesorado, la promoción de la matriculación en la escuela

⁴⁴ Bustos y Ruiz, «Sobrea abundancia comunicativa».

⁴⁵ Alonso-Muñoz y Casero-Ripollés, «Political agenda on Twitter».

⁴⁶ Peirano, *El enemigo conoce el sistema*.

⁴⁷ Zuboff, *La era del capitalismo*, 30.

⁴⁸ Rogers, «Debanalizing Twitter».

⁴⁹ Mottaghinia et al., «A review of approaches».

⁵⁰ Olav Aarts et al., «Online social behavior in twitter».

pública y la defensa de la lengua catalana. El resto de ámbitos también son tratados pero con menor impacto. Por lo tanto, se confirma la hipótesis.

Un tema transversal es la digitalización de las escuelas. aFFac se posiciona contra la incorporación acrítica de entornos y plataformas tecnológicas como Google y colaboran en la propuesta de un plan digital alternativo, incluso fomentan la realización de un plan piloto, contra la tendencia filantropocapitalista de las administraciones.

El análisis de hashtags pone en evidencia las líneas de actuación, en tanto que son un marcador para generar debate y clasificar la información. Entre los 50 hashtags con mayor frecuencia se distribuyen entre las diversas líneas de actuación, si bien “educación pública” es la que cuenta con mayor número de hashtags seleccionados, que coinciden con ser los de mayor frecuencia.

Una de las explicaciones a esta realidad se debe a que el concepto “educación pública” incluye las otras líneas de acción. Dicho de otra manera, el resto de ámbitos de actuación (educación inclusiva, igualdad y no discriminación, educación feminista, participación y tiempo de mediodía), incluso el lema (“Por una educación pública, de calidad, catalana, laica, equitativa, inclusiva, gratuita, democrática, coeducativa, ambientalmente sostenible y feminista”), podrían ser considerados subapartados del tema principal. Desde este punto de vista se entendería que preservar y fomentar la escuela pública en toda su amplitud también conllevaría atender al resto de aspectos de forma adecuada.

En relación con la tercera hipótesis (3. La acción en las redes desde la resistencia contribuye a la transformación educativa), se observa cómo todas las acciones de la entidad tienen como objetivo contribuir a la transformación educativa desde la resistencia. Se utilizan las estrategias propias de ciberactivismo (organización, comunicación, acción) para generar debate público, consolidarse como actor imprescindible en el ámbito educativo. En este sentido, por ejemplo, consiguen que la “ley Aragonès” no sea aprobada, concientizando a las familias del peligro para la privacidad de sus hijos con la incorporación de Google en las escuelas (incluso proponen un plan alternativo), fomentan la matriculación en la escuela pública e incluso les asesoran en sus derechos para acceder a la pública y no ser asignados por la administración a escuelas concertadas y/o religiosas. Todo esto combinando acciones en red y en la calle. Por lo tanto, se confirma la hipótesis.

En el caso de aFFaC, se observa cómo el uso de las redes sociales por parte de las familias de los escolares es una estrategia exitosa para transformar la educación desde el activismo, contra el *status quo* administrativo. Un ejemplo local que puede servir de inspiración en otras realidades. Cómo Twitter se convierte en una herramienta para la organización, comunicación y acción contra el poder económico, oculto bajo la forma de un falso liberalismo *light*. aFFaC promueve la resistencia contra la privatización de la educación, provenientes de la fuerza de la estructura liberal del mercado; la resistencia contra la estructura curricular, organizativa y tecnológica, que suele imponerse desde organizaciones transnacionales externas al ámbito educativo, como la OCDE o las tecnológicas GAFAM, o mediante el mantra de la supuesta neutralidad de la tecnología; la escuela como germen del pensamiento crítico, en sentido humanístico y tecnológico, mediante una apropiación crítica de las tecnologías. En definitiva, una resistencia contra la lógica individualista y competitiva dominante, relacionada con la segregación escolar, que es promovida mediante las escuelas privadas (o parcialmente privadas), a favor de la educación pública, laica y democrática.

Referencias bibliográficas

Fuentes impresas

- Evangelista, Rafael de Almeida. *Para além das máquinas de adorável graça*. São Paulo: Edições Sesc SP, 2018.
Freire, Paulo. *Educação como prática de liberdade*. 4.^a ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.
Horst, Heather y Daniel Miller. *Digital Anthropology*. Londres - Nueva York: Bloomsbury Academic, 2012.

- Johnson, Steven. *De onde vêm as boas ideias*. s.l.: Zahar, 2011.
- Jordan, Tim. *Internet, Society and Culture: Communicative Practices Before and After the Internet*. Nueva York: Bloomsbury Academic, 2013.
- Orton-Johnson, Kate y Nick Prior, ed. *Digital Sociology: Critical Perspectives*. Londres: Palgrave Macmillan, 2013.
- Ravitch, Diane. *Vida e Morte do grande sistema escolar americano: como os testes padronizados e o modelo de mercado ameaçam a educação*. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- Zuboff, Shoshana. *La era del capitalismo de la vigilancia: la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Barcelona: Paidós, 2020.

Fuentes digitales

- Aarts, Olav, Peter-Paul van Maanen, Tanneke Ouboter y Jan Maarten Schraagen. «Online social behavior in twitter: A literature review». *Proceedings - 12th IEEE International Conference on Data Mining Workshops, ICDMW 2012*, Bruselas, 10 de diciembre (2012): 739-746. doi: 10.1109/ICDMW.2012.139.
- Alcazan, Arnau Monty, Axebra, Quodlibetat, Simona Levi, SuNotissima, TakeTheSquare y Toret. *Tecnopolítica. internet y R-evoluciones: sobre la centralidad de redes digitales en el #15M*. Barcelona: Icaria Editorial, 2012. <https://tecnopolitica.net/sites/default/files/Tecnopolitica%2C%20internet%20y%20r-evoluciones.pdf>.
- Alonso-Muñoz, Laura y Andreu Casero-Ripollés. «Political agenda on Twitter during the 2016 Spanish elections: issues, strategies, and users' responses». *Communication & Society* 31, n° 3 (2018): 7-25. doi: 10.15581/003.31.3.7-25.
- Bustos, Javier y Francisco Javier Ruiz. «Sobrea abundancia comunicativa de los líderes políticos en Twitter. El caso español». *Ambitos. Revista Internacional de Comunicación* 45 (2019): 12-28. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i45.02.
- Chepo, Macarena. «Percepción de los derechos de salud para la población migrante en Chile: análisis desde Twitter». *Gaceta Sanitaria* (2020): 19-21. doi: 10.1016/j.gaceta.2020.08.005.
- Cifuentes, Carlos Felipe y Juan Federico Pino. «Conmigo o contra mí: análisis de la concordancia y las estrategias temáticas del Centro Democrático en Twitter». *Palabra Clave* 21, n° 3 (2018): 885-916. doi: 10.5294/pacla.2018.21.3.10.
- García-Estévez, Noelia. «Origen, evolución y estado actual del activismo digital y su compromiso social. Ciberactivismo, hacktivismo y slacktivismo». *Congreso Internacional Move.Net Sobre Movimientos Sociales y TIC*, Universidad de Sevilla, 25-27 de octubre (2017): 139-156. <https://hdl.handle.net/11441/70636>.
- Guo, Lei, Jacob A. Rohde y H. Denis Wu. «Who is responsible for Twitter's echo chamber problem? Evidence from 2016 U.S. election networks». *Information, Communication & Society* 23, n° 2 (2020): 234-251, doi: 10.1080/1369118X.2018.1499793.
- Idoiaga, Nahia, Naiara Bferasategi, Nekane Beloki y Maitane Belasko. «#8M women's strikes in Spain: following the unprecedented social mobilization through twitter». *Journal of Gender Studies* (2021): 1-16. doi: 10.1080/09589236.2021.1881461.
- Jara, René, Antoine Faure, Jarnish Beltrán y Gonzalo Castro. «La notoriedad política en los candidatos que usan Twitter. Un ejercicio de clusterización durante las elecciones municipales en Chile (2016)». *Revista Latina de Comunicación Social* 72 (2019): 803-817. <https://10.4185/RLCS-2017-1193>.
- Lindgren, Smon y Ragnar Lundström. «Pirate culture and hacktivist mobilization: The cultural and social protocols of #Wikileaks on Twitter». *New Media and Society* 13, n° 6 (2011): 999-1018. doi: 10.1177/1461444811414833.
- Mottaghinia, Zeynab, Mohammad-Reza Feizi-Derakhshi, Leili Farzinvash y Pedram Salehpour. «A review of approaches for topic detection in Twitter». *Journal of Experimental and Theoretical Artificial Intelligence* (2020): 1-27. doi: 10.1080/0952813X.2020.1785019.

- Peirano, Marta. *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. s.l.: DEBATE [Kindle], 2019.
- Pérez-Rodríguez, Ana Victoria, Cristina González-Pedraz y José Luis Alonso Berrocal. «Twitter como herramienta de comunicación científica en España. Principales agentes y redes de comunicación». *Communication Papers* 7, n° 13 (2018): 95-112. doi: 10.33115/udg_bib/cp.v7i13.21986.
- Rogers, Richard. «Debanalizing Twitter: The Transformation of an Object of Study». *WebSci'13*, París, 2-4 de mayo (2013): 356-365. doi: 10.1145/2464464.2464511.
- Rúas-Araújo, Xosé y Andreu Casero-Ripollés. «Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá». *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* 16 (2018): 21-24. doi: 10.6035/2174-0992.2018.16.2.
- Said-Hung, Elías y Jorge Valencia-Cobos. «Twitter y movilización social en Venezuela». *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 32, n° 94 (2017): 1-18. doi: 10.17666/329404/2017.
- Sánchez-Saus, Marta. «Análisis de palabras clave en la comunicación para el desarrollo y el cambio social: el caso de #comunicambio en Twitter». *Cultura, Lenguaje y Representación* 19 (2018): 119-139. doi: 10.6035/clr.2018.19.7.
- Saura, Geo. «Filantropocapitalismo digital en educación: Covid-19, UNESCO, Google, Facebook y Microsoft». *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales* 17, n° 2 (2020): 159-168. doi: 10.5209/tekn.69547.
- UNESCO. *Educación para los Objetivos de Desarrollo Sostenible: objetivos de aprendizaje*. París: UNESCO, 2017. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252423>.

Anexos digitales

Anexo digital 1, 2 y 3: <http://hdl.handle.net/2445/179869>.